



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

**STRATEGI *CUSTOMER RETENTION* PADA UMKM
WARUNG BU GENDUT JAGAKARSA PASCA *VIRAL*
DENGAN PENDEKATAN *SERVICE QUALITY***



DIAN RAHMAWATI

NIM: 2205421080

**POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA**

**Skripsi yang Ditulis untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan untuk
Memperoleh Gelar Sarjana Administrasi Bisnis Terapan**

**PROGRAM STUDI ADMINISTRASI BISNIS TERAPAN
JURUSAN ADMINISTRASI NIAGA
POLITEKNIK NEGERI JAKARTA**

2026



ABSTRAK

DIAN RAHMAWATI. *Strategi Customer Retention Pada UMKM Warung Bu Gendut Jagakarsa Pasca Viral Dengan Pendekatan Service Quality*. Jurusan Administrasi Niaga Politeknik Negeri Jakarta. 2026

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis kualitas pelayanan dan optimalisasi strategi *customer retention* UMKM Warung Bu Gendut Jagakarsa pasca viral melalui pendekatan *Service Quality* (SERVQUAL). Urgensi penelitian ini dilatarbelakangi oleh penurunan penjualan pasca viral yang mengindikasikan lemahnya retensi pelanggan akibat permasalahan kualitas pelayanan. Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif studi kasus dengan pengumpulan data melalui wawancara semi-terstruktur, observasi partisipasi pasif, dan dokumentasi, serta dianalisis menggunakan model *interactive model* Miles dan Huberman dengan aplikasi NVivo 15. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Warung Bu Gendut Jagakarsa telah menerapkan kelima dimensi SERVQUAL yaitu *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, *empathy*, dan *tangible* dengan baik, di mana dimensi *empathy* menjadi faktor paling dominan dalam mendorong kunjungan ulang. Dimensi *assurance* dan *empathy* hanya perlu dipertahankan, sementara *responsiveness* dan *tangible* masih memerlukan optimalisasi, khususnya pada pengelolaan waktu tunggu saat kondisi ramai dan penambahan kanopi pada area *outdoor*. Disarankan agar usaha mempertahankan aspek yang sudah baik, mengoptimalkan yang masih kurang, serta mengembangkan program loyalitas untuk mendorong pembelian ulang yang berkelanjutan.

Kata kunci: *customer retention, service quality, strategi bisnis, UMKM kuliner, viral marketing*

POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

ABSTRACT

DIAN RAHMAWATI. Customer Retention Strategy in MSME Warung Bu Gendut Jagakarsa Post-Viral Using the Service Quality Approach. Department of Business Administration, Jakarta State Polytechnic. 2026.

This research aims to analyze the service quality and optimize the customer retention strategy of MSME Warung Bu Gendut Jagakarsa in the post-viral period through the Service Quality (SERVQUAL) approach. The urgency of this research is driven by a post-viral sales decline indicating weak customer retention resulting from service quality issues. A qualitative case study approach was employed, with data collected through semi-structured interviews, passive participatory observation, and documentation, and analyzed using the Miles and Huberman interactive model supported by NVivo 15. The findings reveal that Warung Bu Gendut Jagakarsa has implemented all five SERVQUAL dimensions that is reliability, responsiveness, assurance, empathy, and tangible at a satisfactory level, with empathy being the most dominant factor in driving customer revisit intention. The assurance and empathy dimensions only need to be maintained, whereas responsiveness and tangible still require optimization, particularly in managing waiting times during peak hours and adding a canopy over the outdoor seating area. It is recommended that the business maintain well-performing aspects, optimize those that require improvement, and develop a customer loyalty program to encourage sustainable repeat purchases.

Keywords: *business strategy, culinary MSME, customer retention, service quality, viral marketing*

**POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA**



KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa karena berkat rahmat dan hidayah-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Strategi *Customer retention* Pada UMKM Warung Bu Gendut Jagakarsa Pasca Viral Dengan Pendekatan *Service Quality*”. Skripsi ini disusun untuk memenuhi persyaratan dalam rangka memperoleh gelar Sarjana Terapan (S.Tr) pada Program, Studi Administrasi Bisnis Terapan, Politeknik Negeri Jakarta.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini tidak dapat terlepas dari bantuan, dukungan, serta doa dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dengan penuh kerendahan hati, penulis menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada seluruh pihak yang telah memberikan dukungan, baik secara moril maupun materiil, sehingga skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik. Ucapan terima kasih ini penulis tuju kepada:

1. Dr. Syamsurizal, S.E., M.M., selaku Direktur Politeknik Negeri Jakarta.
2. Dr. Wahyudi Utomo, S.Sos., M.Si., selaku Ketua Jurusan Administrasi Niaga Politeknik Negeri Jakarta.
3. Yanita Ella Nila Chandra, S.A.B., M.Si., selaku Kepala Program Studi Administrasi Bisnis Terapan yang telah memberikan arahan dan pedoman selama penyusunan skripsi ini.
4. Dr. Dra. Iis Mariam, M.Si., selaku dosen pembimbing satu yang telah memberikan arahan, kritik dan saran kepada penulis dalam proses penyusunan skripsi.
5. Riza Hadikusuma, M.Ag selaku dosen pembimbing dua yang telah memberikan arahan, saran, dan petunjuk kepada penulis dalam proses penyusunan skripsi.
6. Seluruh staf administrasi serta bapak dan ibu dosen Program Studi Administrasi Bisnis Terapan, Jurusan Administrasi Niaga, Politeknik Negeri Jakarta, yang telah memberikan bimbingan serta ilmu pengetahuan kepada penulis selama menempuh masa perkuliahan.
7. Orang tua penulis, Ibu Khomariyah, yang senantiasa memberikan doa serta dukungan, baik secara moril maupun materiil tanpa henti kepada penulis.

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

8. Teman-teman seperjuangan dari Program Studi Administrasi Bisnis Terapan angkatan 2022 yang telah menjadi bagian dari perjalanan panjang ini. Penulis mengucapkan terima kasih atas segala kebaikan, bantuan, dukungan, serta pelajaran berharga yang telah diberikan sejak awal perkuliahan dan akan selalu dikenang dengan baik.
9. Warung Bu Gendut Jagakarsa, khususnya pemilik, serta seluruh karyawan, yang telah bersedia usahanya dijadikan objek penelitian serta memberikan bantuan dan dukungan selama proses penelitian berlangsung.
10. Vindy Nurhaliza Iswahyudi yang senantiasa memberikan dukungan moral, membantu, dan menemani penulis selama masa perkuliahan hingga proses penyusunan skripsi, serta Sahira Agitya Hafizah yang selalu bersedia membantu dan memberikan arahan kepada penulis, khususnya saat menghadapi kesulitan selama perkuliahan dan penyusunan skripsi.

Depok, 24 Juni 2026
Yang Membuat Pernyataan,

Dian Rahmawati
NIM 2205421080

**POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA**



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
LEMBAR PERSETUJUAN	iii
LEMBAR PENGESAHAN	iv
PERNYATAAN ORISINALITAS	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Identifikasi Masalah	9
1.3 Rumusan Masalah	9
1.4 Tujuan Penelitian.....	9
1.5 Manfaat Penelitian.....	10
1.5.1 Manfaat Teoritis.....	10
1.5.2 Manfaat Praktis	10
BAB II LANDASAN TEORI	11
2.1 Kerangka Teori	11
2.1.1 Strategi.....	11
2.1.2 <i>Customer retention</i> (Retensi Pelanggan)	11
2.1.3 UMKM	13
2.1.4 Viral	14
2.1.5 <i>Service Quality</i>	15
2.2 Hasil Penelitian yang Relevan.....	22
2.3 Deskripsi Konseptual	25
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	28
3.1 Waktu dan Tempat Penelitian	28
3.1.1 Waktu Penelitian	28
3.1.2 Tempat Penelitian	28



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

3.2 Kerangka Penelitian	29
3.3 Metode Penelitian.....	30
3.3.1 Fokus Penelitian.....	30
3.3.2 Informan Penelitian	31
3.3.3 Jenis dan Sumber Data.....	33
3.3.4 Teknik Pengumpulan Data.....	33
3.3.5 Instrumen Penelitian	35
3.3.6 Teknik Keabsahan Data	36
3.3.7 Teknik Analisis Data.....	37
BAB IV METODOLOGI PENELITIAN.....	40
4.1 Hasil Rekapitulasi Data	40
4.1.1 Profil Informan	40
4.1.2 Rekapitulasi Data Lapangan.....	42
4.2 Hasil Analisis Data	44
4.2.1 Analisi Kualitas Pelayanan UMKM Warung Bu Gendut Jagakarsa Psca Viral Berdasarkan Pendekatan SERVQUAL	45
4.2.2 Optimalisasi Strategi Kualitas Pelayanan UMKM Warung Bu Gendut Jagakarsa Pasca Viral Berdasarkan Pendekatan SERVQUAL	81
4.3 Pembahasan.....	88
4.3.1 Hasil Analisi Kualitas Pelayanan UMKM Warung Bu Gendut Jagakarsa Psca Viral Berdasarkan Pendekatan SERVQUAL.....	88
4.3.2 Rekomendasi Optimalisasi Strategi Kualitas Pelayanan UMKM Warung Bu Gendut Jagakarsa Pasca Viral Berdasarkan Pendekatan SERVQUAL	96
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	99
5.1 Kesimpulan.....	99
5.2 Saran	100
DAFTAR PUSTAKA.....	102
LAMPIRAN.....	106



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Hasil Penelitian/ Jurnal yang Relevan.....	22
Tabel 3.1 Tabel Waktu Penelitian.....	28
Tabel 4.1 Identitas Informan Penelitian	40
Tabel 4.2 Hasil Wawancara Semi-Terstruktur.....	42
Tabel 4.3 Hasil Observasi Partisipasi Pasif.....	44





DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Kontribusi UMKM Terhadap PDB Tahun 2023	1
Gambar 1. 2 Grafik Pengguna Internet Sebagai Alat Promosi Usaha.....	2
Gambar 1. 3 Konten Warung Bu Gendut Jagakarsa Dengan Banyak <i>Viewers</i>	3
Gambar 1. 4 Rata-rata Penjualan Warung Bu Gendut Jagakarsa	4
Gambar 1. 5 <i>Review</i> Google Maps terkait Pelayanan UMKM	5
Gambar 2. 1 <i>Gaps Model</i>	18
Gambar 2. 2 Deskripsi Konseptual	26
Gambar 3.1 Diagram Alir Penelitian.....	29
Gambar 3. 2 Komponen Analisis Data (<i>Interactive Model</i>)	38
Gambar 4. 1 <i>Project Map</i> Penerapan SERVQUAL Dimensi <i>Reliability</i> Menggunakan NVivo 15	45
Gambar 4. 2 <i>Hierarchy Chart</i> Dimensi <i>Reliability</i> Hasil Wawancara Pelanggan Menggunakan NVivo 15	46
Gambar 4. 3 <i>Project Map</i> Penerapan SERVQUAL Dimensi <i>Responsiveness</i> Menggunakan NVivo 15	54
Gambar 4. 4 <i>Hierarchy Chart</i> Dimensi <i>Responsiveness</i> Hasil Wawancara Pelanggan Menggunakan NVivo 15.....	54
Gambar 4. 5 <i>Project Map</i> Penerapan SERVQUAL Dimensi <i>Assurance</i> Menggunakan NVivo 15	63
Gambar 4. 6 <i>Hierarchy Chart</i> Dimensi <i>Assurance</i> Hasil Wawancara Pelanggan Menggunakan NVivo 15	63
Gambar 4. 7 <i>Project Map</i> Penerapan SERVQUAL Dimensi <i>Empathy</i> Menggunakan NVivo 15	68
Gambar 4. 8 <i>Hierarchy Chart</i> Dimensi <i>Empathy</i> Hasil Wawancara Pelanggan Menggunakan NVivo 15	69
Gambar 4. 9 <i>Project Map</i> Penerapan SERVQUAL Dimensi <i>Tangible</i> Menggunakan NVivo 15	73
Gambar 4. 10 <i>Hierarchy Chart</i> Dimensi <i>Tangible</i> Hasil Wawancara Pelanggan Menggunakan NVivo 15	74

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

Gambar 4. 11 *Hierarchy Chart Customer retention* yang Menjadi Alasan Konsumen Warung Bu gendut Jagakarsa Melakukan Kunjungan Ulang Menggunakan NVivo
15..... 82





DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Pedoman Wawancara I	106
Lampiran 2 Pedoman Wawancara II	108
Lampiran 3 Pedoman Wawancara III	110
Lampiran 3 Pedoman Wawancara IV	112
Lampiran 5 Hasil Wawancara Dengan Pemilik Usaha Warung Bu Gendut Jagakarsa	114
Lampiran 6 Hasil Wawancara Dengan Karyawan Warung Bu Gendut Jagakarsa	117
Lampiran 7 Hasil Wawancara Dengan Pelanggan Warung Bu Gendut Jagakarsa	120
Lampiran 8 Dokumentasi Kegiatan Penelitian	128
Lampiran 9 Lembar Konsultasi Bimbingan Materi	129
Lampiran 10 Lembar Persetujuan Pembimbing Materi	130
Lampiran 11 Lembar Konsultasi Bimbingan Teknis	131
Lampiran 12 Lembar Persetujuan Pembimbing Teknis	132
Lampiran 13 Lembar Persetujuan Sidang	133

**POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA**

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan salah satu pilar utama sekaligus tulang punggung perekonomian Indonesia yang memiliki peran strategis dalam mendorong pertumbuhan ekonomi yang inklusif dan berkelanjutan. Sektor ini tidak hanya memberikan kontribusi signifikan terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) nasional, tetapi juga berperan penting dalam penciptaan lapangan kerja, pemerataan pendapatan, pengentasan kemiskinan, serta penguatan ekonomi lokal di berbagai daerah (Kementerian Koperasi dan UKM, 2023:41) hal ini tercermin pada gambar 1.1 berikut ini.

No	Indikator Kinerja Utama	Satuan	Target Tahun 2022	Realisasi Tahun 2022	Capaian IKU (%)	Capaian NSS (%)
1	<i>Sasaran Strategis 1. Terwujudnya Kebijakan Bidang Ekonomi Digital, Ketenagakerjaan, dan UMKM yang Berkualitas.</i>					
1.1	Indikator 1.1 Nilai transaksi e-Commerce	Triliun Rupiah	430	476,3	110,77	110,77
1.2	Indikator 1.2 Pertumbuhan Wirausaha	Persentase	3	3,04	101,3	101,3
1.3	Indikator 1.3 Kontribusi UMKM Terhadap PDB	Persentase	63	62	98,41	98,41
1.4	Indikator 1.4 Jumlah lulusan pelatihan vokasi (Pelaksanaan Kartu Pra-Kerja) per tahun	Juta Orang	2,4	4,98	120	120
1.5	Indikator 1.5 Jumlah Penyediaan Lapangan Kerja Pertahun	Ribu Orang	2,7	4,25	120	120

Gambar 1. 1 Kontribusi UMKM Terhadap PDB Tahun 2023

Sumber: Kementerian Koperasi dan UKM, diakses Tahun 2026

Berdasarkan gambar 1.1 di atas yang merupakan data Kementerian Koperasi dan UKM, UMKM menyumbang lebih dari 60% Produk Domestik Bruto (PDB) nasional dan menyerap sekitar 98% tenaga kerja di Indonesia. Kontribusi tersebut menempatkan UMKM sebagai sektor penting dalam mendukung pertumbuhan ekonomi yang berkelanjutan dan penciptaan pekerjaan yang layak (Kementerian Koperasi dan UKM, 2023:41).

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi digital telah membawa perubahan signifikan dalam berbagai aspek kehidupan, sehingga aktivitas menjadi lebih mudah, praktis, efektif, dan efisien (Rahayu dkk., 2022:295). Perkembangan

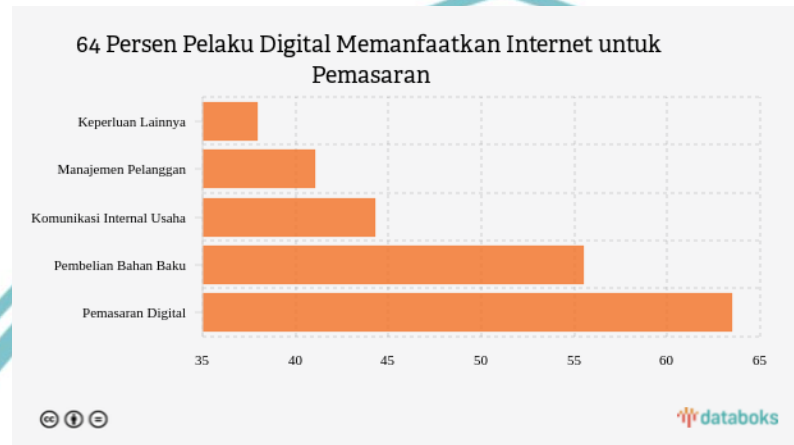


© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

ini juga mendorong perubahan signifikan dalam bidang bisnis dan pemasaran UMKM, terutama melalui pemanfaatan internet sebagai media promosi usaha (Ibrahim dan Widodo, 2025:2109). Hal ini terlihat pada grafik penggunaan internet oleh pelaku usaha, di mana pemasaran digital menjadi tujuan utama, seperti yang ditunjukkan pada gambar 1.2 di bawah ini.



Gambar 1. 2 Grafik Pengguna Internet Sebagai Alat Promosi Usaha

Sumber: databoks.katadata.co.id, diakses Tahun 2026

Gambar 1.2 di atas merupakan hasil Survei *E-Commerce* 2021 oleh Badan Pusat Statistik (BPS) di mana sebanyak 63,52% pelaku usaha telah memanfaatkan internet untuk pemasaran melalui media sosial dan *marketplace*. Platform seperti TikTok, Instagram, dan Facebook berperan penting dalam strategi pemasaran modern. TikTok, khususnya, banyak dimanfaatkan melalui konten *review* yang memberikan informasi produk kepada konsumen sekaligus meningkatkan visibilitas usaha hingga berpotensi viral (Effendy dan Sunarsi, 2020:709).

Fenomena viral sendiri terjadi ketika informasi menyebar secara luas melalui *word-of-mouth* digital, sehingga media sosial menjadi sarana efektif dalam memperluas jangkauan promosi secara cepat dan efisien. Viral memberikan peluang bagi UMKM untuk memperoleh eksposur yang tinggi dan meningkatkan penjualan secara cepat dengan biaya promosi yang relatif rendah. Fenomena ini menjadikan viral sebagai strategi yang menarik dan banyak dimanfaatkan oleh UMKM dalam upaya mempercepat pertumbuhan usaha (Harahap dkk., 2023:1448).

Namun, pada praktiknya keberhasilan viral pada UMKM sering kali bersifat sementara dan tidak selalu diikuti dengan keberlanjutan kinerja usaha. Banyak



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

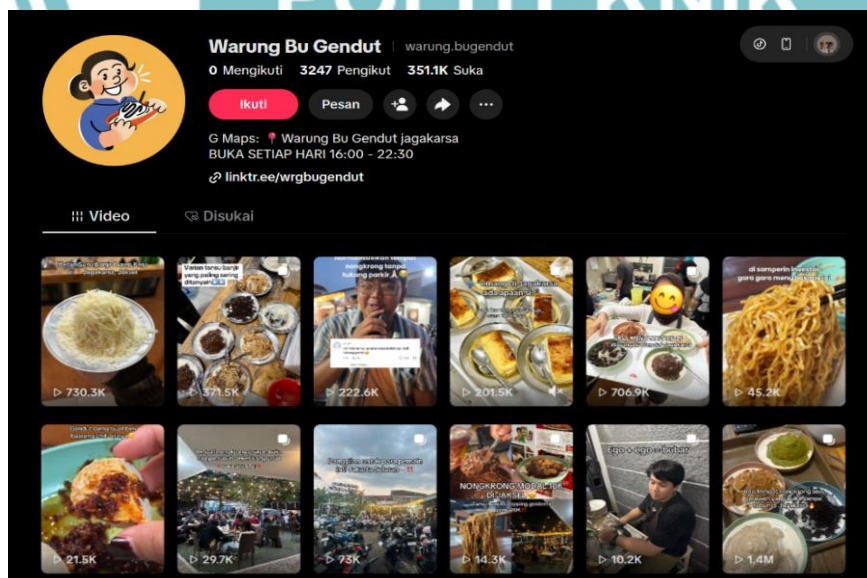
Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

UMKM hanya mengalami lonjakan penjualan dalam jangka pendek selama masa viral, kemudian menghadapi penurunan penjualan setelah perhatian publik beralih ke tren lain. Kondisi ini menunjukkan bahwa viral belum tentu mampu menciptakan *customer retention*, yaitu kemampuan usaha dalam mempertahankan pelanggan agar melakukan pembelian ulang secara berkelanjutan (Yang dan Wuisan, 2021:60).

Rendahnya *customer retention* pasca viral umumnya disebabkan oleh ketidakkonsistenan kualitas produk dan layanan, keterbatasan sumber daya, serta belum optimalnya pengelolaan pengalaman pelanggan. Ketika ekspektasi konsumen meningkat akibat popularitas usaha yang viral, UMKM sering kali mengalami kesulitan dalam menjaga standar pelayanan yang stabil. Akibatnya, pelanggan yang sebelumnya tertarik karena viralitas tidak kembali melakukan pembelian ulang, sehingga lonjakan permintaan yang terjadi tidak dapat dikonversi menjadi basis pelanggan yang loyal (Wardhana, 2024:105)

UMKM Warung Bu Gendut Jagakarsa merupakan UMKM yang mengalami dinamika yang serupa yaitu fenomena penurunan kinerja usaha setelah masa viral. Warung Bu Gendut Jagakarsa sempat mencatat peningkatan penjualan yang signifikan setelah viral di media sosial, khususnya melalui platform TikTok, seperti yang tertera pada gambar 1.3 berikut.



Gambar 1.3 Konten Warung Bu Gendut Jagakarsa Dengan Banyak *Viewers*

Sumber: TikTok Warung Bu Gendut Jagakarsa, diakses tahun 2026

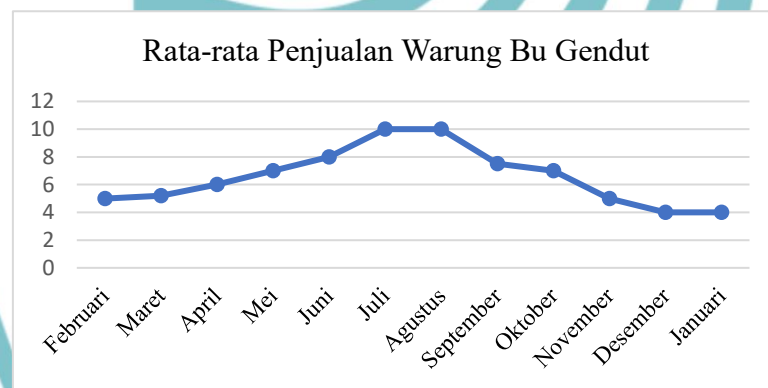


Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

Gambar 1.3 di atas menunjukkan tingginya tingkat interaksi dan perhatian publik terhadap Warung Bu Gendut Jagakarsa di media sosial, yang tercermin dari banyaknya konten terkait usaha tersebut yang memperoleh jumlah penayangan sangat tinggi, bahkan mencapai ratusan ribu hingga lebih dari 700.000 *views* pada beberapa unggahan.

Tingginya jumlah penayangan tersebut mengindikasikan adanya peningkatan eksposur merek secara masif serta perluasan jangkauan informasi kepada masyarakat. Pada masa viral tersebut, usaha ini mengalami lonjakan jumlah pelanggan yang datang secara langsung ke lokasi usaha, sehingga berdampak langsung terhadap peningkatan volume penjualan dalam jangka waktu tertentu. Kondisi peningkatan penjualan ini dapat dilihat dari data penjualan Warung Bu Gendut Jagakarsa selama masa viral sebagaimana ditunjukkan pada gambar 1.4 berikut.



Gambar 1. 4 Rata-rata Penjualan Warung Bu Gendut Jagakarsa

Sumber: Warung Bu Gendut Jagakarsa, diakses Tahun 2026

Gambar 1.4 di atas menunjukkan fluktuasi rata-rata penjualan UMKM Warung Bu Gendut Jagakarsa dalam periode bulanan, yang memperlihatkan adanya dinamika sebelum, saat, dan setelah fase viral. Pada awal periode pengamatan, yaitu Februari hingga April, penjualan berada pada kisaran yang relatif stabil dan cenderung rendah, yakni sekitar 5 juta rupiah hingga 6 juta rupiah, kemudian mulai mengalami peningkatan secara bertahap pada bulan Mei dan Juni hingga mencapai sekitar 7–8 juta rupiah. Kondisi ini mencerminkan adanya peningkatan minat konsumen sebelum puncak viral terjadi. Memasuki fase viral pada bulan Juli hingga Agustus, penjualan mengalami lonjakan signifikan dan mencapai titik tertinggi, yaitu sekitar 10 juta rupiah, yang menunjukkan dampak kuat dari eksposur viral



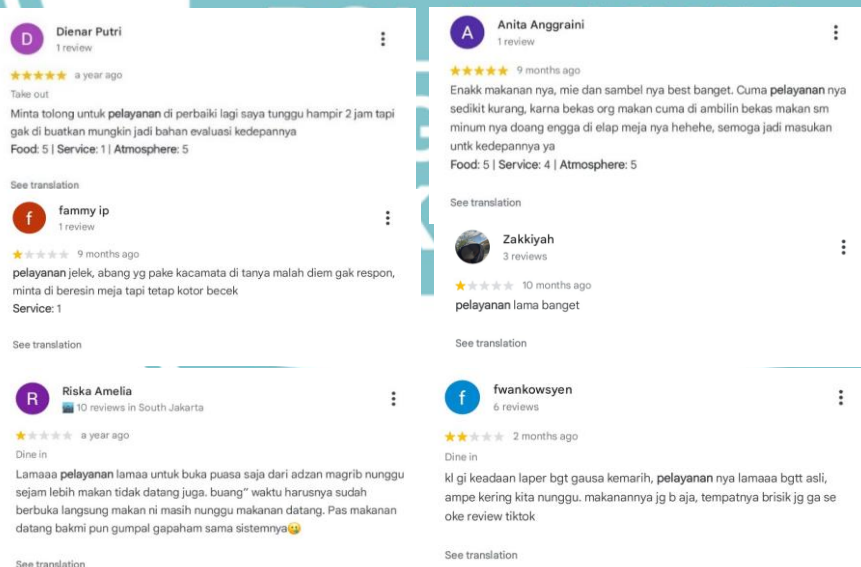
© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

dalam menarik perhatian konsumen serta meningkatkan volume pembelian dalam waktu singkat.

Namun demikian, setelah fase viral berakhir, yaitu mulai September hingga Januari, penjualan menunjukkan tren penurunan yang cukup konsisten. Pada bulan September penjualan mulai turun ke kisaran 7,5 juta rupiah dan terus menurun hingga mencapai titik terendah sekitar 4 juta rupiah pada bulan Desember dan Januari. Meskipun sempat berada pada level menengah di bulan Oktober, penurunan tetap berlanjut dan tidak kembali ke puncak saat viral. Pola ini mengindikasikan bahwa peningkatan penjualan yang terjadi selama fase viral bersifat sementara dan belum mampu dipertahankan dalam jangka panjang. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa meskipun viral efektif dalam menarik pelanggan baru, Warung Bu Gendut Jagakarsa masih menghadapi tantangan dalam mempertahankan pelanggan agar melakukan pembelian ulang secara berkelanjutan (*customer retention*). Kondisi penurunan penjualan pasca fase viral tersebut mengindikasikan adanya permasalahan dalam kualitas pelayanan yang berdampak pada kepuasan dan loyalitas pelanggan, yang selanjutnya tercermin dari berbagai ulasan konsumen di platform digital. Hal ini dapat dilihat pada gambar 1.5 di bawah ini



Gambar 1. 5 Review Google Maps terkait Pelayanan UMKM

Sumber: Google Maps, diakses Tahun 2026



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

Berdasarkan gambar 1.5 tersebut, terlihat adanya ulasan pelanggan di Google Maps yang menunjukkan ketidakpuasan terhadap kualitas pelayanan pada UMKM Warung Bu Gendut Jagakarsa. Beberapa pelanggan mengeluhkan lamanya waktu penyajian makanan hingga mencapai dua jam, yang mencerminkan rendahnya aspek responsif dalam pelayanan. Selain itu, terdapat keluhan terkait sikap karyawan yang kurang tanggap serta kondisi kebersihan meja yang tidak segera dibersihkan. Ulasan dengan penilaian rendah ini mengindikasikan bahwa pengalaman pelanggan yang kurang baik berpotensi menurunkan tingkat kepuasan dan kepercayaan pelanggan, sehingga berdampak pada menurunnya *customer retention*. Hal ini sejalan dengan temuan Dewi dkk. (2019:195) yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada sektor restoran, di mana sebesar 34,9% loyalitas pelanggan dipengaruhi oleh kualitas pelayanan yang diberikan. Dengan demikian, penurunan kualitas pelayanan secara langsung berisiko menurunkan loyalitas dan retensi pelanggan pada usaha kuliner. Kondisi ini memperkuat bahwa kualitas pelayanan menjadi faktor penting yang perlu diperbaiki agar usaha dapat mempertahankan pelanggan secara berkelanjutan.

Apabila permasalahan *customer retention* pasca viral tidak ditangani secara serius, UMKM Warung Bu Gendut Jagakarsa berisiko mengalami ketidakstabilan pendapatan, penurunan daya saing usaha, serta meningkatnya peluang kegagalan bisnis dalam jangka menengah dan panjang. Ketergantungan pada viral tanpa diimbangi dengan strategi retensi pelanggan yang tepat dapat membuat UMKM Warung Bu Gendut Jagakarsa rentan terhadap perubahan tren dan selera pasar. Kondisi ini berpotensi menghambat peran UMKM Warung Bu Gendut Jagakarsa dalam mendukung penciptaan lapangan kerja dan pertumbuhan ekonomi yang berkelanjutan.

Oleh karena itu, diperlukan strategi yang mampu memastikan bahwa pelanggan yang diperoleh selama masa viral tetap bertahan dan melakukan pembelian ulang. Salah satu pendekatan yang relevan untuk mengkaji permasalahan tersebut adalah *service quality* (SERVQUAL). Menurut Parasuraman dalam Budiono dkk. (2020) *service quality* merupakan alat untuk mengukur dan menganalisis kualitas layanan melalui lima dimensi utama, yaitu *tangible*,



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

reliability, responsiveness, assurance, dan empathy. Pendekatan ini menekankan bahwa kualitas layanan yang konsisten dan sesuai dengan ekspektasi pelanggan berperan penting dalam meningkatkan kepuasan serta mendorong loyalitas pelanggan. Konsep *customer retention* sendiri dipandang sebagai strategi penting dalam menjaga keberlanjutan usaha, khususnya pada UMKM Warung Bu Gendut Jagakarsa yang menghadapi persaingan bisnis yang semakin ketat.

Berdasarkan hasil observasi yang dilakukan penulis, UMKM Warung Bu Gendut Jagakarsa telah menerapkan strategi *customer retention* untuk mengatasi penurunan penjualan pasca viralnya dimensi kualitas layanan (SERVQUAL) yang meliputi keandalan, daya tanggap, jaminan, empati, dan bukti fisik. Dari aspek keandalan (*reliability*), warung ini mampu menyajikan pesanan secara tepat dan konsisten sesuai harapan pelanggan. Daya tanggap (*responsiveness*) terlihat dari kesiapan karyawan dalam melayani, merespons permintaan, serta menangani keluhan dengan cepat. Dalam hal jaminan (*assurance*), karyawan bersikap ramah, sopan, dan mampu memberikan informasi yang jelas sehingga menumbuhkan rasa percaya pelanggan. Empati (*empathy*) ditunjukkan melalui perhatian terhadap kebutuhan pelanggan, seperti memberikan rekomendasi menu dan menyesuaikan pesanan. Sementara itu, bukti fisik (*tangible*) terlihat dari kondisi tempat yang bersih, peralatan yang memadai, serta tampilan makanan dan media promosi yang menarik, sehingga secara keseluruhan mendukung terciptanya pengalaman layanan yang baik.

Meskipun Warung Bu Gendut Jagakarsa telah menerapkan seluruh dimensi SERVQUAL, belum terdapat analisis mendalam untuk mengetahui efektivitas serta kontribusi masing-masing dimensi terhadap retensi pelanggan pasca viral. Oleh karena itu, diperlukan kajian yang lebih komprehensif guna mengoptimalkan penerapan strategi SERVQUAL dalam meningkatkan *customer retention*. Berdasarkan hal tersebut, urgensi penelitian ini adalah untuk menganalisis, mengevaluasi, dan mengoptimalkan strategi *customer retention* Warung Bu Gendut Jagakarsa pasca viral melalui pendekatan SERVQUAL. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman mengenai strategi yang diterapkan, persepsi konsumen terhadap strategi tersebut, serta upaya optimalisasi SERVQUAL dalam meningkatkan retensi pelanggan.



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

Merujuk pada hasil penelitian sebelumnya, yang membahas tentang pentingnya penggunaan dimensi SERVQUAL dalam berbagai konteks pengembangan bisnis, masih terdapat *gap* penelitian tentang analisis implementasi dimensi SERVQUAL dalam peningkatan *customer retention* di bidang UMKM kuliner. Penelitian yang dilakukan oleh Nisa (2022:1) menunjukkan bahwa SERVQUAL berperan positif dan signifikan terhadap *customer retention*, tetapi konteksnya adalah Pada PT Bank Muamalat Indonesia KC Balaikota Medan, bukan UMKM kuliner. Sementara itu, penelitian yang dilakukan oleh Nurhidayat dkk. (2025:1) menunjukkan bahwa penerapan SERVQUAL memberikan dampak transformatif terhadap kepuasan pelanggan yang tercermin dalam retensi pelanggan yang lebih tinggi, namun dalam konteks jasa pendidikan madrasah di Kalimantan Timur, bukan UMKM kuliner. Penelitian lain yang dilakukan Fazri dkk. (2025:1) menunjukkan bahwa SERVQUAL berpengaruh secara positif terhadap *customer retention*, namun dalam konteks layanan *service Auto2000* Cabang Sukun Kota Malang, bukan UMKM kuliner. Hingga saat ini masih sulit ditemukan penelitian yang membahas bagaimana dimensi SEVQUAL dapat dioptimalkan dalam meningkatkan retensi pelanggan pada UMKM kuliner. Oleh karena itu, penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman yang lebih mendalam terkait optimalisasi penerapan dimensi SERVQUAL dalam meningkatkan kualitas pelayanan guna mendorong *customer retention* pada UMKM Warung Bu Gendut Jagakarsa pasca viral.

Penelitian ini berfokus untuk melakukan analisis strategi *customer retention* yang diterapkan Warung Bu Gendut Jagakarsa melalui pendekatan *service quality* yang mencakup dimensi *tangible, reliability, responsiveness, assurance, dan empathy*, yang bertujuan untuk menemukan strategi *customer retention* yang efektif dan relevan, yang diharapkan dapat membantu Warung Bu Gendut Jagakarsa dalam menghadapi permasalahan bisnis serta mencapai tujuan usaha secara lebih terarah dan optimal.

Berdasarkan penjelasan dan permasalahan yang telah diuraikan di atas, peneliti tertarik untuk mengambil judul penelitian *Strategi Customer retention Pada UMKM Warung Bu Gendut Jagakarsa Pasca Viral Dengan Pendekatan Service Quality*.



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka permasalahan dalam penelitian ini dapat diidentifikasi sebagai berikut:

- a. Fenomena viral pada UMKM Warung Bu Gendut Jagakarsa hanya mampu meningkatkan penjualan dalam jangka pendek dan belum efektif dalam menciptakan *customer retention* yang berkelanjutan setelah masa viral berakhir.
- b. Ketidakmampuan UMKM Warung Bu Gendut Jagakarsa dalam mempertahankan pelanggan pasca viral menyebabkan penurunan jumlah pelanggan dan volume penjualan, sehingga berdampak pada ketidakstabilan pendapatan usaha.
- c. Belum adanya strategi *customer retention* yang efektif dan sesuai dengan karakteristik UMKM Warung Bu Gendut Jagakarsa untuk mempertahankan pelanggan serta mendorong pembelian ulang secara berkelanjutan setelah masa viral.

1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah tersebut, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Bagaimana kualitas pelayanan UMKM Warung Bu Gendut Jagakarsa pasca viral ditinjau berdasarkan dimensi *service quality*?
- b. Bagaimana optimalisasi strategi kualitas pelayanan UMKM Warung Bu Gendut Jagakarsa pasca viral berdasarkan pendekatan *service quality* (SERVQUAL)?

1.4 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Untuk mengetahui dan menganalisis kualitas pelayanan UMKM Warung Bu Gendut Jagakarsa pasca viral ditinjau berdasarkan dimensi *service quality*
- b. Untuk mengetahui dan menganalisis optimalisasi strategi kualitas pelayanan UMKM Warung Bu Gendut Jagakarsa pasca viral berdasarkan pendekatan *service quality* (SERVQUAL)



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

1.5 Manfaat Penelitian

Adapun kebermanfaatan dari studi ini dibagi menjadi dua, yaitu untuk pengembangan ilmu pengetahuan dan akademis (teoritis) dan manfaat penelitian yang sedang dilakukan (praktis).

1.5.5 Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan memberikan kontribusi teoritis dalam pengembangan kajian manajemen pemasaran UMKM, khususnya terkait peran kualitas pelayanan dalam membangun *customer retention* pasca viral, serta memperkaya literatur mengenai penerapan *service quality* (SERVQUAL). Selain itu, penelitian ini juga dapat menjadi referensi bagi studi selanjutnya terkait hubungan kualitas pelayanan, fenomena viral, dan keberlanjutan usaha UMKM.

1.5.2 Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat praktis sebagai berikut:

- a. Bagi UMKM Warung Bu Gendut Jagakarsa, hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran kondisi kualitas pelayanan UMKM Warung Bu Gendut Jagakarsa pasca viral sebagai bahan evaluasi, serta menjadi dasar dalam merumuskan strategi *customer retention* yang lebih efektif melalui pendekatan *service quality* (SERVQUAL), sehingga dapat meningkatkan kepuasan pelanggan, mendorong pembelian ulang, serta menjaga stabilitas pendapatan dan keberlanjutan usaha.
- b. Bagi penelitian selanjutnya, hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi dan bahan kajian dalam pengembangan ilmu manajemen pemasaran, khususnya terkait kualitas pelayanan dan *customer retention* pada UMKM, serta sebagai bahan pembelajaran dalam memahami penerapan *service quality* (SERVQUAL) secara praktis. Selain itu, penelitian ini juga dapat menjadi acuan bagi penelitian selanjutnya dalam mengkaji dan mengembangkan topik serupa, terutama terkait optimalisasi kualitas pelayanan dan strategi *customer retention* di berbagai sektor usaha.

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

BAB V**KESIMPULAN DAN SARAN****5.1 Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan mengenai strategi *customer retention* pada UMKM Warung Bu Gendut Jagakarsa pasca viral dengan pendekatan *Service Quality* (SERVQUAL), maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

- a. UMKM Warung Bu Gendut Jagakarsa telah menerapkan kelima dimensi *Service Quality* (SERVQUAL), yaitu *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, *empathy*, dan *tangible* dalam pelayanan sehari-hari pasca viral. Secara umum, penerapan kelima dimensi tersebut sudah berjalan dengan baik dan mendapat penilaian positif dari pelanggan. Dimensi *empathy* merupakan dimensi yang paling dominan mendorong kunjungan ulang, tercermin dari sikap karyawan yang ramah, sopan, komunikatif, dan penuh perhatian sehingga pelanggan merasa dihargai. Dimensi *reliability* juga dinilai kuat, ditunjukkan oleh konsistensi kualitas produk, ketepatan pesanan, dan penanganan keluhan yang responsif. Dimensi *tangible* mendapat respons positif dari pelanggan terutama pada aspek kebersihan, kerapian, dan tampilan produk, serta ketersediaan fasilitas pendukung yang memadai. Dimensi *assurance* terwujud melalui kompetensi karyawan yang baik dalam menjelaskan menu, memberikan rekomendasi, serta kebijakan kompensasi atas kesalahan layanan yang membangun kepercayaan pelanggan. Sementara itu, dimensi *responsiveness* secara umum sudah baik, namun masih terdapat peluang peningkatan pada kecepatan pelayanan dan kesesuaian waktu tunggu saat kondisi ramai, khususnya pada akhir pekan dan periode tertentu seperti bulan Ramadan.
- b. Optimalisasi strategi kualitas pelayanan UMKM Warung Bu Gendut Jagakarsa pasca viral berdasarkan pendekatan SERVQUAL bertujuan untuk meningkatkan *customer retention* secara berkelanjutan. Dimensi *reliability*, *assurance*, dan *empathy* telah diterapkan dengan baik sehingga hanya perlu dipertahankan konsistensinya. Ketiga dimensi ini menjadi fondasi kuat yang



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

mendorong kepuasan dan loyalitas pelanggan. Sementara itu, dua dimensi yang masih memerlukan optimalisasi lebih lanjut adalah *responsiveness* dan *tangible*. Pada dimensi *responsiveness*, Warung Bu Gendut Jagakarsa perlu mengoptimalkan manajemen sumber daya pada momen sibuk agar waktu tunggu pelanggan tetap terkendali dan kecepatan pelayanan tidak menurun signifikan saat kondisi ramai. Pada dimensi *tangible*, prioritas utama yang perlu segera direalisasikan adalah penambahan kanopi pada area *outdoor* guna meningkatkan kenyamanan pelanggan saat cuaca hujan, serta peningkatan kapasitas tempat duduk pada periode ramai. Dengan mengoptimalkan keseluruhan dimensi SERVQUAL secara konsisten, Warung Bu Gendut Jagakarsa diharapkan mampu mempertahankan pelanggan yang diperoleh selama masa viral dan mendorong pembelian ulang secara berkelanjutan, sehingga stabilitas pendapatan dan keberlangsungan usaha pasca viral dapat terjaga.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian ini, diperoleh berbagai temuan yang dapat menjadi bahan pertimbangan bagi pihak terkait. Saran yang diberikan disusun berdasarkan hasil analisis dan pembahasan penelitian dengan tujuan memberikan masukan yang konstruktif bagi pengembangan kualitas pelayanan, peningkatan loyalitas pelanggan, serta pengembangan penelitian selanjutnya. Adapun saran yang dapat diberikan adalah sebagai berikut.

- a. Bagi Warung Bu Gendut Jagakarsa, berdasarkan hasil penelitian disarankan untuk memprioritaskan perbaikan pada dimensi *responsiveness* dan *tangible* yang masih memerlukan optimalisasi. Pada dimensi *responsiveness*, usaha perlu meningkatkan efektivitas pelayanan saat terjadi lonjakan pelanggan melalui penambahan karyawan, penyusunan standar waktu pelayanan, dan evaluasi operasional secara berkala guna meminimalkan keterlambatan pelayanan yang dapat menurunkan kepuasan pelanggan. Selain itu, pada dimensi *tangible*, penambahan kanopi pada area *outdoor* perlu dilakukan untuk meningkatkan kenyamanan pelanggan selama berkunjung. Perbaikan pada kedua dimensi tersebut diharapkan dapat meningkatkan kualitas



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

pengalaman pelanggan dan mendorong terjadinya kunjungan ulang secara berkelanjutan.

- b. Bagi industri UMKM kuliner, berdasarkan hasil penelitian disarankan untuk tidak hanya berfokus pada penciptaan viralitas di media sosial, tetapi juga mempersiapkan kualitas pelayanan dan kapasitas operasional secara memadai. Hal ini penting karena viralitas hanya mampu menarik pelanggan pada tahap awal, sedangkan keberlangsungan kunjungan pelanggan sangat dipengaruhi oleh kualitas pengalaman layanan yang diterima. Ketidaksiapan usaha dalam menghadapi lonjakan permintaan berpotensi menimbulkan keterlambatan pelayanan, penurunan kualitas produk, dan ketidaknyamanan pelanggan yang dapat berdampak pada rendahnya kunjungan ulang serta munculnya ulasan negatif. Oleh karena itu, UMKM kuliner perlu melakukan evaluasi kualitas pelayanan secara berkelanjutan melalui pendekatan SERVQUAL agar mampu mempertahankan pelanggan dan menciptakan pertumbuhan usaha yang lebih stabil pasca viral.
- c. Bagi peneliti selanjutnya, berdasarkan hasil penelitian disarankan untuk menggunakan pendekatan kuantitatif atau *mixed methods* guna memperoleh pemahaman yang lebih komprehensif mengenai pengaruh kualitas pelayanan terhadap *customer retention* pada UMKM kuliner. Pendekatan tersebut diperlukan untuk mengukur besarnya kontribusi masing-masing dimensi SERVQUAL secara empiris sekaligus memperkuat temuan kualitatif yang telah diperoleh. Selain itu, penelitian dapat diperluas pada beberapa UMKM kuliner yang pernah mengalami fenomena viral serta menambahkan variabel lain, seperti *customer experience*, kualitas produk, pemasaran digital, program loyalitas, dan *online reviews*, sehingga diperoleh pemahaman yang lebih mendalam mengenai faktor-faktor yang memengaruhi *customer retention* pasca viral.



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

DAFTAR PUSTAKA

- Abubakar, R. (2021). *Pengantar metodologi penelitian*. Yogyakarta: SUKA-Press UIN Sunan Kalijaga Jl.
- Alzair, M. A. (2025). Pengaruh Dimensi Kualitas Layanan Dalam Meningkatkan Kepuasan Pelanggan Pada Umkm Mr.Geprek.
- Amatullah, S. (2023). Penerapan Customer Relationship Management Untuk Meningkatkan pelayanan Pendidikan Menggunakan Metode SERVQUAL. *Journal of Computer Science and Information Technology (JCSIT)*, 1(1), 1–10.
- Anisa, K., Izzaty, W., Saragih, H. S., & Suhairi. (2021). Strategi Pemasaran Global Dan Riset Pasar Terhadap Penjualan Batik Dalam Menghadapi Persaingan. *Jurnal Manajemen Akuntansi (JUMSI)*, 1(3), 21–25.
- Annisa, N., Hasnurofiq, & Kadir, A. (2023). Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan di Caffe Titik Koma Banjarmasin. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Perbankan Syariah Sekolah Tinggi Ekonomi Dan Bisnis Syariah (STEBIS) Indo Global Mandiri*, 3 No. 2(2014).
- Boentoro, Y., & Paramitha, S. (2020). Komunikasi Pemasaran Digital dalam Menciptakan Brand Awareness Bisnis UMKM (studi Kasus Kopi Kwang Koan). *Prologia 4.1 (2020): 141-146*.
- Budiono, R., & Sondang, Y. (2020). Pengaruh Service Quality Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Customer Satisfaction Sebagai Variabel Intervening Pada Ritel Bioskop The Premiere Surabaya. *Jurnal Strategi Pemasaran 2.1 (2014): 1-7, 2(1), 1–7*.
- Chandra, T., Chandra, S., & Hafni, L. (2020). *Service Quality Consumer Satisfaction, dan Consumer Loyalty: Tinjauan Teoritis*. Malang: CV IRDH.
- Creswell, J. W., & Creswell, J. D. (2018). *Fifth Edition Research Design Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches*. SAGE Publications, Inc.
- Daud, S., Chintana, A. J., Oktaviani, M., & Amelia, T. (2024). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Kewirausahaan Umkm Kuliner (Studi Kasus Rumah Makan Mister Geprek Di Bandar Lampung). *ProBusiness: Management Journal*, 15(6), 142–149.
- Dewi, Y. P. P., Mariam, I., & Wijayanti, M. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan Mujigae Resto Depok. *Epigram*, 16(2), 195–204.
- Effendy, A. A., & Sunarsi, D. (2020). Persepsi Mahasiswa Terhadap Kemampuan Dalam Mendirikan UMKM Dan Efektivitas Promosi Melalui Online Di Kota Tangerang Selatan. *JIMEA Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, Dan Akuntansi)*, 4(3), 702–714.



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

- Fadiya, A., Anggun, H., & Hero, F. (2021). Pengaruh Viral Marketing Terhadap Minat Beli Konsumen Richeese Factory Bandar Lampung. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis (JMB)*, 3(1), 15–23.
- Fais, M. A., & Mohamad, S. (2025). Meningkatkan Nilai Sistem Pemasaran Usaha Umkm Ud. XYZ Menggunakan Metode SERVQUAL: Analisis Kualitas Layanan Dan Kepuasan Pelanggan. *Jurnal REKAVASI*, 13(1), 25–32.
- Fazri, B., Chandra, E., Utamaningsih, A., Nurtjahjani, F., Studi, P., Manajemen, D., ... Negeri, P. (2025). Pengaruh Service Quality dan Brand Trust Terhadap Customer Retention di Auto2000 Cabang Sukun Kota Malang. *Jejak Digital: Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, 1(5), 3886–3901.
- Hakim, F. R., & Sulistiyowati, W. (2022). Strategi Peningkatan Kualitas Pelayanan Untuk Kepuasan Pelanggan dengan Integrasi Metode SERVQUAL, QFD dan TOPSIS. *Jurnal Ilmiah Teknik Industri*, 6(2), 53–65.
- Hamdi, N., Arif, T. M., Ramadhan, I., & Prakoso, M. A. (2025). Manajemen Operasional Pelayanan untuk Mengurangi Waktu Tunggu di Angke Heritage Restoran PIK 2. *Journal Inovasi Manajemen, Kewirausahaan, Bisnis Dan Digital*, 2.
- Harahap, F. H., Tobing, I. F., Suhaimi, M., & Batubara, M. (2023). Viral Marketing Pada Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Halal. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 9(01), 1448–1456. Retrieved from <https://jurnal.stie-aas.ac.id/index.php/jie> Jurnal
- Heryana, A. (2020). Informan dan Pemilihan Informan dalam Penelitian Kualitatif. *Universitas Esa Unggul 25 (2018): 15*.
- Hidayatulloh, P., & Mukti, Y. Y. (2023). Strategi Peningkatan Kualitas Pelayanan Menggunakan Metode Servqual Dan Tree Diagram Di Arena Kopi. *E-Proceeding FTI*, 1–12.
- Hulu, M. K. (2026). Analisis Strategi Pemasaran dalam Meningkatkan Penjualan dan Kepuasan Pelanggan melalui Kualitas Pelayanan. *JIMAKUN: Jurnal Ilmu Manajemen Dan Akuntansi Nusantara*, 02.
- Ibrahim, F., & Widodo. (2025). Peran Viral Marketing dan Aktivitas Media Sosial terhadap Minat Beli Konsumen UMKM Kuliner di Kawasan Tlogosari , Kota Semarang. *ECo-Buss: Economics and Business*, 8(2). <https://doi.org/10.32877/eb.v8i2.3492>
- Kementrian Koperasi dan UKM. (2023). Laoraan Kinerja Tahun 2022 Deputi Bidang Koordinasi Ekonomi Digital, Ketenagakerjaan dan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah, 212.
- Niam, F., Rumahlewang, E., Umiyati, H., Dewi, N. P. S., Atiningsih, S., Haryati, T., ... Wajdi, F. (2024). *Metode Penelitian Kulitatif*. (E. Damayanti, Ed.). Bogor: WIDINA MEDIA UTAMA.



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

- Nisa, K. (2022). Analisis Pengaruh Pelayanan Terhadap Customer Retention Pada Pt . Bank Muamalat Indonesia Kc Balaikota Medan. *JHIBIZ: Global Journal of Islamic Banking and Finance*, 4(2), 1–19.
- Novianti, Gita, & Kadarisman, Y. (2021). Kreativitas Cook Dalam Teknik Food Plating Di Restoran Hotel Alpha Pekanbaru. *Jom Fisip*, 7.
- Nurhayati, L., & Wulandari, L. M. C. (2022). Analisis Peningkatan Kualitas Layanan Dengan Metode Servqual Dan QFD (Studi Kasus : Koperasi Delta Sari Sidoarjo). *Jurnal Teknik Industri*, 8(2), 244–253.
- Nurhayati, N., & Irawan, M. C. (2022). Strategi Waiter/Ss Dalam Meningkatkan Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Di Restoran Queen Food Cianjur Jawa Barat. *Jurnal Nusantara (Jurnal Ilmiah Pariwisata Dan Perhotelan)*, 5(2).
- Nurhidayat, S., Aulia, H., Maharani, M. F., Ifendi, M., & Tarbiyah, F. (2025). Implementasi Manajemen Kualitas Jasa Pendidikan Untuk Meningkatkan Kepuasan Pelanggan. *Journal of Transforming Education through Leadership, Innovation, and Teaching Excellence*, 01, 71–87.
- Pahlevi, C., & Musa, M. I. (2023). *Manajemen strategi*. Makassar: Intelektual Karya Nusantara.
- Priyatni, E. T., Suryani, A. W., Fachrunnisa, R., Supriyanto, A., & Zakaria, I. (2020). *Pemanfaatan NVivo Dalam penelitian Kualitatif*. Malang: Pusat Pendidikan LP2M Universitas Negeri Malang (UM).
- Rahayu, Ajeng, & Ester, R. S. (2023). Bukti Fisik , Daya Tanggap dan Empati dalam Mempengaruhi Kepuasan Konsumen Studio Shutterkeep Photography Cileungsi. *Jurnal Ekonomi Manajemen Bisnis*, 3(02), 137–146.
- Rahayu, Andriana, Tambunan, W., Pawitra, T. A., Ode, L., & Safar, A. (2022). Penentuan prioritas perbaikan layanan pengiriman barang pada industri logistik. *Journal Industrial Servicess Industrial Engineering Advance Research & Application*, 7(2).
- Rifqi, M., Setyanto, N. W., & Farela, C. (2025). Evaluasi Pelayanan Dan Kepuasan Konsumen Umkm “Ayam Geprexxx Bang Arif” Menggunakan Servqual Dan Root Cause Analysis. *Jurnal Rekayasa Sistem Dan Manajemen*, 02(12).
- Rusli, V., Pandjaitan, D. R. H. P., Manajemen, M., Lampung, U., Manajemen, D., & Lampung, U. (2023). Pengaruh Customer Relationship Management (CRM) Terhadap Customer Retention (Studi Pada Pelanggan Starbucks Coffee Di Bandar Lampung). *INNOVATIVE: Journal Of Social Science Research Volume*, 3, 3258–3272.
- Sarpiana, Maszudi, E., Hamid, R. S., Dewintari, P., & Wardani, K. P. (2023). Pengaruh Viral Marketing, Media Pemasaran Online, Kepercayaan Pelanggan Terhadap Keputusan Pembelian Tiktoshop. *Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah*, 6(2), 1359–1367.



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

- Sina, A. I. (2021). Strategi Bauran Pemasaran Konokae Coffee Yogyakarta. *Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen Yayasan Keluarga Pahlawan Negara Yogyakarta.*, 5–16.
- Sinambela, E. A., Retnowati, E., Ernawati, Lestari, U. P., & Universitas, M. M. (2022). Pengaruh Kualitas Layanan Dan Citra Perusahaan Terhadap Retensi Pelanggan Bengkel Resmi Honda Surabaya. *Jurnal Baruna Horizon*, 5(1), 17–25.
- Sugiyono. (2022a). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sulistiyowati, W. (2020). *Buku Ajar Kualitas Layanan: Teori dan Aplikasinya*. Sidoarjo: UMSIDA PRESS.
- Suryana, A., Hasibuan, I. F., Febdarina, S., Ramadhani, D., & Maryantina. (2026). Penerapan SOP Waiter/waitress terhadap Kualitas Pelayanan untuk Meningkatkan Kepuasan Tamu di Restaurant Peterseli Kitchen. *TOBA (Journal of Tourism, Hospitality and Destination)*, 5(1), 63–77. <https://doi.org/10.55123/toba.v5i1.7426>
- Ulfithroh, N. (2023). Strategi Pemasaran dan Harga dalam Upaya Peningkatan Efektivitas Penjualan Sensor Ac di CV . Fassa Group Bandung. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 7, 2016–2023.
- Wardhana, A. (2024b). *Service Quality & E-Service Quality in The Digital Edge-Edisi Indonesia*. Purbalingga: Eureka Media Aksara.
- Yang, H. A., & Wuisan, D. S. S. (2021). Faktor-faktor yang mempengaruhi customer retention : kasus dari linkaja. *Journal of Strategic Management*, 1(1), 60–70.
- Yogatama, A. N., & Wardhanie, A. P. (2022). Peran E-Service Quality Dalam Meningkatkan Penjualan Makanan Melalui Penggunaan Aplikasi ShopeeFood. *Journal of Technology and Informatics (JoTI)*, 3(2), 67–77.