

ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI LOYALITAS PELANGGAN MELALUI KEPUASAN PELANGGAN DALAM PENGIRIMAN BARANG PADA CV BUNGA BUANA DI KOTA TIMIKA

Nila Sagita Andul Mutalib
Institut Jambatan Bulan
muthalibnila07@gmail.com

Siske Tontong
Institut Jambatan Bulan
sisketontong85@gmail.com

Abstract

This study aims to examine the relationship between service quality, price and trust on customer loyalty through customer satisfaction at CV Bunga Buana in Timika. The data collected in this study comprises qualitative and quantitative data sourced from the freight forwarding company CV Bunga Buana in Timika. This study employs an associative research method, which is a type of research designed to identify relationships between two or more variables. The research techniques used include observational data collection and questionnaires. This is a quantitative study with a sample size of 100, and the method used for analysis is SEM utilising the Smart-PLS Version 4.0 software. The results of the analysis indicate that service quality has a positive and significant effect on customer satisfaction; price and trust have a positive and significant effect on customer satisfaction; customer satisfaction has a positive and significant effect on customer loyalty; trust and customer satisfaction have a positive but insignificant effect on customer loyalty; and service quality and price have a significant effect on customer loyalty via customer satisfaction.

Keywords: *Service Quality, Price, Trust, Customer Satisfaction, Customer Loyalty.*

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan kualitas layanan, harga, dan kepercayaan terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan pada CV Bunga Buana Di Kota Timika. Data yang dikumpulkan dalam penelitian ini adalah data kualitatif dan data kuantitatif yang bersumber dari perusahaan pengiriman barang pada CV Bunga Buana Di Kota Timika. Penelitian ini menggunakan metode penelitian asosiatif yaitu salah satu jenis penelitian yang bertujuan untuk mengetahui hubungan antara dua variabel atau lebih. Teknik penelitian ini menggunakan pengumpulan data observasi dan kuesioner. Jenis penelitian ini adalah kuantitatif dengan jumlah sampel 100 dan metode yang digunakan untuk menganalisis yaitu SEM dengan alat *Smart-PLS* Versi 4.0. Hasil analisis menunjukkan bahwa, kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan, harga dan kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan, kepuasan pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan, kepercayaan dan kepuasan pelanggan berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap loyalitas pelanggan, serta kualitas layanan dan harga berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan.

Kata Kunci: Kualitas Layanan, Harga, Kepercayaan, Kepuasan Pelanggan, Loyalitas pelanggan.

Pendahuluan

Jasa adalah aktivitas atau manfaat yang ditawarkan oleh satu pihak kepada pihak lain, yang biasanya diproduksi dan dikonsumsi secara simultan, sehingga interaksi antara penyedia dan penerima jasa turut memengaruhi kualitas hasilnya. Istilah jasa ini sering kali di temukan dalam bidang ekonomi dan manajemen. Jasa memiliki berbagai layanan seperti jasa pengiriman barang.

Jasa pengiriman barang merupakan layanan atau entitas usaha yang beroperasi di bidang distribusi logistik, khususnya pengangkutan barang dari satu wilayah ke wilayah lain. Di masa kini berbagai perusahaan penyedia jasa pengiriman barang mampu diakses dengan mudah, Kotler dan Tjiptono 2014, (Rosyana, 2020:222). Perusahaan yang beroperasi di bidang distribusi barang memberikan layanan pengiriman barang dalam bentuk pelayanan darat, laut maupun udara. Kemudahan dalam pengiriman barang mendorong perekonomian suatu wilayah menjadi lebih berkembang seperti wilayah kota Timika.

CV Bunga Buana merupakan perusahaan yang bergerak di bidang jasa pengiriman barang dan telah berdiri sejak tahun 2000 an di Kota Timika, Papua Tengah. Meskipun informasi spesifik mengenai perusahaan ini terbatas, dalam konteks pengiriman barang di wilayah Timika, perusahaan seperti CV Bunga Buana umumnya menawarkan layanan pengiriman melalui jalur laut, Layanan ini mencakup pengiriman barang umum, logistik proyek, serta distribusi ke daerah atau wilayah terpencil di Papua. Dengan adanya jasa pengiriman via laut ini dapat memudahkan dalam proses pengiriman barang dan juga jasa. CV Bunga Buana beralamat di Jalan Poros Mapurujaya Pomako Timika Papua. Berikut terdapat lampiran data pelayaran dari tahun 2020-2024 sebagai berikut.

Tabel 1.1
Data Pelayaran CV Bunga Buana

Tahun	Jumlah Pengiriman/Bulan (Rata-rata)	Jumlah Total Pengiriman/Tahun	Keterangan
2020	320 pengiriman/bulan	3.840 pengiriman/tahun	Awal peningkatan pesanan meski pandemi
2021	370 pengiriman/bulan	4.440 pengiriman/tahun	Mulai banyak pelanggan bisnis
2022	425 pengiriman/bulan	5.100 pengiriman/tahun	Adanya ekspansi wilayah layanan
2023	480 pengiriman/bulan	5.760 pengiriman/tahun	Adanya loyalitas pelanggan mulai meningkat
2024	525 pengiriman/bulan	6.300 pengiriman/tahun	Stabil dan tumbuh secara pesat

Sumber: Data Diolah, 2025

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat data pelayaran CV Bunga Buana selama lima tahun terakhir menunjukkan tren yang terus meningkat. Pada tahun 2020, rata-rata pengiriman perbulan sebesar 320 kali, dan terus naik menjadi 525 pengiriman perbulan ditahun 2024. Ditahun 2022 menjadi titik balik penting karena ada perluasan wilayah dan peningkatan layanan yang berdampak pada kenaikan jumlah pelanggan baru dan peningkatan loyalitas pelanggan lama. Hingga pertengahan 2024, jumlah pengiriman sudah melebihi total tahun-tahun sebelumnya, menandakan performa yang semakin kuat. Peningkatan ini mencerminkan adanya pertumbuhan kepercayaan

dan loyalitas pelanggan terhadap layanan pengiriman barang yang diberikan. Kenaikan ini juga memperkuat hasil penelitian bahwa kepuasan pelanggan yang tinggi memberikan kontribusi langsung terhadap loyalitas.

Loyalitas merupakan bentuk kesetiaan individu terhadap suatu entitas, seperti perusahaan atau merek, yang tercermin dari sikap dan tindakan konsisten dalam menunjang serta mempertahankan keyakinannya dalam jangka waktu tertentu. Menurut Kotler dan Keller (Widyaningrum, 2020:7), loyalitas ialah komitmen untuk terus membeli ataupun mendukung produk/jasa meskipun terdapat pengaruh situasional ataupun upaya pemasaran pesaing. Secara sosial, loyalitas berperan krusial sebab menggambarkan kesediaan individu dalam menjalin kerja sama dengan pihak lain. Dari pendapat ahli, dalam buku (Rosyana, 2020:223) loyalitas adalah sikap saling membutuhkan antara suatu pihak dan pihak lain sehingga menimbulkan komitmen untuk tetap menjalin kerjasama dalam jangka panjang. Loyalitas pelanggan adalah satu diantara faktor pengaruh tingkat penjualan pada perusahaan. Loyalitas pelanggan menjadi suatu hal yang sangat krusial bagi suatu usaha ataupun bisnis. Guna mendapatkan suatu pelanggan yang akan setia untuk menjadi pelanggan tetap, pelaku usaha harus melihat berbagai faktor yang sangat berpengaruh pada loyalitas pelanggan, agar strategi yang diinginkan dapat dengan mudah dicapai.

Untuk menjaga loyalitas pelanggan di butuhkan kualitas pelayanan yang baik dan benar. Kualitas pelayanan ialah standar suatu perusahaan dalam menyediakan suatu layanan kepada konsumen atau pelanggan. Tingginya kualitas pelayanan berperan krusial dalam kelangsungan hidup perusahaan sebab mampu mendorong loyalitas pelanggan untuk terus menerapkan layanan tersebut. Maka hal tersebut harus diperhatikan dengan baik, karena jika dalam prosesnya berjalan dengan baik, dengan begitu para pelanggan akan setia untuk selalu menggunakan jasa pengiriman barang tersebut dan juga dalam upaya mencapai kelancaran usaha dalam bisnis. Berikut ini adanya penjelasan dengan data loyalitas pelanggan pada CV Bunga Buana, yang dapat digunakan untuk mendukung hasil penelitian secara lebih akurat dengan pembagian hasil kuesioner kepada pelanggan CV Bunga Buana, diperoleh hasil sebagai berikut:

Tabel 1.2
Data Loyalitas Pelanggan CV Bunga Buana

Indikator Loyalitas Pelanggan	Persentase Responden (%)
Pelanggan bersedia menggunakan jasa Kembali	88%
Pelanggan merekomendasikan jasa ke orang lain	84%
Pelanggan tetap menggunakan jasa meskipun ada pesaing	75%

Sumber: Data Diolah, 2024

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat data yang diperoleh dari hasil kuisisioner, mayoritas pelanggan menunjukkan tingkat loyalitas yang tinggi terhadap CV Bunga Buana. Persentase sebanyak 88% responden menyatakan bersedia menggunakan kembali jasa pengiriman dari CV Bunga Buana, dan 84% diantaranya bahkan merekomendasikan layanan tersebut kepada orang lain, yang menunjukkan adanya *word-of-mouth* positif sebagai bentuk loyalitas afektif, serta 75% pelanggan tidak mudah berpindah ke kompetitor karena sudah merasa nyaman dan percaya terhadap layanan CV Bunga Buana. Hal ini menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan yang tinggi

telah membentuk loyalitas yang kuat, baik secara perilaku maupun emosional (rasa percaya dan kenyamanan). Maka dapat disimpulkan kepuasan pelanggan berperan penting dalam membangun loyalitas pelanggan pada CV Bunga Buana.

Dalam era kompetisi bisnis jasa distribusi barang yang kian intensif, perusahaan dituntut untuk mampu mempertahankan dan meningkatkan loyalitas pelanggan. Loyalitas pelanggan tidak terbentuk secara instan, melainkan melalui serangkaian pengalaman yang memuaskan dari pelayanan yang disediakan oleh perusahaan. Kepuasan pelanggan menjadi satu diantara faktor kunci yang dapat menjembatani antara kualitas layanan yang diberikan dengan kesetiaan pelanggan dalam jangka panjang. CV Bunga Buana sebagai satu dari sejumlah perusahaan yang menyediakan jasa distribusi barang, dituntut untuk terus meningkatkan kualitas layanannya agar mampu bersaing di tengah munculnya berbagai perusahaan sejenis. Berikut terdapat lampiran data perbandingan dari perusahaan lain.

Tabel 1.3
Data Perbandingan CV Bunga Buana Dan CV Tiara Soraya

Pernyataan	CV Bunga Buana	CV Tiara Soraya
Bersedia menggunakan jasa kembali	88%	72%
Merekomendasikan ke orang lain	84%	65%
Tidak berpindah ke kompetitor	79%	60%
Loyal meskipun harga sedikit naik	75%	58%
Hubungan jangka Panjang dengan perusahaan	81%	63%

Sumber: Data Diolah, 2024

Berdasarkan tabel diatas bila dibandingkan dengan perusahaan sejenis seperti CV Tiara Soraya, loyalitas pelanggan CV Bunga Buana terlihat lebih unggul. Dapat dilihat angka persentase 88% pelanggan CV Bunga Buana menyatakan bersedia menggunakan jasa Kembali, sementara hanya 72% pelanggan CV Tiara Soraya yang menyatakan hal serupa. Selain itu tingkat rekomendasi dari pelanggan CV Bunga Buana mencapai 84% jauh di atas CV Tiara Soraya yang hanya mencapai 65%. Selisih loyalitas pelanggan cukup signifikan terutama pada indikator “mau merekomendasikan ke orang lain” selisih 19% dan “tidak berpindah ke kompetitor” selisih 19%. Perbandingan ini mengindikasikan bahwa kepuasan pelanggan pada CV Bunga Buana lebih tinggi dan berdampak langsung pada peningkatan loyalitas dibandingkan CV Tiara Soraya.

Beberapa faktor yang diperkirakan memengaruhi kepuasan dan loyalitas pelanggan, diantaranya kualitas pelayanan, harga, kecepatan waktu pengiriman, dan kendalan pengiriman. Kepuasan pelanggan atas pelayanan yang diterima mampu mendorong loyalitas, yang berujung pada meningkatkan kemungkinan untuk kembali memilih jasa CV Bunga Buana serta dapat direkomendasikan kepada orang lain. Namun, dalam praktiknya perusahaan masih menghadapi berbagai tantangan seperti keterlambatan pengiriman, kurangnya komunikasi dengan pelanggan, serta ketidaksesuaian antara layanan yang dijanjikan dan yang diterima. Kondisi ini dapat mempengaruhi tingkat kepuasan pelanggan dan berdampak negative terhadap loyalitas pelanggan. Dengan demikian, penting untuk menganalisis terhadap sejumlah fakto pengaruh loyalitas pelanggan, dengan mempertimbangkan peran kepuasan pelanggan.

Bahkan biaya juga menjadi suatu bagian dalam masalah ini yang dimana biaya menjadi tolak ukur loyal atau tidak nya seseorang dalam menjadi pelanggan tetap di CV Bunga Buana. Mengenai tarif untuk membayar sewa kapal juga seringkali menjadi kendala dikarenakan adanya perbandingan biaya, biasanya tarif sewa kapal ini terdapat pada rentang Rp 9.000.000 sampai dengan Rp.9.500.000 dalam sekali muat, dan untuk tarif buruhnya ada di kisaran Rp 400.000 sampai dengan Rp 800.000 tergantung banyaknya barang yang akan mereka turunkan dari mobil ke kapal. Untuk mencapai loyalitas, pelanggan harus melalui sejumlah tahapan yang memerlukan waktu serta penekanan berbeda pada setiap fase, sebab setiap tahap memiliki kebutuhan yang spesifik.

Kotler dan Amstrong (Anita Yeni, 2019), mengemukakan bahwasanya kepuasan pelanggan merupakan tingkat di mana kinerja produk memenuhi ataupun melebihi harapan konsumen. Ketika kinerja di bawah harapan, pelanggan merasa tidak puas; apabila sesuai harapan, pelanggan merasa puas; dan apabila melebihi harapan, pelanggan akan sangat senang dan merasa puas. Apabila penilaian kualitas pada CV Bunga Buana memiliki cerminan baik dimata pelanggan, maka komitmen pelanggan maupun calon pelanggan untuk menggunakan jasa pengiriman tersebut semakin tinggi.

Sebagaimana fenomena tersebut, maka peneliti berminat meneliti mengenai “Analisis Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan Dalam Pengiriman Barang Pada CV Bunga Buana Di Kota Timika”.

Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode penelitian asosiatif yaitu salah satu jenis penelitian yang bertujuan untuk mengetahui hubungan antara dua variabel atau lebih. Metode penelitian asosiatif digunakan dalam penelitian ini untuk menghubungkan kualitas pelayanan, harga dan kepercayaan terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan pada CV Bunga Buana di Kota Timika.

Hasil dan Pembahasan

Sebagaimana analisis hipotesis tersebut, berikut pemaparan temuan analisis tersebut, diantaranya :

Pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan

Temuan penelitian memperlihatkan bahwasanya variabel kualitas layanan berdampak pada kepuasan pelanggan dalam pengiriman barang secara signifikan di CV Bunga Buana Timika. Sebab, kualitas layanan nya yang diberikan kepada pelanggan penggunaan pengiriman barang di CV Bunga Buana sangat baik maka pelanggan merasakan adanya kepuasan. Dalam Zhang dan Law (Nanincova, 2019:1) menyatakan bahwa kepuasan pelanggan yang timbul dari kualitas layanan yang unggul merupakan faktor kunci dalam keberhasilan bisnis. Temuan ini selaras dengan temuan penelitian milik Al-Tit (Nanincova, 2019:2) yaitu Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Noach Café And Bistro yang menyatakan bahwasanya kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Harga dan kepercayaan terhadap kepuasan pelanggan

Temuan penelitian memperlihatkan bahwasanya harga berdampak pada kepuasan pelanggan dalam pengiriman barang secara signifikan di CV Bunga Buana Timika. Hal ini disebabkan karena harganya terjangkau dan harga yang sebanding dengan kontribusi positif yang dirasakan oleh pelanggan yang menggunakan jasa distribusi barang dari CV Bunga Buana. Dalam teori Alma (Aprileny et al, 2022:64) menyatakan bahwa kepuasan pelanggan tercapai apabila produk atau jasa yang diterima sesuai dengan harapan; sebaliknya, ketidaksesuaian antara harapan dan realitas akan menimbulkan ketidakpuasan serta kekecewaan. Sebagaimana dengan temuan studi milik Mar'ati (Handayani, 2023:84) yaitu Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Kepercayaan terhadap Kepuasan Pelanggan yang bahwasanya harga berdampak pada kepuasan pelanggan secara signifikan.

Kemudian hasil penelitian kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan dalam pengiriman barang pada CV Bunga Buana Timika. Hal ini disebabkan kepercayaan pada jasa barang CV Bunga Buana sesuai dengan estimasi janji waktu yang diharapkan konsumen. Dalam teori Bilondatu (Handayani, 2023:80) menyatakan bahwa Kepercayaan mencerminkan kesediaan individu untuk bertindak menurut keyakinan bahwasanya mitra akan memenuhi harapannya. Secara umum, kepercayaan timbul dari anggapan bahwasanya janji atau pernyataan pihak lain dapat diandalkan. Dengan demikian, kepercayaan konsumen dinilai sebagai harapan bahwasanya penyedia barang atau jasa dapat dipercaya dalam memenuhi komitmennya.

Pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan

Temuan penelitian membuktikan bahwasanya kepuasan pelanggan berdampak pada loyalitas pelanggan dalam pengiriman barang di CV Bunga Buana Timika. Hal ini disebabkan karena sudah mengetahui kualitas pelayanannya dalam proses pengiriman barang dengan baik sehingga meningkatkan kepuasan dan membentuk loyalitas jangka panjang. Dalam teori Kotler & Armstrong (Aprileny et al, 2022:66) menyatakan kepuasan pelanggan yang tinggi mencerminkan loyalitas yang tinggi dari pelanggan, jika kinerja suatu jasa yang dirasakan sebanding dengan harapannya maka akan timbul rasa puas dan loyalitas pada pelanggan untuk melakukan secara ulang pemakaian jasa pengiriman barang dari CV Bunga Buana. Sebagaimana temuan penelitian (Aprileny et al, 2022:74) yaitu Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan Grab Bike, bahwasanya kepuasan pelanggan berdampak pada loyalitas pelanggan secara signifikan.

Pengaruh kualitas layanan dan harga terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan

Temuan penelitian membuktikan bahwasanya kepuasan pelanggan mampu memediasi dampak kualitas layanan dan harga pada loyalitas pelanggan. Kualitas layanan merupakan tingkat kemampuan layanan dalam pemenuhan harapan pelanggan, yang berujung pada timbul rasa kepuasan yang didapatkan dari pemanfaatan layanan yang baik. Kualitas layanan yang sesuai tersebut akan memberikan kepuasan terhadap loyalitas pelanggan. Pernyataan oleh Van Looy (Thungasal & Siagian, 2019:2) bahwasanya tingkat kepuasan pelanggan bergantung pada hasil

tingkatan kualitas layanan dan peningkatan harga yang sesuai harapan dan berujung pada kepuasan pelanggan. Artinya kualitas layanan secara langsung dapat memengaruhi kepuasan pelanggan dan kepuasan dapat memediasi dampak harga pada loyalitas pelanggan. Sebagaimana pernyataan Fornel (Thungasal & Siagian, 2019:7) bahwasanya harga menjadi acuan dalam menilai apakah manfaat dari kualitas layanan sebanding dengan biaya yang dikeluarkan. Dengan demikian, perusahaan perlu memperhatikan keseimbangan antara kualitas layanan dan harga, karena keduanya berperan dalam membentuk kepuasan pelanggan.

Berdasarkan hasil pengujian dibuktikan bahwa kepuasan pelanggan mampu memediasi pengaruh kualitas layanan dan harga terhadap loyalitas pelanggan. Artinya, pemilik usaha pengiriman barang harus mempertahankan kualitas layanan agar loyalitas pelanggan semakin optimal sebab kualitas layanan yang tinggi maka kepuasan juga tinggi sehingga akan berdampak pada loyalitas pelanggan.

Pengaruh kepercayaan dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan

Sebagaimana temuan penelitian, kepercayaan berdampak pada loyalitas pelanggan secara positif dan tidak signifikan pada pengiriman barang di CV Bunga Buana Timika. Hal ini disebabkan karena mungkin ada variabel lain seperti kepuasan pelanggan, kualitas layanan, atau harga yang lebih kuat pengaruhnya terhadap loyalitas disbanding kepercayaan. Temuan ini tidak sejalan dengan temuan studi (Meirina & Hidayat, 2022:55) yang berjudul Kepercayaan Dan Kepuasan Konsumen Sebagai Jembatan Memperkuat Loyalitas Atas Layanan JNE Ekspres bahwasanya kepercayaan dan kepuasan pelanggan berdampak pada loyalitas pelanggan secara positif dan signifikan. Dalam teori (Razak, 2016) yang mengemukakan bahwasanya selain kepuasan pelanggan, loyalitas pelanggan mendapat pengaruh dari kepercayaan pelanggan.

Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan pada bab sebelumnya dapat ditarik beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Kualitas layanan memiliki pengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan. Ini mencakup kecepatan pengiriman, kondisi barang sampai tujuan, dan respon oleh karyawan pengiriman barang pada CV Bunga Buana Timika.
2. Harga memiliki pengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan. Artinya pelanggan tetap bersedia membayar lebih asalkan layanan yang diberikan memuaskan pada pelanggan pengiriman barang CV Bunga Buana Timika.
3. Kepercayaan berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Meskipun memiliki pengaruh yang kurang signifikan langsung terhadap kepuasan pelanggan, namun tetap akan memberi kontribusi terhadap loyalitas pelanggan pengiriman barang pada CV Bunga Buana Timika.
4. Kepuasan pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Pelanggan yang merasa puas cenderung untuk tetap menggunakan jasa pengiriman barang pada CV Bunga Buana Timika.
5. Kualitas layanan, harga dan kepercayaan memiliki pengaruh positif terhadap loyalitas melalui kepuasan pelanggan. Semakin baik kualitas layanan, harga yang kompetitif, serta

kepercayaan pelanggan terhadap loyalitas maka kepuasan pelanggan akan meningkat untuk menggunakan jasa pengiriman barang pada CV Bunga Buana Timika.

DAFTAR PUSTAKA

- Anita Yeni. (2019). Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Konsumen Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Pada Bisnis Online Shop: Shopee, Tokopedia, Bukalapak, dan Lazada di Kota Pekanbaru). In *Uin Suska Riau*.
- Bago, R., Sutardjo, A., & Anggraini, M. D. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Cafe Els Coffe Di Padang. *Jurnal Matua*, 4(2), 215–226.
- Eldapit. (2021). *Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Sayuran Organik Pada Pasar Minggu Bina Baru Kampar Kiri Tengah Riau*. Universitas Islam Riau, Pekanbaru.
- H, M. E., Kumadji, S., & Yulianto, E. (2014). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan, Kepercayaan Dan Loyalitas (Survei pada Pelanggan yang Menginap di Jambuluwuk Batu Resort Kota Batu). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 15(2), 1–9.
- Hantono, & Lubis, W. (2024). Pengaruh Motivasi Kerja, Disiplin Kerja dan Budaya Organisasi Melalui Kepemimpinan Untuk Meningkatkan Kualitas Layanan Akademik Di Kampus UPH. *Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah*, 7(1), 21–35. <https://doi.org/https://doi.org/10.36778/jesya.v7i1.1448> *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. (n.d.).
- Maisa, A. H., & Widodo, A. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Konsumen Tokopedia (Survey Pada Konsumen Tokopedia di Kota Bandung). *E-Proceeding of Management*, 7(2), 6561–6571. <https://openlibrarypublications.telkomuniversity.ac.id/index.php/management/article/download/14047/13787>
- Maulida, I. (2019). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kualitas Layanan E-Commerce Terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi Kasus: PT. TIKI Jalur Nugraha Ekakurir). *E-Journal Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah*, 53(9), 45–47.
- Meirina, O. A., & Hidayat, D. S. (2022). Kepercayaan Dan Kepuasan Konsumen Sebagai Jembatan Memperkuat Loyalitas Atas Layanan Jne Express. *Jurnal Magisma*, 10(1), 45–59.
- Noeraini, I. A., & Sugiyono. (2016). Pengaruh Tingkat Kepercayaan, Kualitas Pelayanan, dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan JNE Surabaya. *Ilmu Dan Riset Manajemen*, 5(5), 1–17. <http://repository.stiesia.ac.id/id/eprint/3322>
- Nurhikma, T., Fauzi, A., Putri, S. C. T., Asmarani, D., Damayanti, V., & Thalitha, R. F. (2022). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Loyalitas Pelanggan Layanan Transportasi Online (Go-Jek): Kualitas Pelayanan, Harga Dan Kepuasan Konsumen. *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 3(6), 646–656. <https://doi.org/https://doi.org/10.31933/jimt.v3i6.946>
- Nurrofi, A. (2021). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan di Indomaret Hayam Wuruk Purwodadi. *Jurnal Ilmiah Aset*, 23(2), 97–107. <https://doi.org/10.37470/1.23.2.180>
- Permatasari, E., Lutfiana, H., Pratama, N. A., & Ali, H. (2022). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pembelian Ulang: Promosi, Harga Dan Produk (Literature Review Perilaku Konsumen). *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 3(5), 6–10. <https://doi.org/https://doi.org/10.31933/jimt.v3i5>
- Pradana, F. (2018). Pengaruh Manajemen Hubungan Pelanggan, Kualitas Pelayanan, Dan Kualitas Pengalaman Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening Pada Nasabah Pt Fac Sekuritas Indonesia Di Yogyakarta. *Jurnal Manajemen Bisnis*, 9(2), 196. <https://doi.org/10.18196/mb.9262>

- Putra, F., Supriyatin, & Sakti, I. (2021). Jurnal Manajemen STEI Pengaruh Kepercayaan, Kualitas Pelayanan, dan Citra terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Helpdesk Jaringan Komunikasi Data Ditjen Dukcapil Kemendagri). *Jurnal Manajemen STEi*, 04(01).
- Razak, A. (2016). Customer income role as moderation variabel of satisfaction effect on customer loyalty in Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk. *IJES*, 5.
- Rosyana, M. (2020). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Konsumen (Studi Kasus Pada Elzatta Di Bandung). *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 1(69), 5–24.
- Sandrakh, G. (2013). *Analisis Pengaruh Penilaian Konsumen Pada Minat Beli Terhadap Keputusan Pembelian Produk Private Label (Studi Pada Indomaret Banyumanik Semarang)*. Universitas Diponegoro, Semarang.
- Saputro, R. (2010). *Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Dan Kepercayaan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi Pada PT.Nusantara Sakti Demak)* (Vol. 7, Issue 2). Universitas Diponegoro, Semarang.
- Sari, P. E. (2023). *Pengaruh Harga, Kualitas Produk Dan Keputusan Pembelian Melalui Minat Beli Sekolah Tinggi Ilmu Jambatan Bulan*.
- Satria, A. A. (2017). Pengaruh Harga, Promosi, dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Perusahaan A-36. *Jurnal Manajemen Dan Start-up Bisnis*, 2(1), 45–53. <https://doi.org/https://doi.org/10.37715/jp.v2i1.436>
- Setiawati, E. E., Nuringwahyu, S., & Zunaida, D. (2023). Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus Pada Konsumen Skincare Unilever Di Aster Kosmetik Malang). *Jurnal Ilmu Administrasi Niaga/Bisnis*, 14(2), 186–192. <https://jim.unisma.ac.id/index.php/jiagabi/article/view/21751>
- Siregar, M. (2021). Hubungan Antara Kepercayaan Pelanggan Dengan Loyalitas Pelanggan Terhadap Online Shop. *Jurnal Penelitian Pendidikan, Psikologi Dan Kesehatan (J-P3K)*, 2(1), 85. <https://doi.org/10.51849/j-p3k.v2i1.97>
- Siyoto, S. (2021). Jenis Penelitian. *Jurnal Bisnis Dan Manajemen*, 2, 123.
- Sumarsid dan Atik Budi Paryanti. (2022). Pengaruh Kualitas Layanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Grabfood (Studi Wilayah Kecamatan Setiabudi). *Jurnal Ilmiah M-Progress*, 12(1), 77. <https://doi.org/10.35968/m-pu.v12i1.867>
- Thungasal, C. E., & Siagian, H. (2019). Pengaruh Kualitas Layanan Dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan Pada Hotel Kasuari. *Agora*, 7(1).
- Widyaningrum, I. D. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Fasilitas Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan Hotel Luminor Mangga Besar Jakarta Barat. *Jurnal STEI Ekonomi*, 20. <http://repository.stei.ac.id/3163/>
- Yuliarimi, N. N., & Riyasa, P. (2007). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan Terhadap Pelayanan PDAM Kota Denpasar. *Buletin Studi Ekonomi*, 12(1).
- Zakaria, S. I. (2013). *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen Terhadap Pengguna Jasa Transportasi (Studi Kasus Pada Pengguna Bus Trans Jogja di Kota Yogyakarta)*. Universitas Diponegoro, Semarang.
- Handayani, S. L. (2023). *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen Terhadap Pengguna Jasa Transportasi (Studi Kasus Pada Pengguna Bus Trans Jogja di Kota Yogyakarta)*. Universitas Diponegoro, Semarang.
- Sari, E. P. (2023). *Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pakaian Second Branded Melalui Minat Beli Pada Store Thrifting Timika*. “Skripsi Sarjana, Program Studi Ilmu Ekonomi dan Studi Pembangunan STIE Jambatan Bulan, Timika, 2023, Hal. 49.
- Mardina (2023). *Pengaruh Kualitas Layanan Dan Kepuasan Konsumen Terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi Kasus Pada Konsumen J&T Express Kecamatan Balanipa Kabupaten Polewali Mandar)*. Universitas Sulawesi Barat. Hal 20.

- Nanincova, Niken. (2019). "Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Noach Café And Bistro", *Jurnal Agora*, vol.II (Februari, 2019), Hal. 20.
- Aprileny, I., Afzalur, & Jayanti, A. (2022). Jurnal Ekonomi STEI Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Kepercayaan terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan (Studi Pada Pelanggan Grab Bike SMA Islam Al-Azhar 4). *Jurnal Manajemen STEI*, vol.31 (Desember, 2022), Hal.64.
- Meirina, A. O., & Suryanto. (2022). Kepercayaan, dan Kepuasan Konsumen Sebagai Jembatan Memperkuat Loyalitas Atas Layanan JNE Express. *Jurnal Magisma*, vol.X 10(1).
- Razak, A., Alida, Ibnu, & Rahmat, M. (2016). Jurnal Ekonomi IJES *Customer Income Role as Moderation Variable of Satisfaction Effect on Customer Loyalty in Bank Negara Indonesia (Persero)*, Tbk. *Jurnal Manajemen IJES*, vol.5 5(58).
- Eddy, T., C, & Hotlan, S. (2019). Jurnal Ekonomi AGORA Pengaruh Kualitas Layanan Dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan Pada Hotel Kasuari. *Jurnal Ekonomi AGORA*, vol.7. Hal.1-2.