

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PT INDAH EXPRES SURABAYA

¹Aufa Izzuddin Baihaqi, ²Selina Ashilah Zein dan ³Ikrima Noka Wardani
Administrasi Bisnis FISIP UPN “Veteran” Jatim

ABSTRACT

The success or failure of a service company is customer satisfaction based on the service quality of the company. The purpose of this study, namely to determine the effect of service quality on customer satisfaction Indah Express Surabaya Branch. In this study, researchers used quantitative research methods. The population in this study, namely the consumers or users of the goods care services of Indah Express Surabaya. Samples were taken as many as 100 respondents using the Non-Probability Sampling technique and using the Accidental Sampling approach, which is where the sampling technique is based on chance. The point is that anyone who happens to meet the researcher can be used as a sample. The data analysis method used is in the form of Validation and Reliability Test. Based on the obtained significance value of $0.002 < 0.05$. The results of this study can be said that the quality of service affects customer satisfaction.

Keywords: Service Quality, Customer Satisfaction

ABSTRAK

Sukses tidaknya sebuah perusahaan jasa adalah kepuasan konsumen yang berdasarkan pada kualitas pelayanan perusahaan tersebut. Tujuan dari penelitian ini, yaitu guna melihat berpengaruh tidaknya kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen di PT Indah Expres Surabaya. Dalam penelitian ini, peneliti menerapkan metode penelitian kuantitatif. Populasi pada penelitian ini, yaitu para konsumen atau pengguna jasa penitipan barang Indah Expres Surabaya. Sampel yang diambil sebanyak 100 responden dengan menggunakan teknik Non-Probability Sampling dan menggunakan pendekatan Accidental Sampling, yaitu dimana teknik pengambilan sampel berdasarkan kebetulan. Maksudnya adalah siapa yang kebetulan bertemu dengan peneliti dapat dijadikan sampel. Metode analisis data yang digunakan yaitu berupa Uji Validasi dan Reabilitas. Berdasarkan nilai signifikansi yang diperoleh sebesar $0,002 < 0,05$. Hasil penelitian ini dapat dikatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

Kata Kunci : Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pelangga

PENDAHULUAN

Perusahaan penitipan barang adalah usaha yang didirikan dan berjalan pada bidang jasa yang dipercaya masyarakat untuk menitipkan barang dari tempat satu ke tempat lainnya. Perusahaan jasa tersebut disebut juga dengan perusahaan ekspedisi. Beberapa ancaman saat ini dan pelaku usahanya harus menghadapinya dikarenakan pandemi ini adalah semakin banyak munculnya E-commerce diiringi juga semakin banyak pembukaan usaha jasa ekspedisi. Dengan adanya hal tersebut, agar lebih mudah dihadapi ancaman pesaing bisnisnya, sebuah pelaku usaha jasa ekspedisi memiliki semangat yang besar untuk bersaing terutama meningkatkan pelayanannya untuk para pelanggan. Pemberian kualitas layanan yang baik tentunya sangat berarti untuk perusahaan guna memuaskan para konsumen atas pelayanan perusahaan yang dimana kepuasan tersebut menjadi hal yang harus diterapkan agar adanya

kemudahan tercapainya kualitas dan umur keberlangsungan sebuah perusahaan.

Sebuah perusahaan tentunya diharuskan memiliki kemampuan dalam mengambil hati konsumen dari segmentasi yang ditetapkan oleh perusahaan untuk mencapai banyaknya penjualan target supaya dapat tetap berdiri dan dapat mengembangkan usahanya. dalam situasi saat ini, kepuasan pelanggan sangat berpengaruh terhadap kelangsungan bisnis perusahaan. Karena sebaik apapun produk dari sebuah perusahaan, jika konsumen tidak menyukainya maka produk tersebut tidak berharga bagi para konsumen.

Indah Expres merupakan sebuah perusahaan jasa angkutan barang yang dapat menjangkau kebutuhan jasa pengantar barang pada seluruh Kabupaten maupun Provinsi yang terdapat dalam penjuru negeri. Pusat Indah Expres terletak pada kota Jakarta juga memiliki hampir di seluruh penjuru negeri. Indah Express berhasil menguasai hampir seluruh penjuru daerah bertujuan untuk mengantar barang di Indonesia, dari Sabang sampai Merauke. Indah Express bentuk guna memenuhi kebutuhan konsumen terhadap pengantaran barang ke daerah-daerah di seluruh Indonesia.

Adapun Perusahaan lain juga yang sama bergerak dibidang jasa pengiriman barang di wilayah kota besar seperti Surabaya, diantaranya yaitu seperti JNE, J&T Express, Tiki, Pos Indonesia, beserta lainnya. Dapat dilihat bahwa banyak perusahaan jasa ekspedisi pesaing yang berdiri saat ini tentunya menjadi tantangan tersendiri untuk para pelaku usaha di bidang jasa pengiriman. Indah Expres dapat melayani pelanggan dalam pengiriman barang dengan tujuan berbagai kota kecil ataupun besar pada seluruh penjuru negeri. Pengiriman dimulai melalui paket-paket dengan ukuran kecil sampai besar. Indah Expres pun menyediakan tarif yang bersahabat dengan kantong masyarakat.

Adapun produk layanan yang diberikan oleh Indah Expres, yaitu pengiriman barang melalui Darat, Laut, City Kurir, Udara, Express Darat, Trucking, Towing. Selain itu juga berupa fitur tracking resi di web www.indahexpres.com yang dapat digunakan untuk memeriksa tarif, status pengiriman serta lokasi pengiriman dan penerima. Keunggulan yang dimiliki Indah Expres dibanding dengan perusahaan jasa pengiriman lain adalah Indah Express mempunyai armada tersendiri dalam melakukan kegiatan bisnis yang dilakukan untuk pengiriman ekspedisinya. Hal tersebut bertujuan untuk mengembangkan kualitas pelayanan yang ditawarkan dengan menjanjikan barang sampai dengan lead time yang ditentukan.

Kualitas pelayanan menjadi hal utama yang dapat berdampak pada kepuasan pelanggan. Kualitas pelayanan suatu perusahaan dapat menjadi kebanggaan tersendiri untuk industri, khususnya yang memiliki fokus pada sektor layanan pengiriman barang. Kualitas pelayanan merupakan salah satu faktor terpenting dalam mencapai kesuksesan bisnis. Apakah kualitas produk atau jasa itu baik atau buruk, serta konsistensi perusahaan itu sangat penting. Kualitas pelayanan dapat dinyatakan memenuhi jika jasa yang didapatkan oleh pengguna itu sesuai ataupun lebih atas mutunya dalam jasa yang diharapkan atas perusahaan tersebut. Akibatnya, kualitas layanan pelanggan menjadi hal pokok dalam kesuksesan bisnis karena dapat menciptakan sebuah kepuasan pelanggan.

Rumusan masalah pada penelitian ini adalah apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan PT. Indah Expres Cabang Surabaya.

Tujuan penelitian ini untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan PT. Indah Expres Cabang Surabaya.

KAJIAN PUSTAKA

Kualitas Pelayanan

Dalam pemikiran Tjiptono (2007) kualitas pelayanan berarti usaha dalam pemenuhan apa yang dibutuhkan juga diinginkan seorang pelanggan. Disamping itu semua juga perlu adanya

usaha dalam menyampaikan juga memberikan keseimbangan atas apa keinginan pelanggan. Kualitas layanan yang diberikan oleh perusahaan kepada konsumennya akan menimbulkan loyalitas pelanggan untuk tetap setia pada sebuah merk yang telah memenuhi kebutuhan juga keinginannya. Hal tersebut akan membuat perusahaan memiliki pelanggan tetap yang dapat mendukung keberlangsungan perusahaan dengan cara memuaskan pelanggan melalui pelayanan yang diberikan ketika pelanggan tersebut datang untuk membeli produk atau saja perusahaan. (Malik, 2019)

Pada perusahaan jasa tentunya kualitas pelayanan menjadi hal yang utama harus diperhatikan bagi perusahaan juga hal utama yang diperhatikan oleh pelanggan. Proses ketika menyampaikan jasa yang disediakan perusahaan akan menjadi penilaian pelanggan. Pemikiran oleh Suryani (2017), arti dari kualitas pelayanan yaitu sebuah keahlian ketika melahirkan dan menawarkan produk dalam bentuk barang maupun jasa yang menghasilkan kegunaan berdasarkan apa yang diinginkan juga dibutuhkan oleh pelanggan. (Mahira, 2021)

Dapat dikatakan bahwa kualitas pelayanan ketika sesuatu yang sangat penting dan harus menjadi perhatian perusahaan karena akan menjadi sebuah pandangan masyarakat terhadap perusahaan setelah menggunakan produk ataupun jasa perusahaan tersebut. Kualitas perusahaan juga bergantung pada kualitas pelayanannya terhadap konsumennya. (Abdul, 2020). Apa yang menjadi penilaian bagi masyarakat yang mengonsumsi produk tersebut menjadi acuan bagi sebuah perusahaan untuk meningkatkan kinerja juga produknya, terutama pada pelayanan konsumen. Suatu pelayanan yang memiliki kualitas adalah tindakan yang dimana akan menciptakan suatu kepuasan kepada pelanggan dengan tujuan agar penjualan dapat meningkat. (Wayan, 2022)

Dimensi Kualitas Pelayanan

Dalam kualitas pelayanan secara umum akan memiliki dimensi kualitasnya yang dapat berupa indikatornya. Yang dikemukakan oleh Tjiptono (2016) mengenai indikatornya yaitu seperti yang dibawah ini.

- a. Handal, artinya suatu keahlian seorang karyawan maupun perusahaan dalam pemenuhan keinginan juga kebutuhan masyarakat dalam bentuk pelayanan kepada mereka secara akurat berdasarkan apa yang sudah dijanjikan.
- b. Daya Tanggap, artinya suatu hal yang dimiliki oleh staff perusahaan untuk menyelesaikan masalah konsumen secara tanggap dan memuaskan
- c. Jaminan, artinya apa yang dimiliki oleh seorang karyawan adalah wawasan yang cukup mengenai perusahaan juga produk perusahaannya guna mengatasi keluhan yang diajukan oleh para pelanggan tanpa adanya keraguan.
- d. Perhatian, artinya perusahaan memberikan pengarahan juga merekrut karyawan yang memiliki kepedulian secara tulus kepada pelanggan dalam hal apapun untuk membuat pelanggan tersebut puas.
- e. Bukti Fisik, artinya, atribut yang dimiliki perusahaan harus digunakan oleh karyawannya ketika melayani konsumen sebagai bentuk pelayanan yang disiplin dengan menggunakan perlengkapan kerja seperti id card, seragam, dan sebagainya. Selain itu, peralatan komunikasi kerja karyawan juga harus siap sedia. (Reinhard, 2019)

Kepuasan Pelanggan

Menurut Kotler (2009), kepuasan pelanggan memiliki arti sebagai apa yang didapatkan atas dengan timbul sesudah melakukan perbandingan persepsi bersama kesan pada ciptaan produknya atas industri memiliki kesesuaian maupun tidaknya dengan yang diharapkan konsumen tersebut. Pelanggan yang puas akan membawa hal baik pada perusahaan karena

mereka akan menjadikan perusahaan sebagai tempat yang mereka percaya dalam hal pemenuhan kebutuhan dan keinginannya. Terutama pada perusahaan jasa ekspedisi yang dimana rasa puas konsumen harus diperhatikan ketika menggunakan jasa yang telah ditawarkan. (Aria, 2020)

Barang ataupun layanan dapat dibidang tidak bagus ketika jauh dari ekpetasi yang diharapkan oleh pelanggan. Dan, akan dikatakan bagus ketika hal tersebut menjadi lebih dari yang diekspetasi kan konsumen. Oleh karena itu, kepuasan ialah kegunaan dari pandangan maupun kesannya pelanggan pada harapan maupun kinerja karyawan yang menyediakan barang dan jasa dalam organisasi. Pelanggan tidak puas ketika kinerja di bawah harapan. Apabila kinerja telah sesuai harapannya, konsumen menjadi senang. Apabila kinerjanya lebih atas harapan, konsumen merasakan kesenangan maupun kepuasan yang berlebih. Kunci untuk meningkatkan kepuasan pelanggan dan menjadikannya setia adalah memberikan tingkat layanan yang lebih tinggi. Jika perusahaan tidak memenuhi harapan pelanggannya, pelanggan akan berpindah ke perusahaan lain.

Faktor Kepuasan Pelanggan

Kepuasan pelanggan merupakan kunci dari keberhasilan perusahaan beradaptasi dengan lingkungan dan menjadikan perusahaan tersebut memiliki umur yang panjang. Faktor-faktor yang dapat memberikan pengaruh kepuasannya konsumen adalah seperti di bawah.

- a. Produk maupun layanan yang dihasilkan, yakni ketika layanan maupun produknya membuahkan hasil melebihi kualitas atas kontrol kualitas terlebih dahulu yang mana pada saat diterima oleh pelanggan membuat mereka merasa puas. Karena ketika mereka merasakan kepuasan maka pelanggan akan melakukan pembelian ulang produk atau jasa yang dihasilkan perusahaan.
- b. Pelayanan, Sebuah perusahaan yang mempunyai layanan pelanggan baik adalah ketika perusahaan mampu menerima kritik dan saran untuk memperbaiki dan meningkatkan layanan kepuasan serta mampu mengatasi keluhan konsumen secara tanggap dan tepat terutama pada perusahaan jasa karena menjadi satu diantara hal dengan kefungsiannya guna memperoleh loyalitasnya konsumen.
- c. Kemudahan, yaitu kemudahan untuk mendapatkan produk dan jasa hingga pada kemudahannya bertransaksi dalam melakukan pembayaran. Konsumen tak menginginkan menunggunya dengan lama guna memperoleh layanan maupun produknya. Dan konsumen akan menginginkan sebuah kesepakatan yang bagus untuk produk dan jasa yang didapatnya tanpa adanya hambatan apapun. Hal tersebut akan membuat pelanggan kembali lagi untuk mendapatkan produk atau jasa dari perusahaan tersebut.

Dimensi Kepuasan Pelanggan

Pelanggan akan mendapatkan kepuasan jika apa yang menjadi harapan mereka dapat dipenuhi maupun bisa sangatlah senang jika melebihi keinginan konsumen. Sesuai dengan Irawan (2004:37), terdapat lima aspek kepuasan pelanggan yakni:

a. Price (Harga)

Untuk mereka yang tidak memperlmasalahkan harga hal ini memang bukan komponen yang menjadi masalah tetapi sebagian besar pelanggan yang peka terhadap harga dan akan berpikiran bahwa ia bisa memperoleh value of money ketika harganya sesuai dengan yang diharapkan oleh mereka.

b. Service Quality (Kualitas Layanan)

Pembentukan kepuasan pelanggan biasanya berkaitan dengan kualitas pelayanan dikarenakan pembentukan sikap maupun perilaku secara bersamaan beserta kemauan industri merupakan bukan tugas yang ringan jd sebaiknya perbaikan dilakukan sejak

proses perekrutan, pelatihan dan budaya kerja dan juga kualitas pelayanan bergantung pada sistem, teknologi, dan manusia.

c. **Product Quality (Kualitas Produk)**

Bentuk kepuasan pelanggan dalam menggunakan produk baik secara emosional ditunjukkan dengan cara bangga atau percaya diri saat menggunakan suatu produk yang mana artinya pelanggan menyukai kualitas produk tersebut.

d. **Efficiency (Kemudahan)**

Ketika pelanggan mudah menemukan produk atau jasa suatu perusahaan saat dibutuhkan disitulah timbul kemudahan dalam hal kenyamanan sebab merasakan kepuasan suatu produk ataupun pelayanan.

Hubungan Kualitas Pelayanan Dengan Kepuasan Pelanggan

Keterkaitan diantara kualitas pelayanan bersama kepuasannya pelanggan tentunya masih tersangkut paut dengan inovasi pelayanan. Mewujudkan pelayanan berkualitas tinggi yang nantinya ditujukan memperoleh kepuasan pelanggan, serta mampu menguasai tingkat harapan terhadap kualitas pelayanan. Kualitas pelayanan yang diberikan perusahaan ditujukan pemenuhan harapan pelanggan dari berbagai segi, seperti penampilan, keandalan, kepedulian, perhatian, daya tanggap dan keamanan pelanggan yang dimana akan dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan. Untuk dapat terus meningkatkan kualitas pelayanan yang diberikan oleh perusahaan kepada pelanggan agar pelanggan memiliki rasa puas. Salah satu faktor utama dalam kepuasan pelanggan adalah persepsi pelanggan terhadap kualitas pelayanan. Kesadaran akan kualitas layanan merupakan elemen dari kepuasan pelanggan secara keseluruhan.

METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan oleh peneliti dalam penelitian ini merupakan metode kuantitatif. Dengan populasi yang digunakan dalam penelitian ini, yaitu para konsumen atau pengguna jasa penitipan barang Indah Expres Surabaya. Sampel yang digunakan oleh peneliti adalah sebanyak 100 responden dengan teknik Non-Probability Sampling serta menggunakan pendekatan Accidental Sampling. Selanjutnya, dalam penelitian ini peneliti menggunakan metode analisis data berupa Uji Validitas dan Reliabilitas.

DATA KARAKTERISTIK RESPONDEN

a. **Klasifikasi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin**

Identitas responden berdasarkan jenis kelamin responden adalah bersifat heterogen, dimana responden adalah pelanggan PT. Indah Expres Surabaya laki-laki dan perempuan. Klasifikasi responden berdasarkan jenis kelamin dapat dilihat pada table berikut.

Tabel 1. Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Frekuensi (orang)	Persentase (%)
Laki-laki	34	34%
Perempuan	66	66%
Jumlah	100	100%

b. **Klasifikasi Responden Berdasarkan Usia**

Klasifikasi responden berdasarkan usia dapat dilihat pada table berikut.

Tabel 2. Umur

Umur (Tahun)	Frekuensi (orang)	Persentase (%)
20-25	80	80%
26-30	20	20%
Jumlah	100	100%

HASIL PENELITIAN

Uji Validitas

Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Pelayanan (X) diketahui nilai rata-rata r hitung yang didapatkan yaitu 0,281, diketahui nilai r tabel adalah 0,196 dan nilai rata-rata r hitung pada Variabel Kepuasan Pelanggan (Y) yaitu 0,459 juga diketahui untuk nilai r tabel yaitu 0,196. Jadi dapat disimpulkan bahwasanya semua item pernyataan kuesioner dikatakan valid dikarenakan telah berdasarkan teknik pengambilan keputusan yaitu menunjukkan bahwasanya r hitung $>$ r tabel, kemudian semua itemnya itu bisa dipergunakan selaku alat pengumpulan data.

Uji Reabilitas

Variabel	Jumlah Pernyataan	Chronbach's Alpha	Keterangan
Kualitas Pelayanan (X)	15	0,844	Reliabel
Keputusan Pembelian (Y)	3	0,821	Reliabel

Berdasarkan tabel diatas, menunjukkan bahwa nilai Chronbach's Alpha $>$ 0,60 dari masing- masing variabel dalam penelitian. Dapat diketahui variabel X juga Y dikatakan reliabel maupun handal, dikarenakan telah berdasarkan kriterianya pengambilan keputusan bahwasanya instrument dikatakan reliabel jika nilai Chronbach's Alpha $>$ dari 0,60

Analisis Koefisien Korelasi Sederhan

	Korelasi	Kualitas Pelayanan	Kepuasan Pelanggan
X	Korelasi Pearson	1	.813
	Sig. (2-tailed)		.002
	N	100	100
Y	Korelasi Pearson	.813	1
	Sig. (2-tailed)	.002	
	N	100	100

Melalui hasil analisis koefisien sederhana (r) diperoleh kualitas pelayanan beserta

kepuasan pelanggan yaitu 0,813. Perihal tersebut memperlihatkan bahwasanya terdapat korelasi secara kuat diantara kualitas pelayanan bersama kepuasan pelanggan. Kemudian arah hubungannya yaitu positif dikarenakan nilai (r) positif, artinya makin tinggi kualitas pelayanannya jadi makin meningkatkan kepuasannya pelanggan.

Analisis Regresi Linier Sederhana

Koefisien^a

Model		Koefisien Tidak Stabil		Koefisien Stabil		
		B	Kesalahan Std.	Beta	T	Sig.
1	(konstan)	4.220	2.009		0.870	.550
	kualitas	.676	.116	.760	6.533	.002

a. Dependent Variable: KEPUASAN PELANGGAN

Berdasarkan hasil persamaan regresi linier sederhana sebagai berikut :

$$Y = 4,220 + 0,676$$

Persamaan regresi linier diatas memperlihatkan hubungan antara variabel independensecara parsial.

Uji Koefisin Determinasi

Model Summary

Model	R	R Kuadrat	Disesuaikan R Kuadrat	Kesalahan Std. Dari perkiraan
1	.760 ^a	.240	.634	3.563

Sesuai dengan hasil penelitian pada tabel diatas, jadi diketahui nilai R square senilai 0,240, dengan berarti bahwa pengaruh kualitas pelayanan (X) terhadap variabel kepuasan pelanggan (Y) di PT JNE Kotamobagu berpengaruh sebesar 24%. Kemudian sisa tersebut senilai 76% diberikan pengaruh atas faktor lainnya dengan tak dilakukan penelitian pada penelitian ini.

Uji T (Parsial)

Koefisien^a

Model		Koefisien Tidak Stabil		Koefisien Stabil		
		B	Kesalahan Std.	Beta	T	Sig.
1	(konstan)	4.220	2.009		0.870	.550
	kualitas	.676	.116	.760	6.533	.002

b. Dependent Variable: KEPUASAN PELANGGAN

Pada tabel diatas, diketahui bahwa nilai t hitung sebesar 6,533 lebih besar dari nilai t tabel 1,984 dengan nilai signifikansi $0,02 < 0,05$. Kemudian bisa disimpulkan bahwasanya kualitas pelayanan memberikan pengaruh signifikan pada kepuasan pelanggan PT Indah Expres di Surabaya.

PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil uji kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan dengan menggunakan program pengolahan data SPSS 25, nilai yang didapatkan dalam uji validitas dan reliabilitas adalah r hitung $>$ r tabel dan reliabilitas Cronbach. Dapat dilihat beberapa hasil yang ditampilkan. Nilai alpha masing-masing konfigurasi variabel lebih besar sebesar 0,60. Artinya kuesioner yang menyajikan indikator-indikator untuk variabel-variabel tersebut reliabel. Setelah dilakukan analisis regresi linier sederhana diperoleh konstanta sebesar 4,220, yang berarti nilai konsistensi variabel kepuasan pelanggan sebesar 4,220 dan kualitas pelayanan sebesar 0,676. Nilai koefisien regresi sederhana adalah positif sebesar 0,813 yang termasuk dalam kategori baik. Untuk mencapai kepuasan pelanggan. Selain itu, uji t (sebagian) berdasarkan hasil pengolahan data menggunakan sistem SPSS 25, dengan nilai t hitung sebesar 6,533 $>$ nilai t tabel sebesar 1,984, sehingga dihipotesiskan sebagai berikut implikasi: Kualitas pelayanan berdasarkan kepuasan pelanggan pada PT Indah Express Surabaya diterima.

KESIMPULAN

Hasil penelitian dan analisis data yang dilakukan peneliti tentang pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan PT Indah Expres di Kota Surabaya dengan menggunakan pengolahan data SPSS 25, maka dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan PT Indah Expres di Surabaya, dengan demikian hipotesis yang telah dikemukakan dalam penelitian ini diterima. Dan agar terciptanya sebuah kepuasan pelanggan perusahaan harus memberikan pelayanan yang semaksimal mungkin, karena semakin baik kualitas pelayanan yang diberikan oleh PT Indah Expres Surabaya maka semakin tinggi pula tingkat kepuasan pelanggan yang diterima.

DAFTAR PUSTAKA

- Azis, A. 2020. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Insight Management Journal*, Vol.1(1).
- Ibrahim, M. Thawil, S. M. 2019. Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis (JRMB)*, Vol. 4(1).
- Mahira. Hadi, P. Nastiti, H. 2021. Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Indihome. *Prosiding Konferensi Riset Nasional Ekonomi, Manajemen, dan Akuntansi*, Vol. 2.
- Mulyapradana, A. Anjarini, A. D. Harnoto. 2020. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan di PT. Tempo Cabang Tegal. *Jurnal Ekonomi dan Ekonomi Syariah*, Vol. 3(1)
- Oktarini, R. 2019. Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna Jasa Aplikasi Gojek di Kota Tangerang. *Jurnal Sekretari*, Vol. 6(2).
- Putrana, I. W. Wajdi, M. Saraswati, K. W. 2022. Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Forum Manajemen*, Vol. 20 (1).
- Putri, V. A. Fatmasari, D. 2018. Hubungan Kualitas Pelayanan Dengan Kepuasan Pelanggan Alfamart di Kelurahan Srandol Wetan Semarang. *Majalah Ilmiah Inspiratif*. Vol. 3(5)
- Ritonga, H. M. Pane, D. N. Rahmah, C. A. 2020. Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Emosional Terhadap Kepuasan Pada Honda IDK 2 Medan. *Jurnal Manajemen Tools*, Vol. 12(2).
- Sudaryana, Y. 2020. Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepercayaan, dan Harga Terhadap

Kepuasan Konsumen pada Kantor Pos Indonesia (PERSERO) Kota Tangerang.
Journal of Management Review, Vol. 4(1).

Soromi, R. K. Pelleng, F. A. O. Kalangi, J. A. F. 2019. Pengaruh kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Transportasi Online Grab pada Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Sam Ratulangi. Jurnal Administrasi Bisnis, Vol. 9(1).