

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN KEPUASAN PELANGGAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PADA PENGGUNA JASA J&T EXPRESS DI KARESIDENAN SURAKARTA

Septy Agil Sejati, Soepatini

Prodi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis,
Universitas Muhammadiyah Surakarta, Indonesia

Email Corresponding:
Email: b100190396@student.ums.ac.id

Abstract.

This study aims to analyze the effect of service quality (X) and customer satisfaction (Z) on customer loyalty (Y) for J&T Express service users in the Surakarta Residency. The population in this study were J&T Express service users in the Surakarta Residency and obtained a sample of 90 respondents using the Purposive Sampling technique. The data collection method uses a questionnaire and is processed using Partial Least Square (PLS) analysis with SmartPLS 3.0 software. The results of this study indicate that service quality has a significant positive effect on customer satisfaction, customer satisfaction has a significant positive effect on customer loyalty, service quality has a significant positive effect on customer loyalty, and service quality has a significant positive effect on customer loyalty mediated by customer satisfaction.

Keywords: service quality, customer satisfaction, customer loyalty

PENDAHULUAN

Dengan adanya kemajuan teknologi di era globalisasi saat ini perkembangan dalam dunia bisnis pada bidang jasa pengiriman barang atau bisnis ekspedisi berkembang dengan pesat. Bisnis ekspedisi ini merupakan jenis usaha pada bidang jasa yang berorientasi pada pendistribusian barang dengan merencanakan, mengatur, dan mengendalikan pergerakan barang mulai dari pengiriman hingga sampai ke tempat tujuan. Saat ini Indonesia sedang *booming* dengan adanya transaksi *online* yang terlahir karena adanya kemajuan internet. Transaksi *online* ini terjadi pada pembelian dan penjualan melalui situs *online*. Dengan adanya potensi jual-beli pada situs *online* tersebut mampu melahirkan berbagai *platform e-commerce* seperti Shopee, Lazada, dan Tokopedia. Pengguna yang bertransaksi secara *online* dapat memilih *e-commerce* mana yang menjadi kesukaan mereka dengan mempertimbangkan fitur serta sistem pembayaran yang mudah dan cepat. Beberapa pengusaha *e-commerce* menyediakan berbagai pilihan dalam pengiriman barang kepada pembeli seperti melalui ekspedisi J&T Express, JNE, Pos Indonesia, TIKI, SiCepat, ID Express, Ninja Express, Anteraja dan DHL. Sebagai contoh pada *platform e-commerce* Shopee, para pelanggan lebih menyukai menggunakan ekspedisi J&T Express untuk pengiriman pesannya. Maka hal tersebut mampu membuat J&T Express dianggap sebagai pendukung munculnya perkembangan pada *e-commerce* di Indonesia. Dengan adanya kemajuan *e-commerce* tersebut mampu memberikan fleksibilitas, kemudahan, dan kenyamanan juga kesan personal saat melakukan transaksi (Chen et al. 2018).

J&T Express merupakan sebuah perusahaan jasa pengiriman barang yang berpusat di Jakarta, Indonesia. Perusahaan ini didirikan pada tanggal 20 Agustus 2015. J&T Express selalu mengedepankan IT dengan memanfaatkan kemajuan teknologi dan internet pada saat ini. J&T Express memiliki perkembangan yang sangat cepat dan pesat di Indonesia. Diberbagai penjuru kota-kota besar hingga pelosok pedesaan seperti di Karesidenan Surakarta dengan mudah dijumpai *outlet* atau agen ekspedisi J&T Express ini. Tidak hanya melalui *e-commerce*,

masyarakat atau pelanggan biasanya menggunakan ekspedisi J&T Express untuk pengiriman barang dan dokumen mereka. Hal tersebut membuat ekspedisi J&T Express pada tahun 2021 mampu menduduki posisi pertama pada *Top Brand Index* kategori Jasa Kurir. Berdasarkan data dari *Top Brand Index* tersebut di tahun 2021 mencapai 33.4%, dan di tahun 2022 mengalami penurunan menjadi 23,1%.

Tabel 1. 1
Perusahaan Ekspedisi Terbaik

BRAND	TOP BRAND INDONESIA 2022	
JNE	39.3%	TOP
J&T	23.1%	TOP
TIKI	11.1%	TOP
Pos Indonesia	8.5%	
DHL	6.9%	

Sumber: https://www.topbrand-award.com/top-brand-index/?tbi_year=2022

Berdasarkan data yang bersumber dari *Top Brand Index* Indonesia tahun 2022, dapat dilihat bahwa JNE menduduki posisi pertama dan J&T Express berada diposisi kedua. Hal tersebut tidak luput akan adanya daya saing dari jasa pengiriman barang lain yang menyebabkan ekspedisi dari J&T Express harus mengevaluasi serta meningkatkan lagi kualitas pelayanan agar bisa memikat daya tarik pelanggannya kembali. Kualitas pelayanan adalah suatu kondisi dimana seberapa jauh adanya suatu perbedaan antara harapan dan kenyataan yang diterima oleh pelanggan atas suatu layanan tersebut. Menurut Tjiptono (2007), kualitas pelayanan adalah suatu upaya pemenuh kebutuhan dan keinginan konsumen.

Pada sebuah penelitian yang dilakukan oleh Di et al (2020), yang berjudul “Analisis Kualitas Pelayanan dalam Meningkatkan Kepuasan Konsumen pada J&T Express di Kabupaten Banjar”, masalah yang diangkat adalah keterbatasan dalam pengemasan barang serta peningkatan pengiriman barang dari luar kota ke kabupaten Banjar yang menyebabkan keterlambatan pengantaran barang oleh sprinter ke konsumen sehingga mengakibatkan penurunan kualitas pelayanan yang menyebabkan ketidakpuasan pelanggan akan ekspedisi pengiriman yang disediakan oleh J&T Express di Kabupaten Banjar. Sehingga ketika kualitas pelayanan dianggap baik oleh pelanggan maka akan tercipta suatu penilaian yang lebih lanjut yakni terkait dengan kepuasan pelanggan.

Menurut Kotler & Keller (2013), kepuasan pelanggan adalah perasaan puas atau kecewa seseorang yang dihasilkan dari perbandingan performa produk atau hasil dengan ekspektasi. Dalam hal ini kepuasan pelanggan sebagai pertimbangan bagi perusahaan untuk meningkatkan kinerja terkait dengan peningkatan kualitas pelayanan. Pelayanan yang berorientasi untuk mencapai kepuasan pelanggan bukan hal yang mudah untuk didapatkan, karena akan banyak masalah yang ditemui pada pengelolaan pelayanan sebuah perusahaan dan kegagalan akan tercapainya kepuasan pelanggan. Ketika pelanggan merasa puas akan kualitas pelayanan yang diberika oleh perusahaan, maka akan tercipta loyalitas pelanggan terhadap produk barang atau jasa dari perusahaan tersebut.

Loyalitas pelanggan merupakan suatu hal yang sangat penting diperhatikan pada pihak perusahaan dan pelaku bisnis pada umumnya, hal ini juga nanti yang menjadi berkaitan dengan adanya hati pelanggan yang dimana merasa puas dengan adanya beberapa pelayanan dan kualitas yang diberikan pada perusahaan (Aleron & Nurhadi, 2022). Peneliti juga mengangkat isu dari hasil penelitian oleh Rubogora Felix (2017) dengan judul “Service Quality and Customer Satisfaction in Selected Banks in Rwanda”. Dimana penelitian tersebut menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan memberikan efek positif sebagai pemicu terjadinya loyalitas nasabah bank di Banque Populaire du Rwanda. Loyalitas merupakan kesetiaan seorang pelanggan terhadap suatu objek, dan dengan kesediaan pelanggan tersebut terhadap penggunaan produk barang dan jasa secara berulang-ulang dalam jangka waktu yang lama. Loyalitas konsumen sangat penting bagi perusahaan untuk meningkatkan sebuah keuntungan dari suatu

perusahaan. Dalam meyakinkan pelanggan untuk menggunakan jasa pengiriman dari J&T Express salah satunya adalah dengan menciptakan perilaku loyalitas pelanggan dengan efek jangka panjang.

Sebuah artikel yang diunggah oleh Mahmud (2019) yang menceritakan pengalaman menggunakan layanan J&T Express juga memiliki beberapa kekurangan seperti sering mengalami keterlambatan pengiriman barang pada layanan reguler. Layanan reguler tersebut telah terprogram dengan artian barang pelanggan akan sampai di tempat tujuan dalam kurun waktu 2-3 hari, tetapi terkadang bisa lebih dari estimasi tersebut. Tidak hanya itu, sering kali barang pelanggan mengalami kerusakan dan kehilangan saat proses pengiriman. Ketika barang yang diterima para pelanggan itu rusak atau bahkan hilang, tidak sedikit pelanggan mengadukan keluhan tersebut kepada *customer service* atau mendatangi langsung outlet J&T Express untuk mendapatkan pertanggungjawaban atas barang mereka. Namun terkadang pihak J&T Express dalam melayani keluhan para pelanggan tersebut tidak ditanggapi dengan baik dan cepat.

Dengan adanya pemaparan berbagai permasalahan dan pengangkatan isu dari penelitian terdahulu, maka diperlukan adanya penelitian lebih lanjut terkait dengan kualitas pelayanan, kepuasan dan loyalitas bagi pengguna jasa pada J&T Express. Peneliti memilih di daerah Karesidenan Surakarta karena mudah dijangkau. Maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul ***“Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Pengguna Jasa J&T Express di Karesidenan Surakarta”***.

METODE

Penelitian ini dilaksanakan di Karesidenan Surakarta. Karesidenan Surakarta merupakan daerah yang terbagi atas beberapa wilayah yaitu meliputi Karanganyar, Sukoharjo, Surakarta, Wonogiri, Boyolali, Klaten, Sragen. Alasan memilih Karesidenan Surakarta adalah karena banyak teman, saudara dan kerabat peneliti yang berdomisili di Karesidenan Surakarta sehingga menjadi representative yang cocok untuk melakukan penelitian. Ada penelitian ini sumber data berasal dari data primer. Data primer merupakan data yang diperoleh secara langsung dari objek penelitian yang didapatkan dari jawaban responden melalui pengisian kuesioner. Jawaban yang didapat dari penelitian ini adalah jawaban kuesioner dari jumlah responden pengguna jasa J&T Express di Karesidenan Surakarta. Populasi pada penelitian ini sebagian besar adalah teman, keluarga, kerabat, dan warga masyarakat penulis yang berdomisili di Karesidenan Surakarta yang telah menggunakan layanan jasa ekspedisi di J&T Express.

Penentuan banyaknya sampel dalam penelitian ini berdasarkan pendapat dari Ferdinand (2014), bahwa ukuran sampel tergantung pada jumlah indikator yang digunakan dalam seluruh variabel. Jumlah sampel adalah sama dengan jumlah indikator dikalikan 5 sampai dengan 10. Pada penelitian ini, jumlah variabel yang diteliti sebanyak 3 dengan total indikator adalah 18. Sehingga mengacu pada Ferdinand, maka jumlah sampel dalam penelitian ini adalah 90 responden. Teknik yang digunakan dalam pengambilan sampel pada penelitian ini adalah teknik *Purposive Sampling*. Teknik tersebut dilakukan sebagai bentuk dari penilaian peneliti terhadap aspek untuk memenuhi syarat dalam pengujian sampel (Sekaran, 2015). Adapun yang menjadi syarat dan kriteria sampel dalam penelitian ini adalah responden yang menggunakan jasa pengiriman J&T Express di Karesidenan Surakarta yang dalam sebulan minimal menggunakan jasa pengiriman tersebut sebanyak 1 kali.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil dari pengolahan data di atas dapat digunakan untuk menjawab hipotesis yang diajukan pada penelitian ini. Pengujian hipotesis dapat dilihat dari nilai *t-statistic* dan nilai *P-Values*. Hipotesis penelitian akan diterima apabila nilai *P-Values* < 0,05. Dan hasil pengujian hipotesis penelitian ini dijelaskan sebagai berikut:

Uji Pengaruh Langsung

Uji pengaruh langsung ditunjukkan pada tabel *path coefficient*, yang diperoleh melalui teknik *bootstrapping*. Jika suatu hubungan antar variabel bisa dikatakan signifikan atau mampu memberikan pengaruh apabila memiliki nilai *P-Values* < 0,05.

Tabel 1
Hasil Uji Pengaruh Langsung (Path Coefficient)

	<i>Original Sample (O)</i>	<i>Sample Mean (M)</i>	<i>Standard Deviation (STDEV)</i>	<i>T Statistic</i>	<i>P Value</i>
Kepuasan Pelanggan (Z) → Loyalitas Pelanggan (Y)	0.480	0.473	0.168	2.858	0.004
Kualitas Pelayanan (X) → Kepuasan Pelanggan (Z)	0.831	0.834	0.036	22.990	0.000
Kualitas Pelayanan (X) → Loyalitas Pelanggan (Y)	0.381	0.386	0.170	2.244	0.025

Sumber: Data Primer, diolah 2023

Pada tabel diatas mampu menunjukkan bahwa nilai *t-statistic* dari pengaruh langsung kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan sebesar 2.858 dan besar pengaruhnya adalah 0.480, dimana *P-Values* 0.004 < 0,05. Sehingga kesimpulannya bahwa kepuasan pelanggan mempengaruhi secara positif signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Maka hipotesis pertama diterima.

Nilai *t-statistic* pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan adalah 22.990, dimana besar pengaruhnya 0,831 dan *P-Values* 0,000 < 0,05. Sehingga kesimpulannya bahwa kualitas pelayanan mempengaruhi secara positif signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Maka hipotesis kedua diterima.

Nilai *t-statistic* pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan adalah 2.244, dimana besar pengaruhnya 0,381 dan *P-Values* 0,025 < 0,05. Sehingga kesimpulannya bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Maka hipotesis ketiga diterima.

Uji Pengaruh Tidak Langsung

Pada uji pengaruh tidak langsung penelitian ini dapat dilihat melalui tabel *specific indirect effect* yang diperoleh dari teknik *bootstrapping*. Dimana suatu hubungan antar variabel dapat dikatakan signifikan atau mampu memberikan pengaruh apabila mempunyai nilai *P-Values* < 0,05.

Tabel 2.
Hasil Uji Pengaruh Tidak Langsung

<i>Indirect Effect</i>	<i>Ori</i>	<i>S</i>	<i>Stan</i>	<i>T-</i>	<i>P</i>
	<i>ginal</i>	<i>ampe</i>	<i>dard</i>	<i>Statistic</i>	<i>-</i>
	<i>Sample</i>	<i>Mean</i>	<i>Deviation</i>		<i>Value</i>
	<i>(O)</i>	<i>(M)</i>	<i>(STDEV)</i>		
Kualitas Pelayanan	0.3	0.	0.14	2.8	0
(X) → Kepuasan	99	394	1	35	.005
Pelanggan (Z) → Loyalitas					
Pelanggan (Y)					

Sumber: Data Primer, diolah 2023

Pada tabel diatas mampu menunjukkan bahwa nilai *t-statistic* pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelayanan melalui kepuasan pelanggan adalah 2.835, dimana besar pengaruhnya 0,399 dan *P-Values* $0,005 < 0,05$. Sehingga kesimpulannya adalah peran kepuasan pelanggan dalam memediasi hubungan antara kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan adalah positif signifikan. Maka hipotesis keempat diterima.

Penelitian ini menganalisis pengaruh kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan pada pengguna jasa J&T Express di Karesidenan Surakarta. Penelitian ini menggunakan 90 responden yang merupakan pengguna jasa J&T Express di Karesidenan Surakarta. Dengan pengelompokan berdasarkan usia responden mayoritas berusia 17-24 tahun sebesar 67,8%. Dan pengelompokan berdasarkan jenis kelamin responden mayoritas perempuan sebesar 64,4%. Sedangkan pengelompokan berdasarkan domisili responden mayoritas berada di daerah Karanganyar sebesar 53,3%. Setelah dilakukannya pengujian hipotesis maka hasil dari penelitian ini sebagai berikut:

Pengaruh Antara Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan

Dari hasil analisis hipotesis ini menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan mempengaruhi secara positif signifikan pada loyalitas pelanggan. Hasil pengujian hipotesis menunjukkan nilai *t-statistic* $2,858 > 1,967$ dan nilai *P-Values* $0,004 < 0,05$, sehingga bisa ditarik kesimpulan bahwa kepuasan pelanggan mempengaruhi positif signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada pengguna jasa J&T Express di Karesidenan Surakarta. Maka hasil ini mampu mendukung hasil dari penelitian terdahulu oleh I Gede dan Eka Sulistyawati (2020) bahwa kepuasan pelanggan berpengaruh positif signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada perusahaan Lila Tour and Travel.

Pengaruh Antara Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan

Dari hasil analisis hipotesis ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan mempengaruhi secara positif signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hasil pengujian hipotesis menunjukkan nilai *t-statistic* $22,990 > 1,967$ dan *P-Values* $0,000 < 0,05$. Sehingga bisa ditarik kesimpulan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh secara positif signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada pengguna jasa J&T Express di Karesidenan Surakarta. Maka hasil ini mampu mendukung dari hasil penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Constantinos, Nickolas, Lakhsmi (2017) bahwa kualitas pelayanan secara positif signifikan mempengaruhi kepuasan pelanggan hotel Airbnb di Thailand.

Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan

Dari hasil analisis hipotesis ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan mempengaruhi secara positif signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Hasil pengujian hipotesis menunjukkan nilai *t-statistic* $2,244 > 1,967$ dan *P-Values* $0,025 < 0,05$. Sehingga bisa ditarik kesimpulan bahwa

kualitas pelayanan berpengaruh secara positif signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada pengguna jasa J&T Express di Karesidenan Surakarta. Maka hasil ini mampu mendukung dari hasil penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Felix (2007) bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan di Banque Populaire du Rwanda cabang Kigali.

Pengaruh Kualitas Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan yang di Mediasi oleh Kepuasan Pelanggan

Dari hasil analisis hipotesis ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan mempengaruhi secara positif signifikan terhadap loyalitas pelanggan yang di mediasi oleh kepuasan pelanggan. Hasil pengujian hipotesis menunjukkan $t\text{-statistic } 2,835 > 1,967$ dan $P\text{-Values } 0,005 < 0,05$. Sehingga bisa ditarik kesimpulan bahwa kualitas pelayanan mempengaruhi secara positif signifikan terhadap loyalitas pelanggan yang di mediasi oleh kepuasan pelanggan pada pengguna jasa J&T Express di Karesidenan Surakarta. Maka hasil ini mampu mendukung dari hasil penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Singh dan Thakur (2012) bahwa kepuasan pelanggan mampu memediasi pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan toko ritel DB City Shopping Mall di Bhopal. Penelitian yang sama dilakukan oleh Aryani dan Rosita (2010) dalam penelitiannya menyatakan jika kepuasan pelanggan dapat memediasi pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah. Dimana jika nasabah bank mendapat kepuasan akan kualitas pelayanan maka secara langsung mampu melahirkan sikap loyal.

KESIMPULAN

Dilihat dari hasil analisis data penelitian di atas, dapat disimpulkan menjadi beberapa poin sebagai berikut:

1. Kepuasan Pelanggan berpengaruh positif signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan
2. Kualitas Pelayanan berpengaruh positif signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan
3. Kualitas Pelayanan berpengaruh positif signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan
4. Kualitas Pelayanan berpengaruh secara positif signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan yang dimediasi oleh Kepuasan Pelanggan

SARAN

Ada beberapa saran dari peneliti kepada pihak-pihak yang akan melaksanakan penelitian sejenis agar mendapatkan hasil yang lebih baik lagi diantaranya dengan:

1. Kepada peneliti selanjutnya sebaiknya meneliti layanan jasa lainnya & mengambil sampel dengan jumlah yang banyak dan lebih bervariasi lagi.
2. Kepada perusahaan J&T Express sebaiknya lebih meningkatkan kualitas pelayanannya lagi agar tercipta kepuasan pelanggan sehingga pelanggan menjadi loyal.

DAFTAR PUSTAKA

- Adamson, K. A., & Prion, S 2013, „Reliability : measuring internal consistency using cronbach’s α ”, *Clinical Simulation in Nursing*, 9, 179-180
- Aleron, B., & Nurhadi, N. (2022). Pengaruh kualitas layanan dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan pada pengguna jasa ekspedisi j&t express yang dimoderasi oleh garansi. *Forum Ekonomi*, 24(2), 375–385.
- Arikunto, S 2007, „*Manajemen Penelitian*”, Jakarta: Rineka Cipta
- Arikunto, S 2014, „*Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*”, Jakarta: Rineka Cipta
- Arikunto, Suharsimi 2010, ‘*Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Pendek*’, Jakarta; Rineka Cipta

- Aryani, D., & Rosita, F. (2010). Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan dalam Membentuk Loyalitas Pelanggan. *Jurnal Ilmu Administrasi Dan Organisasi*, 17(2), 114–126.
- Chen Y, Yu J, Yang S, Wei J. 2018. Consumer's intention to use self-service parcel delivery service in online retailing: An empirical study. *Journal of Medical Internet Research* 28(2):500–519.
- Di, T. E., Banjar, K., Yulianti, F., & Lalaofficialgmailcom, E. (2020). *Analisis Kualitas Pelayanan Dalam Meningkatkan Kepuasan Konsumen Pada. 1.*
- El Saghier, N., & Nathan, D 2013, „Service quality dimensions and customers“ satisfactions of banks in Egypt“, *In Proceedings of 20th International Business Research Conference* (Vol. 13)
- Fandy Tjiptono, 2007, *Strategi Pemasaran. Edisi ke dua*, penerbit Andi, Yogyakarta
- Fandy, Tjiptono. 2001. *Manajemen Jasa. EdisiKedua*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Ferdinand, A 2014, „Metode Penelitian Manajemen“, Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Gaffar, Vanessa. 2007. *Costumer Relationship Management and Marketing Public Relation*. Bandung: Alfabeta.
- Ghozali, Imam 2013, „Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21“, Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Griffin, J, 2005 *Customer's Loyalty Management*, CV. Mandar Maju, Bandung.
- Griffin, Jill. 2003. *Customer Loyalty : Menumbuhkan Dan Mempertahankan Pelanggan*. Jakarta, Airlangga
- Griffin, Jill. 2003. *Customer Loyalty: How to Earn, How to Keep It*. Lexington. An imprint Of The Free Press.
- Griffin, Jill. 2010. *Customer Loyalty*, Menumbuhkan dan Mempertahankan Kesetiaan Pelanggan. Alih Bahasa Dwi Kartini Yahya. Jakarta: Erlangga
- Han, H., & Hyun, SS 2015, 'Customer retention in the medical tourism industry: Impact of quality, satisfaction, trust, and price reasonableness', *Tourism Management*, 46, 20-29
- Hariana, F. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Citra Perusahaan Terhadap Keunggulan Bersaing J&T Express Di Kecamatan Taman Sidoarjo. *IQTISHADEquity Jurnal MANAJEMEN*, 2(2), 92.
- Hoa Nguyen, D., Jeong, E., & Chung, J 2018, „The potential impact of service quality uncertainty and retail pricing strategies on consumer purchase intention“, *Jaekwon Chung / Journal of Distribution Science* 16-12, 2018
- Hussein, Ananda Sabil. 2015. "Penelitian Bisnis dan Manajemen Menggunakan Partial Least Square (PLS) dengan smartPLS 3.0". www.researchgate.net.

- Karita, P. S., Wardana, M., & Suasana, K. A. G. (2015). Peran Kepuasan Pelanggan dalam Memediasi Pengaruh Kualitas Produk terhadap Loyalitas Pelanggan pada produk pewangi pakaian Molto di Kota Denpasar. *E-Jurnal Manajemen Unud*, 4(3), 715–730.
- Kasba, Harianto. 2018. *Pengaruh harga dan pelayanan purna jual terhadap kepuasan konsumen pada produk elektronika televisive merek Samsung di took Nusantara Teluk Kuantan*.
- Kotler dan Keller. 2007. *Manajemen Pemasaran 1, Edisi Keduabelas*. Jakarta : PT.Indeks.
- Kotler, P. and Keller (2013) *Manajemen Pemasaran*. 13 jilid 1. Jakarta Timur: Erlangga.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller, 2007. *Manajemen Pemasaran Edisi 12Jilid 1*. Jakarta: Indeks-Prentice Hall
- Kotler, Philip, & Armstrong, Gery, 2003, *Dasar – Dasar Pemasaran*, Jilid 1, Edisi 9, New Jersey
- Kotler, Philip, 2003. *Manajemen Pemasaran di Indonesia*, Salemba Empat, Jakarta
- Lupiyoadi, Rambat. 2009. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Salemba Empat.
- Margono 2004, *‘Metodologi Penelitian Pendidikan’*, Jakarta: Rineka Cipta
- Maria Stock, R., Jong, A. D., & Zacharias, N. A 2017. „Frontline employees' innovative service behavior as key to customer loyalty: Insights
- Metta Padyawati Kusuma Shandra. 2016. Kepuasan konsumen sebagai mediasi pengaruh kualitas pelayanan, brand image dan harga terhadap konsumen (Online) (Diakses pada 11 Desember 2022)
- Muslimah, I., Sikki Manggabarani, A., & Gunaedi Argo, J. (2021). Analisis kualitas layanan, kepuasan konsumen, dan loyalitas konsumen online shop nwe label. *Kolerasi Konferensi Riset Nasional Ekonomi, Manajemen Dan Akutansi*, 2, 822–838.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L 1985, „A conceptual model of service quality and its implications for future research“, *The Journal of Marketing*, 41–50
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L 1988, „Servqual: A multiple item scale for measuring consumer perc“, *Journal of retailing*, 64(1), 12
- Philip Kotler, 2002, *Manajemen Pemasaran, Edisi Millenium, Jilid 2, PT Prenhallindo*, Jakarta
- Philip Kotler, 2005, *ManajemenPemasaran , Jilid I dan II*, PT. Indeks, Jakarta
- Putro, S. W. (2014). Pengaruh Kualitas Layanan Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Dan Loyalitas Konsumen Restoran Happy Garden Surabaya. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 2(1), 1–9.
- Resita, Suharyono, dkk. 2015. *Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan dan loyalitas pelanggan pada pelanggan AUTO2000 Waru Surabaya*. 12Maret 2019.

- Rubogora Felix 2017, „Service quality and customer satisfaction in selected banks in rwand“, Journal of Business & Financial Affairs, 6:246
- Saputri, A. N. J., Apriani, V., & Sudrajat, A. (2021). Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Yang Dimediasi Oleh Kepuasan Pelanggan (J&T Express). *Value : Jurnal Manajemen Dan Akuntansi*, 16(1), 95–103.
- Sekaran, U 2015, „Metode Penelitian Untuk Bisnis“, Jakarta: Salemba Empat
- Singh, D. A. P., & Thakur, S. (2012). Impact of Service Quality on Costomer Satisfaction and Loyalty : In The Context of Retail Outlets in DB City Shopping Mall Bhopal. *Internasional Journal of Management Research and Review*, 2(12).
- Sugiyono. 2010. *Metode Penelitian Kuantitatif, kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta