

ANALISIS PENGARUH KEPUASAN PELANGGAN TERHADAP PENGAMBILAN KEPUTUSAN PEMBELIAN JAJANAN DI PASAR MALAM KODAM BRAWIJAYA SURABAYA

Yogi Surya Bhakti¹, Ezra Daniel Setiawan², Rusdi Hidayat N³, Indah Respati Kusumasari⁴

Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jawa Timur

e-mail: 23042010225@student.upnjatim.ac.id¹, 23042010215@student.upnjatim.ac.id²,
rusdi_hidayat.adbis@upnjatim.ac.id³, indah_respati.adbis@upnjatim.ac.id⁴

Abstrak – Pasar Malam Kodam Brawijaya di Surabaya dikenal sebagai salah satu lokasi kuliner yang digemari oleh masyarakat. Penelitian ini bertujuan untuk mengevaluasi tingkat kepuasan pelanggan serta pengaruhnya terhadap keputusan pembelian jajanan di tempat tersebut. Pengumpulan data dilakukan melalui survei dan wawancara, dengan menitikberatkan pada beberapa faktor seperti cita rasa, kebersihan, harga, dan kualitas pelayanan. Temuan dari penelitian ini memperlihatkan bahwa cita rasa jajanan serta kualitas layanan penjual secara signifikan mempengaruhi kepuasan dan keputusan pembelian. Namun, masih terdapat aspek-aspek yang memerlukan perbaikan, terutama terkait kebersihan dan penyampaian informasi produk. Meningkatkan faktor-faktor tersebut diharapkan dapat meningkatkan loyalitas konsumen dan daya tarik pasar malam ini.

Kata Kunci: Kepuasan Pelanggan, Keputusan Pembelian, Pasar Malam.

Abstract – *The Brawijaya Military Command Night Market in Surabaya is known as one of the culinary locations that are popular with the public. This study aims to evaluate the level of customer satisfaction and its influence on the decision to buy snacks in the place. Data collection was carried out through surveys and interviews, focusing on several factors such as taste, cleanliness, price, and service quality. The findings of this study show that the taste of snacks and the quality of seller service significantly affect satisfaction and purchase decisions. However, there are still aspects that need improvement, especially related to cleanliness and delivery of product information. Improving these factors is expected to increase consumer loyalty and the attractiveness of the night market.*

Keywords: *Customer Satisfaction, Purchase Decisions, Night Market.*

PENDAHULUAN

Pasar malam menjadi salah satu tempat yang banyak diminati oleh masyarakat, terutama di kota-kota besar seperti Surabaya. Pasar malam merupakan sebuah tempat rekreasi dan melakukan transaksi jual-beli bagi masyarakat (Dedek et al., 2022). Di antara berbagai pasar malam yang ada, Pasar Malam Khodam Brawijaya telah menjadi salah satu tujuan utama bagi penduduk Surabaya dan sekitarnya. Pasar ini menyajikan berbagai jajanan yang menarik, mulai dari kuliner tradisional hingga inovasi makanan modern. Keberadaan pasar malam ini tidak hanya memenuhi kebutuhan kuliner, tetapi juga berfungsi sebagai tempat berkumpul dan bersosialisasi bagi warga.

Dalam dunia bisnis, kepuasan pelanggan adalah faktor penting dari setiap bisnis yang sukses (Yang et al., 2023). Kepuasan pelanggan bukan hanya tentang kualitas produk itu sendiri, tetapi juga tentang seluruh pengalaman pembelian (Amedia & Putra Prayoga, 2024). Kepuasan pelanggan adalah bagian yang berhubungan dengan penciptaan nilai pelanggan. Karena terciptanya kepuasan pelanggan berarti memberikan manfaat bagi organisasi yaitu, memberikan dasar yang baik untuk pelanggan membentuk suatu rekomendasi dari mulut ke mulut yang dapat menguntungkan bagi organisasi, sehingga timbul keinginan dari pelanggan untuk membeli atau memakai jasa atau produk organisasi tersebut (Rio Sasongko & Penulis, 2021). Kepuasan pelanggan yang tinggi tidak hanya membangun loyalitas, tetapi juga berperan penting dalam memengaruhi keputusan pembelian. Pelanggan yang puas dengan pengalaman mereka saat membeli jajanan di pasar malam ini cenderung untuk kembali membeli, bahkan merekomendasikan tempat tersebut kepada orang lain. Sebaliknya, jika

mereka merasa tidak puas, hal ini dapat mengakibatkan hilangnya kepercayaan dan mengurangi keinginan mereka untuk berbelanja di masa depan. Oleh karena itu, penting bagi penjual untuk terus mengevaluasi dan meningkatkan setiap aspek dari pengalaman pelanggan, baik melalui interaksi langsung maupun digital, agar mereka tetap merasa puas dan dihargai atas layanan yang diberikan.

Jika pelanggan merasa bahwa produk atau layanan tersebut memenuhi atau bahkan melebihi harapan mereka, maka kepuasan pelanggan tercapai (Wardhana, 2024). Oleh karena itu, penting untuk menganalisis bagaimana kepuasan pelanggan memengaruhi keputusan pembelian jajanan di Pasar Malam Kodam Brawijaya. Kepuasan pelanggan tidak hanya memengaruhi pengalaman positif mereka selama berbelanja, tetapi juga berperan penting dalam menciptakan loyalitas dan keputusan untuk membeli. Pelanggan yang puas lebih cenderung kembali untuk melakukan pembelian, merekomendasikan tempat tersebut kepada orang lain, serta memberikan ulasan positif yang dapat memperkuat reputasi bisnis.

Menganalisis secara mendalam pengaruh kepuasan pelanggan terhadap keputusan pembelian jajanan di Pasar Malam Kodam Brawijaya menjadi hal yang sangat penting. Kepuasan pelanggan dan kepercayaan pelanggan berpengaruh signifikan dan positif terhadap loyalitas (Rafiah, 2019). Jajanan adalah daya tarik utama dari pasar ini, sehingga sangat diperlukan pemahaman tentang bagaimana pelanggan mengevaluasi berbagai aspek seperti rasa, kualitas, harga, serta variasi jajanan yang ditawarkan. Selain itu, analisis ini juga dapat mengungkapkan faktor-faktor lain yang memengaruhi tingkat kepuasan pelanggan, seperti kebersihan lingkungan pasar, tata letak stand, kenyamanan area makan, serta pelayanan yang diberikan oleh pedagang.

Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi berbagai faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan dan bagaimana hal tersebut berdampak pada keputusan pembelian jajanan di Pasar Malam Kodam Brawijaya Surabaya. Melalui analisis ini, diharapkan dapat memberikan wawasan yang mendalam dan bermanfaat bagi para pedagang, guna meningkatkan kualitas produk, memperbaiki layanan, serta menarik lebih banyak pengunjung ke pasar malam ini. Penelitian ini juga berpotensi membantu para pedagang dalam merumuskan strategi yang lebih efektif untuk mempertahankan dan meningkatkan basis pelanggan. Sebagaimana diungkapkan oleh (Amirah Khairi et al., 2024), Strategi pemasaran yang efektif tidak hanya mencakup pengenalan merek dan promosi produk, tetapi juga memahami kebutuhan dan preferensi pelanggan di berbagai pasar.

Berdasarkan penjelasan yang telah disampaikan sebelumnya, penelitian ini akan berfokus pada pengumpulan data melalui survei yang bertujuan untuk mengukur kepuasan pelanggan serta menganalisis bagaimana kepuasan tersebut memengaruhi keputusan pembelian mereka. Data yang dikumpulkan dari survei ini akan dievaluasi untuk menentukan sejauh mana elemen-elemen kepuasan, seperti kualitas produk, layanan yang diberikan, dan pengalaman berbelanja, berperan dalam memengaruhi pilihan pelanggan saat membeli jajanan di Pasar Malam Kodam Brawijaya. Harapannya, temuan dari penelitian ini tidak hanya dapat memberikan wawasan baru terkait perilaku konsumen, tetapi juga memberikan kontribusi berarti dalam pengembangan strategi pemasaran yang lebih efektif serta pengelolaan pasar malam yang lebih menarik dan efisien di Surabaya. Selain itu, penelitian ini diharapkan dapat menjadi acuan bagi para pelaku usaha di pasar malam untuk terus meningkatkan kualitas layanan dan daya tarik pasar, sehingga mampu mempertahankan pelanggan yang ada serta menarik pelanggan baru.

Dalam jangka panjang, temuan dari penelitian ini dapat dijadikan panduan bagi para pelaku usaha di pasar malam untuk memperbaiki kualitas layanan serta meningkatkan daya tarik pasar. Hal ini diharapkan membantu mereka dalam mempertahankan pelanggan yang sudah ada sekaligus menarik pelanggan baru. Dengan memahami lebih mendalam faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan, diharapkan Pasar Malam Kodam Brawijaya

Surabaya dapat terus berkembang dan memperkokoh posisinya sebagai salah satu pasar malam terdepan di Surabaya.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif, yang bergantung pada data deskriptif yang dikumpulkan melalui survei dan wawancara. Penelitian kualitatif adalah salah satu metode penelitian yang bertujuan untuk mendapatkan pemahaman tentang kenyataan melalui proses berfikir induktif (Rusli, 2021). Pendekatan ini memberikan kesempatan bagi peneliti untuk mengkaji secara mendalam fenomena terkait kepuasan pelanggan serta perilaku pembelian yang terjadi di pasar tersebut.

Metode deskriptif digunakan dalam penelitian ini untuk menggambarkan situasi di lapangan secara menyeluruh. Pasar Malam Kodam Brawijaya, yang berlokasi di Jalan Brawijaya, Surabaya, dipilih sebagai lokasi studi karena pasar ini menyajikan beragam pilihan jajanan, mulai dari makanan tradisional hingga jajanan kekinian, yang menjadi daya tarik bagi para pengunjung. Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi dan menganalisis bagaimana elemen-elemen kepuasan pelanggan, seperti rasa, kualitas, dan harga jajanan, memengaruhi keputusan pembelian pelanggan di pasar tersebut.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pasar Malam Kodam Brawijaya di Surabaya menjadi salah satu tujuan favorit yang menyediakan beragam kuliner, baik yang tradisional maupun modern. Penting untuk menganalisis bagaimana kepuasan pelanggan mempengaruhi keputusan pembelian jajanan di tempat ini, karena jajanan merupakan daya tarik utama yang menarik minat pengunjung. Kepuasan konsumen dapat dinilai dari berbagai aspek seperti cita rasa makanan, harga yang bersaing, kebersihan, serta kualitas layanan dari para penjual. Faktor-faktor tersebut memiliki peran signifikan dalam memengaruhi keputusan pembelian pelanggan di Pasar Malam Kodam Brawijaya. Menurut Desafitri, Irfal, dan Haryono (2024), Pelayanan yang ramah, efisien, dan profesional juga dapat meninggalkan kesan positif yang mendalam pada pelanggan, yang membuat mereka merasa dihargai dan kembali ke tempat tersebut.

Gambar 1. Grafik Jam Favorit Pengunjung



Sumber: <https://www.google.com/search?q=jam+ramai+pasar+malam+kodam+brawijaya+surabaya>

Berdasarkan data yang ada, puncak keramaian di Pasar Malam Kodam Brawijaya Surabaya pada hari Sabtu biasanya terjadi antara pukul 19.00 hingga 22.00 WIB, dengan jam tersibuk sekitar pukul 20.00 hingga 21.30 WIB. Pada saat-saat ini, pasar dipenuhi oleh berbagai pengunjung, terutama di area jajanan yang menjadi daya tarik utama. Para pedagang juga mengonfirmasi bahwa penjualan tertinggi, khususnya untuk jajanan dan minuman, sering kali terjadi dalam rentang waktu tersebut.

Situasi ini menunjukkan bahwa waktu kunjungan yang ramai tidak hanya mempengaruhi suasana pasar, tetapi juga berdampak besar pada keputusan pembelian jajanan. Dengan meningkatnya jumlah pengunjung, terdapat hubungan yang jelas antara jumlah orang yang hadir dan banyaknya transaksi yang terjadi. Oleh karena itu, melakukan analisis terhadap

tingkat kepuasan pelanggan di saat-saat sibuk ini sangat penting. Faktor-faktor seperti kualitas layanan, kecepatan penyajian, dan cita rasa makanan berperan signifikan dalam mempengaruhi keputusan pembelian konsumen di pasar malam ini. Memahami dinamika tersebut dapat memberikan wawasan berharga bagi para penjual untuk meningkatkan layanan dan produk yang mereka tawarkan, yang pada gilirannya dapat meningkatkan kepuasan pelanggan dan mendorong peningkatan penjualan.

Pada saat keramaian, penerapan strategi pemasaran yang efektif sangat penting untuk menarik lebih banyak pelanggan dan meningkatkan penjualan. Strategi pemasaran merupakan salah satu komponen kunci dari proses manajemen pemasaran yang dapat mengarahkan upaya pemasaran (Putri et al., 2023). Salah satu pendekatan yang dapat diambil oleh para penjual adalah memanfaatkan potensi media sosial sebagai alat promosi. Dengan memposting foto-foto yang menarik dan menggugah selera dari jajanan yang mereka tawarkan, serta membagikan ulasan positif dari pelanggan yang puas, para penjual dapat menciptakan daya tarik visual yang kuat. Platform seperti Instagram dan TikTok terbukti efektif dalam menjangkau audiens yang lebih luas, terutama di kalangan generasi muda yang aktif menggunakan media sosial.

Di samping itu, penawaran promosi atau paket spesial pada jam-jam sibuk dapat menjadi daya tarik tambahan bagi pengunjung. Contohnya, memberikan diskon untuk pembelian dalam jumlah tertentu atau menawarkan paket hemat yang mencakup berbagai jajanan bisa meningkatkan minat pelanggan untuk mencoba berbagai produk. Strategi ini tidak hanya akan menarik lebih banyak pelanggan, tetapi juga memperkaya pengalaman mereka dengan memberikan nilai tambah saat berbelanja.

Faktor-faktor lain yang berkontribusi terhadap kepuasan pelanggan juga perlu diperhatikan. Menyediakan informasi yang jelas mengenai bahan-bahan yang digunakan, harga, dan nilai gizi dari jajanan dapat meningkatkan transparansi dan membangun kepercayaan pelanggan. Saat pelanggan merasa lebih terinformasi, mereka cenderung lebih puas dengan keputusan pembelian yang diambil.

Dengan memahami dinamika keramaian serta preferensi pelanggan, para penjual dapat merancang strategi pemasaran yang lebih terarah. Ini tidak hanya membantu mereka menarik lebih banyak pengunjung selama jam sibuk, tetapi juga memperkuat loyalitas pelanggan yang telah ada. Dalam jangka panjang, strategi pemasaran yang tepat dapat memperbaiki hubungan antara penjual dan pelanggan, yang pada akhirnya akan meningkatkan kepuasan pelanggan dan mendorong peningkatan penjualan.

Secara keseluruhan, penerapan strategi pemasaran yang efektif dalam suasana keramaian di Pasar Malam Kodam Brawijaya Surabaya adalah langkah krusial untuk menciptakan pengalaman yang memuaskan bagi pelanggan. Dengan demikian, para penjual dapat memaksimalkan potensi keramaian yang ada dan sekaligus menciptakan lingkungan pasar yang menarik serta menyenangkan bagi seluruh pengunjung.

Rata-rata Kepuasan Pelanggan terhadap Jajanan di Pasar Malam Kodam Brawijaya Surabaya :

Faktor	Deskripsi	Persentase Kepuasan	Pengaruh terhadap Keputusan Pembelian
Kualitas Rasa	Rasa jajanan yang ditawarkan	90%	Sangat Mempengaruhi
Harga	Keterjangkauan harga jajanan	79%	Mempengaruhi
Kebersihan	Kebersihan tempat dan penyajian makanan	77%	Cukup Mempengaruhi
Pelayanan Penjual	Sikap dan keramahan penjual	94%	Sangat Mempengaruhi
Informasi Produk	Kejelasan informasi mengenai produk	78%	Cukup Mempengaruhui

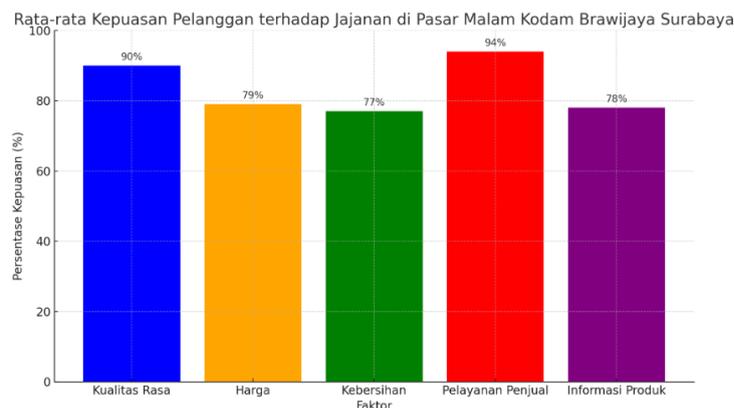
Berdasarkan data yang tersedia, tingkat kepuasan pelanggan di Pasar Malam Kodam Brawijaya Surabaya secara keseluruhan menunjukkan hasil yang positif. Dua aspek yang mencatat nilai tertinggi adalah kualitas rasa jajanan dan pelayanan dari penjual, dengan persentase masing-masing 90% dan 94%. Temuan ini mengindikasikan bahwa kedua faktor tersebut memiliki dampak yang signifikan dalam menarik perhatian dan mempertahankan minat pelanggan, yang pada gilirannya mempengaruhi keputusan mereka dalam membeli jajanan di pasar malam ini.

Banyak pengunjung menyatakan bahwa jajanan yang disajikan tidak hanya enak, tetapi juga memiliki rasa yang autentik, yang tentunya meningkatkan pengalaman kuliner mereka. Kualitas rasa yang tinggi menjadi salah satu pertimbangan utama dalam pengambilan keputusan pembelian, karena pelanggan merasa mendapatkan pengalaman kuliner yang istimewa dan berbeda dari tempat lain. Di samping itu, beragam variasi jajanan yang ditawarkan juga memberikan pilihan yang lebih banyak, sehingga pelanggan dapat dengan mudah memilih sesuai preferensi mereka saat berbelanja.

Pelayanan yang diberikan oleh para penjual juga mendapatkan pujian yang tinggi dari pelanggan, berkontribusi pada tingkat kepuasan yang keseluruhan. Layanan yang cepat, ramah, dan profesional menciptakan pengalaman berbelanja yang menyenangkan, yang dapat mendorong keputusan pembelian yang positif. Ketika pelanggan merasa dihargai dan mendapatkan pelayanan yang baik, ini tidak hanya menciptakan kepuasan dalam jangka pendek tetapi juga memperkuat niat mereka untuk kembali di masa mendatang.

Keterampilan penjual dalam memberikan pelayanan yang berkualitas sangat penting untuk membangun loyalitas di kalangan pelanggan. Dengan pendekatan yang hangat dan personal, pelanggan merasa lebih nyaman dan puas, sehingga meningkatkan kemungkinan mereka untuk kembali berkunjung. Hal ini dapat memperkuat reputasi Pasar Malam Kodam Brawijaya sebagai tempat yang tidak hanya menawarkan produk berkualitas, tetapi juga memberikan pengalaman berbelanja yang memuaskan, yang sangat berpengaruh terhadap keputusan pembelian jajanan di pasar malam tersebut.

Gambar 2. Grafik Rata Rata Kepuasan Pelanggan



Meskipun tingkat kepuasan pelanggan sudah cukup tinggi, masih terdapat kesempatan untuk meningkatkan aspek lain, seperti kebersihan dan informasi produk. Usaha untuk memberikan informasi yang lebih jelas terkait produk, termasuk bahan-bahan yang digunakan dan metode penyajiannya, dapat memberikan dampak signifikan terhadap keputusan pembelian jajanan di Pasar Malam Kodam Brawijaya Surabaya. Selain itu, peningkatan kebersihan di area penjualan harus menjadi prioritas utama, karena hal ini tidak hanya mempengaruhi keamanan makanan, tetapi juga kenyamanan pengunjung, yang pada akhirnya berdampak pada keputusan pembelian.

Berdasarkan data kepuasan pelanggan yang tercantum, terlihat bahwa faktor kualitas rasa dan pelayanan penjual sangat berperan dalam keputusan pembelian, dengan tingkat

kepuasan masing-masing sebesar 90% dan 94%. Di sisi lain, faktor kebersihan yang hanya mendapatkan 77% kepuasan dan informasi produk dengan 78% masih memerlukan perbaikan untuk meningkatkan pengalaman pelanggan secara keseluruhan.

Dari analisis tersebut, dapat disimpulkan bahwa meningkatkan elemen-elemen yang mempengaruhi kepuasan pelanggan, seperti kebersihan, kualitas pelayanan, serta informasi produk, dapat membantu pengelola Pasar Malam Kodam Brawijaya dalam melakukan strategi perbaikan yang akan meningkatkan pengalaman berbelanja pelanggan. Upaya ini tidak hanya penting untuk menjaga loyalitas pelanggan setia, tetapi juga untuk menarik pengunjung baru, yang berpotensi meningkatkan pendapatan pasar serta menjamin keberlanjutan operasional. Dengan secara rutin memantau dan merespons umpan balik pelanggan, pasar ini bisa tetap relevan dan mampu beradaptasi dengan tren dan preferensi konsumen yang terus berubah.

Berdasarkan penelitian yang telah kami lakukan, salah satu tantangan signifikan yang dihadapi oleh para pelanggan di Pasar Malam Kodam Brawijaya Surabaya adalah terkait dengan standar kebersihan di area tersebut. Kepuasan pelanggan merupakan faktor kunci dalam menentukan keberhasilan suatu usaha, mencakup berbagai aspek seperti kualitas makanan, layanan, dan kebersihan. Hasil survei awal mengungkapkan bahwa meskipun kualitas rasa jajanan serta layanan yang diberikan oleh penjual mendapatkan respon positif, masih ada beberapa masalah yang perlu diselesaikan. Salah satu isu utama adalah kebersihan di beberapa area penjualan tertentu. Menurut Agustina (2021) kebersihan sangatlah penting bagi kehidupan sehari-hari mencakup kebersihan jasmani dan rohani serta kebersihan lingkungan. Kebersihan yang kurang dapat berdampak pada pandangan pelanggan terkait rasa aman dan nyaman saat berbelanja. Meningkatkan standar kebersihan tidak hanya akan membantu meningkatkan kepuasan pelanggan, tetapi juga memberikan pengalaman berbelanja yang lebih baik dan menyenangkan bagi para pengunjung.

Dalam hal ini, analisis mengenai kepuasan pelanggan terhadap jajanan di Pasar Malam Kodam Brawijaya Surabaya memperlihatkan adanya perbedaan dalam penilaian mereka. Berdasarkan hasil survei dan wawancara, terungkap bahwa meskipun sebagian besar pelanggan merasa puas dengan pilihan jajanan yang tersedia, ada sejumlah aspek yang masih perlu diperbaiki, seperti kualitas rasa, harga, dan pelayanan. Beberapa pelanggan juga menyatakan bahwa rasa jajanan tidak selalu konsisten dan kebersihan stan penjual kurang diperhatikan, yang berdampak pada pengalaman mereka secara keseluruhan.

Firdauss, seorang pengunjung Pasar Malam Kodam Brawijaya Surabaya, menyatakan bahwa terdapat beberapa area di pasar yang kebersihannya masih perlu diperbaiki. Peningkatan kebersihan ini sangat penting agar pelanggan dapat merasa lebih nyaman saat berbelanja jajanan yang tersedia. Selain masalah kebersihan, Firdauss juga menekankan pentingnya penataan stand yang lebih rapi dan teratur. Dengan penataan yang baik, pembeli akan lebih mudah mengakses berbagai jajanan yang mereka inginkan tanpa kesulitan.

Meskipun jajanan yang ditawarkan cukup menarik dan menggoda selera, ia berpendapat bahwa kebersihan dan kerapian stand serta lingkungan sekitarnya sangat berpengaruh terhadap kenyamanan belanja. Pelanggan lain juga menyatakan pendapat yang serupa dengan Firdauss. Mereka menekankan bahwa selain fokus pada kualitas rasa, penataan stand yang lebih baik juga diharapkan dapat mengurangi kepadatan saat berbelanja.

Dengan penataan yang lebih teratur, proses pembelian jajanan di Pasar Malam Kodam Brawijaya Surabaya diharapkan dapat berjalan lebih lancar dan nyaman. Banyak pengunjung berharap agar pihak pasar dapat meningkatkan kebersihan dan keteraturan stand-stand jajanan guna memperbaiki pengalaman berbelanja mereka. Semua masukan ini sangat penting bagi pengelola pasar untuk menciptakan lingkungan yang lebih baik bagi semua pengunjung.

Kepuasan pelanggan yang rendah terhadap jajanan di Pasar Malam Kodam Brawijaya Surabaya memberikan dampak signifikan terhadap pengalaman belanja mereka. Berdasarkan survei dan wawancara yang dilakukan, ditemukan beberapa masalah utama, seperti kebersihan

di area tertentu dan kualitas informasi produk yang kurang memadai. Masalah ini menyebabkan sebagian pelanggan ragu untuk kembali, yang berujung pada pengaruh negatif terhadap produktivitas para penjual. Sering kali, penjual menghabiskan waktu untuk menjelaskan produk atau memperbaiki kebersihan, padahal waktu tersebut seharusnya dapat dimanfaatkan untuk meningkatkan penjualan dan menarik lebih banyak pelanggan baru. Jika masalah ini tidak segera diatasi, efisiensi dan daya tarik pasar secara keseluruhan bisa mengalami penurunan.

Dalam hal ini, pemahaman dan penerapan strategi yang berorientasi pada kepuasan pelanggan menjadi sangat krusial bagi para penjual di Pasar Malam Kodam Brawijaya Surabaya. Langkah ini tidak hanya akan meningkatkan pengalaman belanja tetapi juga memperkuat citra profesional pasar. Pelanggan cenderung memberikan reaksi positif terhadap interaksi yang baik, yang pada gilirannya dapat meningkatkan loyalitas mereka terhadap jajanan yang ditawarkan. Kualitas hubungan antara penjual dan pelanggan sangat berpengaruh dalam menentukan tingkat kepuasan pelanggan.

Penelitian ini menggarisbawahi betapa pentingnya meningkatkan kepuasan pelanggan di Pasar Malam Kodam Brawijaya Surabaya sebagai kunci untuk meningkatkan pengalaman berbelanja secara keseluruhan. Melalui analisis yang mendalam, penelitian ini mengidentifikasi sejumlah faktor yang memengaruhi kepuasan pelanggan, termasuk kualitas rasa jajanan, kebersihan lingkungan, kualitas layanan, dan cara penyampaian informasi tentang produk. Meskipun beberapa elemen, seperti cita rasa dan keramahan penjual, mendapatkan umpan balik positif dari pelanggan, penelitian ini juga menunjukkan adanya tantangan yang perlu diatasi, terutama berkaitan dengan kebersihan dan penataan stand jajanan. Dengan memahami bagaimana kepuasan pelanggan berdampak pada pengambilan keputusan pembelian, pengelola pasar dan penjual dapat melakukan perbaikan yang diperlukan untuk meningkatkan pengalaman belanja di Pasar Malam Kodam Brawijaya Surabaya.

KESIMPULAN

Hasil penelitian ini menegaskan bahwa kepuasan pelanggan memegang peranan penting dalam memengaruhi keputusan pembelian di Pasar Malam Kodam Brawijaya Surabaya. Faktor-faktor utama yang memengaruhi kepuasan pelanggan meliputi kualitas rasa jajanan, kebersihan lingkungan, layanan penjual, serta kejelasan informasi produk. Berdasarkan data yang dikumpulkan, kualitas rasa dan keramahan penjual merupakan faktor yang paling berdampak signifikan terhadap keputusan pembelian, dengan tingkat kepuasan yang sangat tinggi. Namun, terdapat beberapa aspek yang perlu ditingkatkan, seperti kebersihan pasar, informasi produk dan penataan stand jajanan, yang dinilai belum memadai oleh pelanggan.

Peningkatan kebersihan dan penataan yang lebih baik dapat menciptakan pengalaman berbelanja yang lebih nyaman dan menyenangkan, yang pada akhirnya dapat meningkatkan loyalitas pelanggan serta menarik lebih banyak pengunjung. Selain itu, pengelola pasar dan para penjual harus terus memperhatikan kepuasan pelanggan secara keseluruhan untuk menjaga daya tarik pasar, mendorong peningkatan penjualan, dan memastikan keberlanjutan pasar di masa depan.

DAFTAR PUSTAKA

- Agustina, A. (2021). Perspektif Hadis Nabi Saw Mengenai Kebersihan Lingkungan. *Jurnal Penelitian Ilmu Ushuluddin*, 1(2), 96–104. <https://doi.org/10.15575/jpiu.12206>
- Amedia, B. T., & Putra Prayoga, A. (2024). ANALISIS MENDALAM TERHADAP HUBUNGAN ANTARA HARGA, KUALITAS, DAN KEPUASAN PELANGGAN: PERSPEKTIF DARI STAND BUNGA PANDAWA SURABAYA. *Neraca Manajemen, Ekonomi*, 6. <https://doi.org/10.8734/mnmae.v1i2.359>

- Amirah Khairi, U., Hasibuan, N., Zidan Riza Pratama, A., & Islam Negeri Sumatera Utara, U. (2024). STRATEGI PEMASARAN DAN POSISI TARGET SEBAGAI KUNCI KEBERHASILAN BISNIS. <https://doi.org/10.30651/jms.v9i1.21424>
- Dedek, W., Mahadipa, S., Anggita, M., Linggasani, W., & Parwata, W. (2022). Perihal yang Perlu Ditingkatkan pada Pasar Malam di Denpasar. *Jurnal Ilmiah Arsitektur*, 10(1), 153–157. <https://ejournal.warmadewa.ac.id/index.php/undagi/index>
- Putri, S., Azizah Tanjung, N., Agung, M., Noviola Fadillah, A., & Islam Negeri Sumatera Utara, U. (2023). PERENCANAAN STRATEGI DAN PROGRAM PEMASARAN GLOBAL. <https://doi.org/10.30651/jms.v8i4.21206>
- Rafiah, K. K. (2019). Analisis Pengaruh Kepuasan Pelanggan dan Kepercayaan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan dalam Berbelanja melalui E-commerce di Indonesia. 5(1), 46–56. <http://ejournal.unida.gontor.ac.id/index.php/altijarah>
- Rio Sasongko, S., & Penulis, K. (2021). FAKTOR-FAKTOR KEPUASAN PELANGGAN DAN LOYALITAS PELANGGAN(LITERATURE REVIEW MANAJEMEN PEMASARAN). 3(1). <https://doi.org/10.31933/jimt.v3i1>
- Rusli, M. (2024). Merancang Penelitian Kualitatif Dasar/Deskriptif dan Studi Kasus. <http://repository.uin->
- Wardhana, A. (2024). CONSUMER BEHAVIOR IN THE DIGITAL ERA 4.0-EDISI INDONESIA PENERBIT CV. EUREKA MEDIA AKSARA.
- Yang, F., Kepuasan, M., Minat, D., Ulang, B., Kafe, P., Tahulending, A. A., Kakalang, J. F., Pasuhuk, L. S., Karinda, A. F., Ekonomi, F., & Bisnis, D. (2023). SEIKO : Journal of Management & Business. *SEIKO : Journal of Management & Business*, 6(2), 219–227.