

ABSTRAK

Untuk menggaet potensi market yang besar maka perlu untuk memaksimalkan pelayanan karena perkembangan zaman yang terus berkembang secara pesat dimana masyarakat semakin menghargai waktu sehingga mendorong para penyedia layanan untuk memberikan pelayanan yang cepat, cekat dan tentunya memiliki kepuasan dan berakhir pada loyalitas pelanggan. Sebuah kepuasan dan berakhir dengan loyalitas tentunya dapat memberikan benefit kepada toko retail yang berdampak pada perkembangan bisnis.

Tujuan dari penelitian ini dilakukan untuk memberikan kebermanfaatn yang berkenaan dengan pengembangan teori marketing penggunaan finansial technology dan manajemen antrian yang diharapkan dapat memberikan pemahaman teoritis hubungan antar disiplin ilmu pengetahuan yang berkenaan dengan optimalisasi sehingga dapat memberikan kontribusi baik dalam literatur maupun kontribusi terhadap perusahaan dalam peningkatan proses bisnis yang ada.

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian yang dilakukan yakni kuantitatif deskriptif dengan kategori latar penelitian noncontrived settings yakni penelitian yang dilakukan pada peristiwa yang alamiah dengan pendekatan secara deduktif atau memperdayakan teori yang pernah ada dalam menguji signifikansi terhadap topik penelitian yang dilakukan. Media yang digunakan dalam membantu melakukan olah data yakni menggunakan Smart PIs 4.1.0.9 dan menambahkan perhitungan menggunakan metode ϵ dalam memperkuat nilai tidak hipotesis tidak langsung.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa manajemen antrian yang efektif memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan, khususnya dalam aspek pengalaman menunggu dan persepsi waktu tunggu. Adopsi sistem pembayaran digital yang efisien, aman, serta mudah digunakan juga terbukti meningkatkan kepuasan pelanggan, terutama melalui faktor kredibilitas dan kemudahan penggunaan. Selain itu, citra merek yang kuat dengan kualitas, daya tarik, dan keandalan tinggi secara langsung meningkatkan kepuasan pelanggan. Secara tidak langsung, baik manajemen antrian, sistem pembayaran digital, maupun citra merek yang positif mampu memberikan peningkatan loyalitas pelanggan melalui mediasi kepuasan pelanggan. Penelitian ini mempertegas bahwa kesesuaian layanan dengan ekspektasi pelanggan dalam mempertahankan loyalitas pelanggan di sektor retail itu sangat penting.

Kata Kunci: Toko Retail, Kepuasan Pelanggan, Loyalitas Pelanggan.