

# Pengaruh Kepuasan Konsumen dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan di Cabang JNE Batang Kuis

Widya Agelia<sup>1</sup>, Fahmi Sulaiman<sup>2</sup>

<sup>1</sup>Program Studi Manajemen Pemasaran Internasional, Politeknik Cendana, Medan, Indonesia

<sup>2</sup>Program Studi Manajemen Perusahaan, Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen Sukma, Medan, Indonesia

Email: widyaagelia21@gmail.com<sup>1</sup>, fahmisulaiman@stimsukmamedan.ac.id<sup>2</sup>

## Abstrak

Penelitian ini memiliki tujuan untuk mengetahui dan menganalisis apakah kepuasan konsumen, kualitas layanan berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada Cabang JNE Batang Kuis. Salah satu hal yang mempengaruhi tingkat kepuasan pelanggan ialah kepuasan konsumen yang diberikan perusahaan. Maka dari itu, penulis ingin mengidentifikasi masalah tersebut. Metode yang digunakan adalah kuantitatif dengan rumus Slovin. Sampel penelitian adalah 81 responden dari populasi sebanyak 420 pelanggan. Pengumpulan data menggunakan kuisioner. Berdasarkan hasil penelitian, dapat ditarik kesimpulan bahwa kepuasan konsumen, kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan di cabang JNE Batang Kuis. Kepuasan konsumen, kualitas layanan mempunyai korelasi kuat dengan loyalitas pelanggan Cabang JNE Batang Kuis. Kontribusi kepuasan konsumen terhadap loyalitas pelanggan di Cabang JNE Batang Kuis adalah sebesar 20,7% sementara sisanya 79,3% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam model penelitian ini. Model regresi linier sederhana yang terbentuk antara kepuasan konsumen dan loyalitas pelanggan dalam penelitian adalah  $Y = 8,172 + 0,649 X_1 + 0,290 X_2$  atau loyalitas pelanggan  $Y = 8,172 + 0,649 X_1 + 0,290 X_2$  kepuasan konsumen, kualitas layanan.

**Kata Kunci:** Kepuasan Konsumen; Kualitas Pelayanan; Loyalitas Pelanggan

## 1. PENDAHULUAN

Pelanggan akan loyal terhadap suatu produk jika kebutuhan dan keinginan tercapai. Loyalitas pelanggan menyedot perhatian pembeli dengan memberikan aspek kepuasan pelanggan dan kualitas layanan. Perusahaan akan berhasil memperoleh pelanggan dalam jumlah yang banyak apabila dinilai dapat memberikan kepuasan bagi konsumen. Ketika konsumen telah merasa puas maka akan terjalin hubungan harmonis antara produsen dan konsumen menciptakan dasar yang baik bagi pembelian ulang dan membantu rekomendasi dari mulut ke mulut yang dapat menguntungkan sebuah perusahaan. Kualitas layanan adalah salah satu cara kerja perusahaan yang berusaha mengadakan perbaikan mutu secara terus-menerus terhadap proses, produk dan service yang dihasilkan perusahaan. Kualitas pelayanan merupakan upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketetapan penyampaian dalam mengimbangi harapan konsumen.

Cabang JNE Batang Kuis merupakan salah satu layanan penting yang menyediakan jasa pengiriman barang dan dokumen dengan cepat dan terpercaya. Cabang ini berkomitmen untuk memberikan pengalaman pelanggan yang optimal, dengan berbagai layanan, dengan berbagai layanan seperti pengiriman reguler, kilat, dan layanan khusus untuk kebutuhan bisnis. Dikenal karena sistem pelacak yang efisien dan jaringan distribusi yang luas, cabang JNE Batang Kuis melayani berbagai segmen pelanggan, mulai dari individu hingga perusahaan besar. Dengan pelayanan yang ramah dan profesional, cabang ini berupaya untuk membangun kepercayaan serta loyalitas pelanggan di Batang Kuis. Cabang JNE di Batang Kuis menghadapi berbagai permasalahan seperti word-of-mouth negatif di mana pelanggan yang tidak puas menyebarkan informasi buruk kepada orang lain, price sensitivity pelanggan yang tinggi menyebabkan mereka lebih cenderung beralih ke layanan pengiriman lain yang menawarkan tarif lebih rendah, Penyampaian barang yang terlambat atau dalam kondisi kurang baik.

Dengan terciptanya tingkat kepuasan pelanggan dan kualitas layanan yang optimal maka mendorong terciptanya loyalitas di benak pelanggan yang merasa puas. Loyalitas merupakan persentase dari orang yang pernah membeli dalam kerangka waktu tertentu melakukan pembelian ulang sejak pembelian yang pertama.

Berdasarkan latar belakang permasalahan di atas tujuan penelitian yang dilakukan oleh penulis antara lain: (1) Untuk mengetahui apakah ada pengaruh kepuasan konsumen terhadap loyalitas pelanggan di cabang JNE Batang Kuis, (2) Untuk mengetahui apakah ada pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan di cabang JNE Batang Kuis, (3) Untuk mengetahui apakah ada pengaruh kepuasan konsumen dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan di cabang JNE Batang Kuis.

## 2. TINJAUAN TEORITIS

Penelitian ini terdiri dari 3 variabel, yaitu variabel (x1) kepuasan konsumen, variabel (x2) kualitas pelayanan, variabel dan variabel (y) loyalitas pelanggan. "Kepuasan konsumen adalah tingkat kepuasan seseorang setelah membandingkan (kinerja atau hasil) yang dirasakan dibandingkan dengan harapannya" (Riyani, Larashat, dan Juhana 2021:314). Untuk menilai kepuasan konsumen ada beberapa indikator yaitu: (1) Kualitas yang diberikan sesuai yang dijanjikan (2) Pelayanan yang baik dan memberikan kepuasan bagi konsumen. Menurut Hermawan

dalam Siti Solikha (2020:177) menyimpulkan bahwa “kualitas layanan merupakan rangkaian bentuk istimewa dari suatu produksi ataupun pelayanan yang dapat memberikan kemampuan dalam memuaskan kebutuhan dan keinginan masyarakat”. Untuk mengukur indikator kualitas pelayanan yang baik menurut Atmaja dalam Lestari, Rahayu, dan Safitri (2022: 15-16) yaitu: (1) Bukti nyata, (2) Keandalan, (3) Daya tanggap. Menurut Engel dalam Saununu (2022:2220), “Loyalitas didefinisikan sebagai komitmen mendalam untuk membeli ulang atau mengulang pola preferensi atau layanan dimasa yang akan datang, yang menyebabkan pembelian berulang merek yang sama atau suatu set yang sama, walaupun ada keterlibatan faktor situasional dan upaya-upaya pemasaran yang berpotensi menyebabkan perilaku berpindah produk lain. Menurut Kotler dalam Ratih Huriati (2019: 18-19) konsep loyalitas pelanggan diukur dengan empat indikator yang menggambarkan sikap positif dan perilaku pembelian ulang yaitu: (1) Purchase intention, (2) Word of mouth, (3) Price sensitivity, (4) Complaining behavior.

### 3. METODOLOGI PENELITIAN

#### 3.1 Variabel Penelitian dan Jenis Penelitian

Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah kepuasan konsumen dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan di cabang JNE Batang Kuis. Dalam penelitian ini, metode penelitian yang digunakan adalah metode kuantitatif. Metode kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi dan sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan”.

#### 3.2 Populasi dan Sampel

Populasi merupakan seluruh kumpulan elemen yang menjadi amatan dalam suatu penelitian, atau seluruh kumpulan elemen yang digunakan dalam membuat beberapa kesimpulan. Adapun populasi dalam penelitian ini adalah seluruh masyarakat di Batang Kuis. Berdasarkan data dari JNE cabang Batang Kuis adalah sebanyak 420 orang yang merupakan jumlah populasi dalam penelitian ini. Sampel adalah sebagian elemen populasi, sehingga dapat menyajikan atau mewakili populasi secara keseluruhan. Metodologi pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah metode purposive sampling yaitu menggunakan teknik pengambilan sampel sesuai dengan kesanggupan dan kemampuan peneliti dalam penelitian ini. Sampel dalam penelitian ini ditentukan sebanyak 81 orang responden yang merupakan pelanggan yang menggunakan jasa JNE Cabang Batang Kuis.

#### 3.3 Karakteristik Responden

Karakteristik responden adalah untuk memberikan gambaran yang ingin diketahui mengenai keadaan diri responden yang menjadi sampel dalam penelitian. Berikut karakteristik penelitian:

**Tabel 1.** Karakteristik Responden

| No.   | Keterangan | Frekuensi | Presentase |
|-------|------------|-----------|------------|
| 1     | Pria       | 39        | 50%        |
| 2     | Wanita     | 42        | 50%        |
| Total |            | 81        | 100%       |

#### 3.4 Teknik Analisis Data

##### 3.4.1 Uji Normalitas

Uji normalitas penelitian dengan analisis statistik one-Sampel Kolmogorov-Smirnov test dengan tingkat signifikansi 0,05, jika signifikan  $\leq 0,05$  maka data tidak berdistribusi normal.

**Tabel 2.** Hasil Uji Normalitas

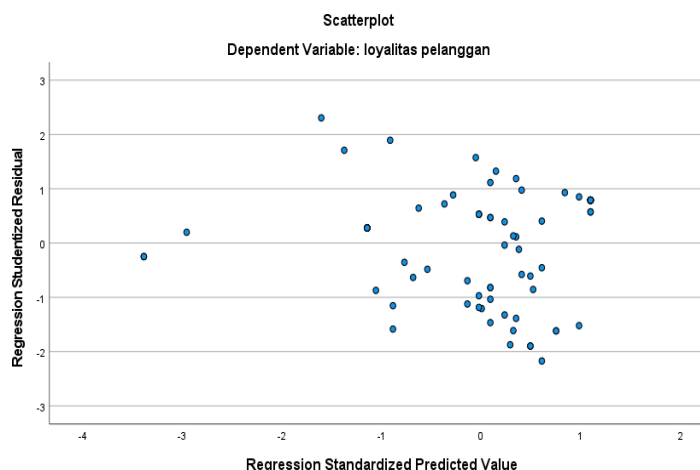
| One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test  |                |                         |
|-------------------------------------|----------------|-------------------------|
|                                     |                | Unstandardized Residual |
| N                                   |                | 81                      |
| Normal Parameters <sup>a,b</sup>    | Mean           | .0000000                |
|                                     | Std. Deviation | 4.63762168              |
| Most Extreme Differences            | Absolute       | .165                    |
|                                     | Positive       | .085                    |
|                                     | Negative       | -.165                   |
| Test Statistic                      |                | .165                    |
| Asymp. Sig. (2-tailed) <sup>c</sup> |                | .000                    |

- a. Test distribution is Normal.
- b. Calculated from data.

Uji normalitas penelitian berdasarkan Tabel 2 diatas, maka dapat diketahui nilai test statistic kolmogorov smirnov sebesar 0,165 dengan nilai signifikan lebih besar dari 0.05 . Hasil pengujian ini menunjukkan bahwa data berdistribusi normal.

### 3.4.2 Uji Heteroskedastisitas

Uji heterokedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari suatu residual pengamatan ke pengamatan yang lain atau tidak. Model regresi yang baik adalah homokedastisitas atau tidak terjadi heterokedastisitas. Untuk mendeteksi keberadaan heterokedastisitas dapat dilakukan dengan metodologi formal yaitu melalui pendekatan grafik.



**Gambar 1.** Hasil Uji Heteroskedastisitas

Berdasarkan Gambar di atas terlihat bahwa titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa persamaan regresi hipotesis ini terbebas dari asumsi heterokedastisitas.

### 3.4.3 Uji Multikolinearitas

Uji multikolonieritas dilakukan dengan melihat nilai Tolerance dan Variance Inflation Factor (VIF). Nilai cut-off yang umum dipakai untuk menunjukkan adanya multikolonieritas adalah nilai Tolerance  $\leq 0,10$  dan nilai VIF  $\geq 10$ .

**Tabel 3.** Hasil Uji Multikolinearitas

| Model             | Coefficients <sup>a</sup>   |            |                           |       |      |           | Collinearity Statistics |  |
|-------------------|-----------------------------|------------|---------------------------|-------|------|-----------|-------------------------|--|
|                   | Unstandardized Coefficients |            | Standardized Coefficients | t     | Sig. | Tolerance | VIF                     |  |
|                   | B                           | Std. Error | Beta                      |       |      |           |                         |  |
| (Constant)        | 8.172                       | 5.339      |                           | 1.531 | .130 |           |                         |  |
| 1                 |                             |            |                           |       |      |           |                         |  |
| Kepuasan Konsumen | .649                        | .266       | .340                      | 2.437 | .017 | .509      | 1.965                   |  |
| Kualitas Layanan  | .290                        | .235       | .172                      | 1.230 | .222 | .509      | 1.965                   |  |

a. Dependent Variable: Loyalitas Pelanggan

Berdasarkan hasil uji di atas, dapat dilihat bahwa nilai VIF  $< 10$  maka dapat disimpulkan bahwa variabel bebas kepuasan konsumen dan kualitas pelayanan tidak terjadi Multikolinearitas.

### 3.4.4 Uji Analisis Regresi Linear Berganda

Metodologi analisis regresi linear berganda (multiple regression analysis) yang digunakan oleh peneliti adalah untuk mengetahui berapa besar pengaruh variabel bebas (kepuasan konsumen dan kualitas pelayanan) terhadap variabel terikat (loyalitas pelanggan) di cabang JNE Batang Kuis.

**Tabel 4.** Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda

| Model               | Coefficients <sup>a</sup>   |            |                           |  | t     | Sig. |
|---------------------|-----------------------------|------------|---------------------------|--|-------|------|
|                     | Unstandardized Coefficients |            | Standardized Coefficients |  |       |      |
|                     | B                           | Std. Error | Beta                      |  |       |      |
| (Constant)          | 8.172                       | 5.339      |                           |  | 1.531 | .130 |
| 1 Kepuasan Konsumen | .649                        | .266       | .340                      |  | 2.437 | .017 |
| Kualitas Layanan    | .290                        | .235       | .172                      |  | 1.230 | .222 |

a. Dependent Variable: Loyalitas Pelanggan

Berikut merupakan hasil dari uji analisis regresi linear berganda:

1. Nilai konstanta ( $\alpha$ ) 8,172 artinya jika nilai variabel bebas kepuasan konsumen dan kualitas pelayanan bernilai 0, maka loyalitas pelanggan bernilai sebesar 81,72%.
2. Koefisien regresi ( $\beta_1 X_1$ ) kepuasan konsumen bernilai positif 0,649 artinya apabila terjadi peningkatan satu satuan pada variabel kepuasan konsumen ( $X_1$ ) maka loyalitas pelanggan akan meningkat sebesar 64,9%.
3. Koefisien regresi ( $\beta_2 X_2$ ) kualitas pelayanan bernilai positif 0,290 artinya apabila terjadi peningkatan satu satuan pada variabel kualitas pelayanan ( $X_2$ ) maka loyalitas pelanggan akan meningkat sebesar 29,0%.

### 3.4.5 Uji Koefisien Determinasi

Uji koefisien determinasi ( $R^2$ ) digunakan untuk melihat seberapa besar pengaruh variabel-variabel independen terhadap variabel dependen di cabang JNE Batang Kuis. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu.

**Tabel 5.** Hasil Uji Koefisien Determinasi

| Model Summary <sup>b</sup> |                   |          |                   |                            |  |
|----------------------------|-------------------|----------|-------------------|----------------------------|--|
| Model                      | R                 | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate |  |
| 1                          | .476 <sup>a</sup> | .227     | .207              | 4.697                      |  |

a. Predictors: (Constant), kualitas layanan, kepuasan konsumen

b. Dependent Variable: loyalitas pelanggan

Berdasarkan Tabel di atas diperoleh nilai koefisien determinasi sebesar 0,207. Angka ini menunjukkan bahwa penjualan dipengaruhi oleh kepuasan konsumen dan kualitas pelayanan sebesar 20,7% sedang sisanya 79,3% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak disertakan estimasi model.

### 3.4.6 Uji T

Uji t adalah jenis pengujian statistika untuk mengetahui apakah ada perbedaan dari nilai yang diperkirakan dengan nilai hasil perhitungan statistika. Dengan df senilai 79, maka nilai t tabel diperoleh sebesar 1,990 dengan nilai signifikansi 0,05.

**Tabel 6.** Hasil Uji T

| Model               | Coefficients <sup>a</sup>   |            |                           |  | t     | Sig. |
|---------------------|-----------------------------|------------|---------------------------|--|-------|------|
|                     | Unstandardized Coefficients |            | Standardized Coefficients |  |       |      |
|                     | B                           | Std. Error | Beta                      |  |       |      |
| (Constant)          | 8.172                       | 5.339      |                           |  | 1.531 | .130 |
| 1 Kepuasan Konsumen | .649                        | .266       | .340                      |  | 2.437 | .017 |
| Kualitas Layanan    | .290                        | .235       | .172                      |  | 1.230 | .222 |

a. Dependent Variable: loyalitaspelanggan

Berdasarkan Tabel hasil pengujian parsial di atas, maka dapat dilihat beberapa hal dibawah ini diantaranya adalah bahwa:

1. Pada variabel kepuasan konsumen ( $X_1$ ) menunjukkan nilai T Hitung (2,347) > t tabel (1,990) dengan nilai signifikan  $0.017 < 0,05$ . Sehingga dapat disimpulkan bahwa kepuasan konsumen berpengaruh positif signifikan secara parsial terhadap loyalitas pelanggan.
2. Pada variabel kualitas pelayanan ( $X_2$ ) menunjukkan nilai T hitung (1,230) < t tabel (1,990) Dengan nilai signifikan  $0,222 > 0,05$ . Sehingga dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan.

### 3.4.7 Uji F

Uji F digunakan untuk melihat secara serempak pengaruh secara positif dan signifikan dari variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y). Kriteria pengambilan keputusan dapat digunakan dengan dua cara yaitu dengan cara menggunakan angka signifikansi atau menggunakan angka F. Jika nilai sig kurang dari 0,05 maka variabel

independen berpengaruh terhadap variabel dependen. Selanjutnya terdapat kriteria berbeda yang digunakan, 1) Jika  $F_{hitung} > F_{tabel}$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. 2) Jika  $F_{hitung} < F_{tabel}$  maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak.

**Tabel 7.** Hasil Uji F

| ANOVA <sup>a</sup> |                |    |             |        |                   |
|--------------------|----------------|----|-------------|--------|-------------------|
| Model              | Sum of Squares | df | Mean Square | F      | Sig.              |
| Regression         | 505.126        | 2  | 252.563     | 11.449 | .000 <sup>b</sup> |
| 1 Residual         | 1720.603       | 78 | 22.059      |        |                   |
| Total              | 2225.728       | 80 |             |        |                   |

a. Dependent Variable: loyalitaspelanggan

b. Predictors: (Constant), kualitaslayanan, kepuasankonsumen

Diketahui bahwa nilai  $F_{hitung}$  adalah 11,449. Pada tingkat kesalahan  $\alpha = 5\%$  nilai  $F_{hitung}$  lebih besar dari  $F_{tabel}$  tersebut signifikan dan nilai signifikan  $0,000 < 0,05$  pada nilai  $F_{tabel} = 2,33$ . Berdasarkan kriteria uji hipotesis jika  $F_{hitung} > F_{tabel}$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima. Artinya variabel kepuasan konsumen ( $X_1$ ) dan kualitas pelayanan ( $X_2$ ) serempak berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada cabang JNE Batang Kuis.

## 4. HASIL DAN PEMBAHASAN

### 4.1 Pengaruh Kepuasan Konsumen terhadap Loyalitas Pelanggan

Hasil pengujian koefisien regresi ( $\beta_1 X_1$ ) 0,649 artinya apabila terjadi peningkatan satu satuan pada variabel kepuasan konsumen ( $X_1$ ) maka loyalitas pelanggan akan meningkat sebesar 64,9%. Kemudian, pengujian hipotesis secara parsial menggunakan uji-t menunjukkan bahwa variabel kepuasan konsumen ( $X_1$ ) bernilai  $T_{hitung} (2,347) > t_{tabel} (1,990)$  dengan nilai signifikan  $0,017 < 0,05$  yang artinya kepuasan konsumen berpengaruh positif signifikan secara parsial terhadap loyalitas pelanggan pada cabang JNE Batang Kuis.

### 4.2 Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan

Hasil pengujian koefisien regresi ( $\beta_1 X_2$ ) kualitas pelayanan bernilai positif 0,290 artinya apabila terjadi peningkatan satu satuan pada variabel kualitas pelayanan ( $X_2$ ) maka loyalitas pelanggan akan meningkat sebesar 29,0%. Kemudian, pengujian hipotesis secara parsial menggunakan uji-t menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan ( $X_2$ ) bernilai  $T_{hitung} (1,230) > t_{tabel} (1,990)$  Dengan nilai signifikan  $0,222 > 0,05$  yang artinya kualitas pelayanan berpengaruh positif signifikan secara parsial terhadap loyalitas pelanggan pada cabang JNE Batang Kuis.

### 4.3 Pengaruh Kepuasan Konsumen dan Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan

Hasil pengujian koefisien determinasi yang disesuaikan atau adjusted R square diperoleh nilai koefisien determinasi sebesar 0,207. Hal ini menunjukkan bahwa 20,7% variabel kepuasan konsumen dan kualitas pelayanan ( $X_1$  dan  $X_2$ ) mampu menjelaskan variabel loyalitas pelanggan ( $Y$ ) pada cabang JNE Batang Kuis sedangkan sisanya 79,3% merupakan pengaruh dari variabel bebas lain yang tidak dijelaskan oleh dalam penelitian ini.

## 5. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian ini maka penulis memberikan simpulan sebagai berikut: variabel kepuasan konsumen ( $x_1$ ) memiliki hubungan yang signifikan terhadap loyalitas pelanggan ( $y$ ), hal ini dapat dibuktikan dengan hasil dari  $t_{hitung}$  sebesar 2,437 yang lebih besar dari  $t_{tabel} 1,990$  dengan tingkat signifikansi 0,017 yang lebih kecil dari 0,05. Variabel kualitas layanan ( $x_2$ ) tidak memiliki hubungan signifikan terhadap loyalitas pelanggan ( $y$ ), hal ini dapat dibuktikan dengan hasil dari  $t_{hitung}$  sebesar 1,230 yang lebih kecil dari  $t_{tabel} 1,990$  dengan tingkat signifikansi 0,222 yang lebih kecil dari 0,05. Hal ini menjelaskan bahwa loyalitas pelanggan ditentukan oleh kualitas layanan dari cabang JNE Batang Kuis. Variabel kepuasan konsumen ( $x_1$ ) dan kualitas layanan ( $x_2$ ) secara bersama-sama (simultan) memiliki hubungan yang signifikan terhadap variabel dependen yaitu loyalitas pelanggan ( $y$ ), artinya semakin baik kepuasan konsumen dan kualitas pelayanan yang diberikan maka akan semakin meningkat loyalitas pelanggan. Hal ini dibuktikan dengan nilai signifikansi  $F_{hitung}$  sebesar 11,449 yang lebih besar dari  $F_{tabel} 2,33$  dengan tingkat signifikansi 0,000 yang lebih kecil dari  $\alpha 0,05$ .

## REFERENCES

- [1] Afandi, Muhammad Rizal, Trias Setyowati, dan Nur Saidah. 2019. "Dampak Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Pelanggan Pada Dira Cafe & Pool Pontang Ambulu Jember." *Jurnal Penelitian IPTEKS* 4 (1): 79. <https://doi.org/10.32528/ipteks.v4i1.2111>.
- [2] Azizah, S N, Berlintina Permatasari, Emi Suwarni. 2022. "Pengaruh Penerapan Absensi Fingerprint Terhadap Disiplin Kerja Aparatur Sipil Negara Pada Bagian Pengadaan Barang/Jasa Sekretariat Kota Bandar Lampung." *Journal Strategy of Management and Accounting Through Research and Technology (SMART)* 2 (1): 67-77.
- [3] dan Kepuasan Konsumen, Persepsi, Khaerul Salem, dan Mochammad Idham Maulana. 2020. "Issn Persepsi dan Kepuasan Konsumen Terhadap Produk Lokal Khas Banten di Kawasan Wisata Anyer Perception and Consumer Satisfaction of Banten Special Local Products in Anyer Tourism Area." *Journal of Local Food Security* 1: 25-33.
- [4] Ii, B A B, dan Landasan Teori. n.d. "Ratih Hurriyati, Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen , (Bandung: Alfabeta, 2015), 126. Ibid., 129. 16," 16-35.
- [5] Indrata, Stella Lucia, Christina Esti Susanti, dan Maria Mia Kristanti. 2017. "Pengaruh Perceived Value Dan E-Service Quality Terhadap Customer Behavioral Intention Melalui Customer Satisfaction Pada Pengguna Gojek Di Surabaya." *Kajian Ilmiah Mahasiswa Manajemen (kamma)* 6 (2): 2303-1611. <http://journal.wima.ac.id/index.php/Kamma/>.
- [6] Indrawan, Mohamad Gita, Raymond, dan Dian Lestari Siregar. 2021. "Faktor Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan Smartphone Samsung Di Kota Batam." *Jurnal Ekobistek* 10 (2): 81-87. <https://doi.org/10.35134/ekobistek.v10i2.57>.
- [7] Listen, Georgius, Tri Angreni, Canggih Gumanky Farunik, Donny Yana, dan Universitas Buddhi Dharma. 2020. "Pengaruh Enterprise Risk Management Disclosure , Intellectual Capital Disclosure Dan Debt To Asset Ratio Terhadap Nilai Perusahaan ( Studi Kasus Padaperusahaan Manufaktur Non Keuangan Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2017-2019)" 1: 1-9.
- [8] Luar, Utang, Negeri Dan, dan Ekspor Terhadap. 2019. "Nilai tukar atau kurs merupakan indikator ekonomi yang sangat penting karena pergerakan nilai tukar berpengaruh luas terhadap aspek perekonomian suatu negara . Saat ini perkembangan sistem perekonomian ke arah yang lebih terbuka antar negara . Nilai tukar" 4 (2).
- [9] Manajemen, Program Studi, Universitas Muhammadiyah, Sumatera Utara, dan Loyalitas Pelanggan. 2020. "Pengaruh Harga dan Promosi Terhadap Loyalitas Pelanggan Pengguna Jasa Transportasi Online di Kota Medan Salman Farisi Qahfi Romula Siregar" 3 (1): 148-59.
- [10] Pambudi, Tri Wijayanti Sekar, dan Euis Soliha. 2021. "Pengaruh Kualitas Layanan, Citra Bank, Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Nasabah Bank." *Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Keuangan* 04 (01): 27-39.
- [11] Pratama, Cindy Alodia, dan Abdulah Rakhman. 2022. "Pengaruh brand ambassador, kepuasan pelanggan dan brand awareness terhadap keputusan pembelian produk acne care Scarlett whitening di Kelapa Gading, Jakarta Utara." *Jurnal Ilmiah Hospitality* 11 (2): 621-28.
- [12] Purwanto, Agus. 2022. "Jurnal Mirai Management Pengaruh Promosi Melalui Instagram dan Kepuasan Konsumen Terhadap Loyalitas di Toko Faiswi Kabupaten Wajo." *Jurnal Mirai Management* 7 (2): 383-94. <https://doi.org/10.37531/mirai.v7i2.2014>.
- [13] Ramadhan, Ricky, Lizar Alfansi, dan Sularsih Anggarawati. n.d. "Analisis faktor- faktor yang memengaruhi loyalitas pelanggan indosat ooredoo pada mahasiswa universitas bengkulu."
- [14] Reza Nurul Ichsan, Ahmad Karim. 2021. "Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Pt. Jasa Raharja Medan." *Jurnal Penelitian Pendidikan Sosial Humaniora* 6 (1): 54-57. <https://doi.org/10.32696/jp2sh.v6i1.729>.
- [15] Riyani, Dessy, Irena Larashat, dan Dudung Juhana. 2021. "Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan." *Majalah Bisnis & IPTEK* 14 (2): 94-101. <https://doi.org/10.55208/bistek.v14i2.233>.
- [16] Saununu, Siska Jeanete. 2022. "Analisis Kualitas Pelayanan dan Promosi terhadap Loyalitas Wisatawan pada Guest House Lisar Bahari Desa Sawai Kabupaten Seram Barat Propinsi Maluku." *Jurnal Pendidikan dan Konseling* 4 (5): 2219.
- [17] Wasistho, Andhika Satya, dan Susilo Toto Rahardjo. 2023. "Analisis Pengaruh Experiential Marketing terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Brand Image dan Customer Satisfaction (Studi pada Pelanggan 9 Typical Cafe Semarang)." *Diponegoro Journal of Management* 12 (4): 1-14. <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/djom/index>