

PENGARUH PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN KEPUASAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PT JALUR PRATAMA EXPRESS

Nurhasanah

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi International IBMI Medan

Email: nurhasanahsihotang28@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian pada P.T Jalur Pratama Express Medan bertujuan untuk mengetahui pengaruh Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepuasan terhadap Loyalitas Pelanggan PT Jalur Pratama Express.

Jenis penelitian ini yaitu kuantitatif. Penelitian menggunakan data primer, yaitu dilakukan dengan menyebarkan angket dan tanya jawab dengan karyawan, sedangkan data sekunder diperoleh peneliti melalui data-data berupa dokumen yang berhubungan dengan kinerja karyawan. Sedangkan dalam penelitian ini, peneliti menggunakan metode pengumpulan data berupa observasi, wawancara dan dokumentasi.

Hasil penelitian pada P.T Jalur Pratama Express Medan diperoleh hasil analisis regresi linier berganda yaitu $Y = 3,011 + 0,690X_1 + 0,237X_2 + e$. Sedangkan hasil uji (t) atau uji parsial menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan kepuasan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan, dimana nilai $t_{hitung} = 15,280 > t_{tabel} 1,98609$. Kemudian kepuasan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan, dimana nilai $t_{hitung} = 5,375 > t_{tabel} 1,98609$. Kemudian hasil uji F diperoleh bahwa secara simultan terdapat pengaruh positif dan signifikan variabel kualitas pelayanan (X_1), dan kepuasan (X_2) terhadap loyalitas pelanggan (Y) dan nilai $F_{hitung} = 282,788 > F_{tabel} 3,94$. Selanjutnya koefisien determinasi (R^2) dalam nilai adjusted R^2 sebesar 0.857 (85,7%). Sehingga dapat dikatakan bahwa 85,7% variasi variabel terikat yaitu kualitas pelayanan dan kepuasan dapat menjelaskan variabel loyalitas pelanggan pada PT Jalur Pratama Express, sedangkan sisanya sebesar 14,3% dijelaskan oleh variabel lain di luar model.

Kata Kunci : Kualitas Pelayanan, Kepuasan, Loyalitas

PENDAHULUAN

Sebuah perusahaan dalam meyakinkan pelanggan untuk menggunakan fasilitas maupun jasa pelayanan baik jalur darat, laut maupun udara tidaklah mudah, salah satu cara dengan memanfaatkan perilaku loyalitas pelanggan. Pemanfaatan loyalitas pelanggan ini disebabkan oleh efek jangka panjang loyalitas itu sendiri, dengan harapan pelanggan tetap menggunakan jasa pengiriman tersebut secara terus-menerus dan berulang-ulang. Pelanggan pada dasarnya berasal dari konsumen biasa yang mencoba menggunakan jasa ataupun produk dari sebuah perusahaan. Pelanggan terbentuk dari pola kerjasama saling menguntungkan yang terjadi dalam proses kerjasama antar penyedia layanan dengan pengguna layanan.

Loyalitas Pelanggan adalah ukuran kemungkinan pelanggan untuk melakukan bisnis yang berulang dengan perusahaan atau brand. Ini adalah hasil dari kepuasan pelanggan, pengalaman pelanggan yang positif, dan nilai keseluruhan barang atau jasa yang diterima pelanggan dari bisnis. Loyalitas juga dapat diartikan sebagai bentuk kesetiaan konsumen untuk

menggunakan suatu produk atau jasa dengan terus menerus-menerus, karena memiliki kepuasan yang tinggi terhadap produk atau jasa yang digunakan. Maka akan cenderung timbul rasa untuk merekomendasikan produk atau jasa tersebut kepada orang lain, agar mereka dapat merasakan kepuasan seperti apa yang dirasakan saat menggunakan produk atau jasa yang digunakan.

Menurut Oliver (2019), "*Customer loyalty* atau loyalitas pelanggan adalah komitmen yang dipegang erat oleh pelanggan untuk membeli atau mengedepankan suatu produk berupa barang atau jasa secara konsisten, hal ini menyebabkan pembelian berulang pada brand yang sama, meskipun pelanggan tersebut mendapatkan pengaruh situasional atau marketing dari kompetitor untuk mengganti brand lain."¹

Salah satu yang berhubungan dalam peningkatan penjualan, yang secara otomatis meningkatkan loyalitas pelanggan adalah kualitas pelayanan. Kualitas pelayanan adalah tingkat pelayanan yang terkait pada pemenuhan harapan dan kebutuhan konsumen, yang artinya pelayanan bisa disebut baik apabila dapat memenuhi sebagian besar harapan para konsumen. Kualitas pelayanan juga dapat diartikan sebagai tingkat kepuasan pelanggan, dimana hal tersebut dapat diperoleh dengan cara membandingkan jenis pelayanan satu dengan pelayanan lain yang sejenisnya. Sehingga konsumen dapat mengetahui perbandingan tingkat kualitas pelayanan antara perusahaan yang satu dengan perusahaan yang lain.

Menurut Tjiptono (2014). "Kualitas pelayanan ialah berfokus pada upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampaiannya untuk mengimbangi harapan konsumen."²

Kepuasan pelanggan adalah tingkat perasaan konsumen setelah melakukan perbandingan antara apa yang diterima dengan apa yang diharapkan. Menilai kepuasan konsumen dan meningkatkan ekspektasi konsumen, sehingga dapat menjadi pelanggan yang setia. Ketika apa yang didapat oleh konsumen sesuai dengan harapannya, tentu konsumen akan merasa puas. Memberikan kepuasan kepada konsumen adalah keinginan setiap perusahaan, dan memenuhi kepuasan konsumen menjadi faktor yang penting bagi kelangsungan hidup perusahaan yang mana akan dapat meningkatkan keunggulan dalam bersaing. Kepuasan pelanggan juga dapat dikatakan sebagai perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara kinerja (hasil) produk yang diperkirakan terhadap kinerja atau hasil yang diharapkan. Jika kinerja dibawah harapan, konsumen tidak akan puas, jika kinerja memenuhi harapan konsumen akan puas/senang mencapai tujuannya, perusahaan harus mengetahui bagaimana cara meningkatkan kepuasan konsumen yang efektif dan efisien dengan menggunakan segala kelebihan dari sumber daya yang dimiliki dan menghilangkan atau sekurang-kurangnya mengurangi kelemahan-kelemahan sehingga dapat bersaing dengan perusahaan lain.

Menurut Tjiptono (2017), "Kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara persepsi terhadap kinerja (hasil) suatu produk dengan harapan-harapannya."³

PT Jalur Pratama Express Medan merupakan perusahaan jasa pengiriman barang dalam wilayah lokal maupun internasional yang cukup berkembang dan didukung secara online tersebar luas di Indonesia, melayani pengiriman Express, penangan serta distribusi di Indonesia. Layanan Reguler mencapai kota dan kabupaten tujuan seluruh Indonesia.

Jumlah pelanggan pada P.T Jalur Prata Express berfluktuasi selama tiga tahun terakhir (tahun 2019-2012) dan meningkatnya keluhan dari pelanggan selama 3 tahun tersebut .

Berfluktuasinya jumlah pelanggan yang mengindikasikan berfluktuasinya loyalitas pelanggan pada PT. Jalur Pratama Express disebabkan salah satu faktornya adalah kualitas pelayanan. Dimana kurangnya ketanggapan (responsiveness) dari perusahaan dalam pengiriman

barang yang berjumlah cukup banyak sehingga dapat menyebabkan pengiriman barang tersebut menjadi lebih lambat dan tidak sesuai dengan estimasi jangka waktu pengiriman barang yang sudah ditetapkan perusahaan, sehingga dapat menimbulkan kekecewaan dari pelanggan karena barang yang dikirimkan menjadi lebih lama sampai ketempat tujuan.

Selain faktor kualitas pelayanan yang menyebabkan berfluktuasinya loyalitas pelanggan pada PT Jalur Pratama Express yang diindikasikan dari data jumlah pelanggan selama 3 tahun terakhir adalah faktor kepuasan pelanggan, dimana faktor kepuasan pelanggan pada PT Jalur Pratama Express yaitu adanya harapan pelanggan kepada PT Jalur Pratama Express agar dapat mengirimkan barang dengan aman dan nyaman sampai ketempat tujuan tanpa adanya terjadi hal yang tidak diinginkan. Namun sampai saat ini harapan pelanggan belum terpenuhi sepenuhnya oleh perusahaan karena sering ditemukan kecerobohan yang disebabkan oleh karyawan dalam melakukan pengiriman barang, sehingga sering terjadi adanya kerusakan barang bahkan sampai kehilangan barang yang dikirimkan, dimana hal tersebut dapat menimbulkan kekecewaan pelanggan dan berpengaruh kepada kepuasan pelanggan dan bisa menyebabkan pelanggan memilih jasa pengiriman dari perusahaan lain.

METODE PENELITIAN

1. Jenis Penelitian

Adapun jenis penelitian yang digunakan yaitu penelitian kuantitatif yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan pada PT. jalur Pratama Express yang disajikan dalam bentuk regresi dan pengujian hipotesis.

Menurut Sugiyono (2013), “Metode kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistic”.⁴

2. Sumber Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

- a. Data Primer merupakan data yang diperoleh langsung dari sumbernya. Pengumpulan data dilakukan melalui angket, wawancara langsung dengan pimpinan perusahaan dan karyawan.
- b. Data Sekunder merupakan data yang diperoleh dari hasil pengumpulan data. Data sekunder diperoleh dari catatan laporan-laporan, buku-buku, struktur organisasi, internet dan buku-buku referensi yang berhubungan dengan permasalahan yang dibahas.

3. Metode Pengumpulan Data

Metode Pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

a. Observasi

Observasi adalah pengamatan langsung para peneliti sesuai dengan lingkungan pada objek penelitian atau pengamatan langsung terhadap suatu kegiatan yang sedang berjalan.

b. Wawancara

Wawancara adalah tanya-jawab dengan seseorang untuk mendapatkan keterangan akan pendapat dari objek penelitian tentang suatu hal atau masalah.

c. Kuesioner adalah teknik pengumpulan data dengan cara memberikan sejumlah pernyataan yang telah tersusun secara sistematis yang diberikan kepada responden mengenai sikap dan pendapat responden

d. Dokumentasi

Dokumen merupakan catatan peristiwa yang sudah berlalu. Dokumen bisa berbentuk tulisan dan gambar. Dokumen yang ditunjukkan dalam hal ini adalah segala dokumen yang diperlukan dalam peneliti seperti struktur organisasi, sejarah perusahaan dan dokumen-dokumen lainnya.

4. Definisi Operasional

Variabel-variabel yang diteliti dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

a. Kualitas Pelayanan adalah kemampuan perusahaan memberikan pelayanan kenyataan dalam pemenuhan kebutuhan konsumen agar sesuai dengan yang diharapkan dan diterima oleh pelanggan.

b. Kepuasan pelanggan adalah suatu hasil dari perbandingan antara harapan dan kinerja yang di dapat, oleh karena itu perlu dilakukan penelitian untuk menentukan harapan konsumen agar perusahaan bisa memenuhi harapan tersebut.

c. Loyalitas pelanggan adalah sebuah kesetiaan dan komitmen yang dipegang erat oleh pelanggan untuk membeli barang/jasa dari suatu perusahaan, untuk pembelian secara berulang-ulang terhadap barang atau jasa yang ditawarkan pihak perusahaan tersebut.

5. Metode Analisis Data

Metode analisis data yang digunakan dalam menganalisis data yang diperoleh yaitu metode analisis deskriptif kuantitatif, yaitu suatu metode permasalahan yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku secara umum atau generalisasi. Analisis ini digunakan untuk mendiskripsikan variabel independen dan variabel dependen. Dengan mendiskripsikan item-item dari masing-masing variabel. Setelah semua data terkumpul, selanjutnya adalah mengelola data kemudian mentabulasikan kedalam tabel frekuensi dan kemudian membahas data

ANALISIS HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Analisa

1. Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

Hasil analisis regresi dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 1. Hasil Analisis Regresi Berganda

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3.011	1.720		1.751	.083
	Kualitas Pelayanan	.690	.045	.746	15.280	.000
	Kepuasan	.237	.044	.262	5.375	.000



Berdasarkan Tabel 1 di atas, maka persamaan regresi linier berganda adalah:

$$Y = 3,011 + 0,690X_1 + 0,237X_2 + e$$

2. Hasil Uji Parsial (Uji-t)

Uji t dilakukan untuk menguji pengaruh masing-masing faktor independen , yaitu kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan PT. Jalur Pratama Express. Apabila $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima, sedangkan apabila $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak. Adapun hasil dari uji t dapat dilihat pada tabel 2 berikut :

Tabel 2. Hasil Uji t

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	3,011	1,720		1,751	,083		
x1	,690	,045	,746	15,280	,000	,639	1,566
x2	,237	,044	,262	5,375	,000	,639	1,566

a. Dependent Variable: y

Berdasarkan tabel di atas, diperoleh hasil sebagai berikut:

a. Nilai signifikansinya untuk variabel kualitas pelayanan (0,000) lebih kecil dibandingkan dengan dari alpha 5% (0,05) atau $t_{hitung} = 15,280 > t_{tabel}$ ($n-k=95-3=92=1,98609$). Berdasarkan hasil yang diperoleh maka menerima H_a maka dan menolak H_0 untuk variabel kualitas pelayanan. Dengan demikian, secara parsial bahwa variabel kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada PT. Jalur Pratama Express.

b. Nilai signifikansinya untuk variabel kepuasan (0,000) lebih kecil dibandingkan dengan dari alpha 5% (0,05) atau $t_{hitung} = 5,375 > t_{tabel}$ ($n-k=95-3=92=1,98609$). Berdasarkan hasil yang diperoleh maka menolak H_0 dan menerima H_a untuk variabel kepuasan. Dengan demikian, secara parsial bahwa variabel kepuasan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada PT. Jalur Pratama Express.

3. Hasil Uji F (Uji Serempak)

Tabel 3. Uji Simultan (Uji F)

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1635,843	2	817,922	282,768	,000 ^b
	Residual	266,115	92	2,893		

Total	1901,958	94		
-------	----------	----	--	--

Hasil uji F dalam penelitian ini, diketahui nilai signifikansi 0,000, dimana disyaratkan nilai signifikansi F lebih kecil dari 5% atau 0,05 atau nilai Fhitung = 282,788 > Ftabel 3,94 (df1 = k-1= 2-1=1), sedangkan (df2 = n-k = 95-3=92). Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa secara simultan semua variabel independen yaitu kualitas pelayanan dan kepuasan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada PT. Jalur Pratama Express.

4. Hasil Koefisien Determinasi

Tabel IV.16 Hasil Koefisien Determinasi

Mode	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,927 ^a	,860	,857	1,70075	2,082

Berdasarkan tabel di atas diperoleh :

Untuk variabel bebas lebih dari satu baik menggunakan Adjusted R Square dimana nilai adjusted R2 sebesar 0,857 (85,7%). Sehingga dapat dikatakan bahwa 85,7% variasi variabel bebas kualitas pelayanan dan kepuasan pada model memiliki kontribusi erat untuk variabel loyalitas pelanggan pada PT. Jalur Pratama Express sedangkan sisanya sebesar 14,3% dipengaruhi oleh variabel lain di luar model. Adapun variabel lain yang mempengaruhi loyalitas pelanggan yakni harga, lokasi, promosi, fasilitas dan sebagainya.

Hasil Pembahasan

1. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan

Hasil penelitian ini diperoleh bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada PT. Jalur Pratama Express. Hal ini dibuktikan dengan hasil yang diperoleh pada uji parsial (uji t) dengan nilai signifikansi (0,000) lebih kecil dibandingkan dengan dari alpha 5% (0,05) atau $t_{hitung} = 15,280 > t_{tabel} = 1,98609$. Maka dapat disimpulkan bahwa menerima H_a maka dan menolak H_0 . Artinya kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada PT. Jalur Pratama Express.

Kualitas pelayanan menurut Lewis dan Booms dalam Tjiptono (2017), “Kualitas layanan bisa diartikan sebagai tolak ukur seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan mampu sesuai dengan ekspektasi atau harapan dari pelanggan”.⁵ Kualitas pelayanan dapat dikatakan baik apabila sesuai dengan harapan dan keinginan pelanggan, Apabila kualitas pelayanan sesuai dengan apa yang diharapkan pelanggan maka akan mempengaruhi loyalitas pelanggan.

Adapun kompensasi yang terdapat di PT. Seafood Sumatera Perkasa antara lain adalah pemberian upah ataupun gaji tambahan bagi karyawan yang lembur, insentif di akhir tahun dan THR, dan lain sebagainya, yang dapat diperoleh setiap karyawan PT. Seafood Sumatera Perkasa.

2. Pengaruh Kepuasan Terhadap Loyalitas Pelanggan

Hasil penelitian ini diperoleh hasil bahwa kepuasan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada PT. Jalur Pratama Express. Hal ini dibuktikan dengan hasil yang diperoleh pada uji parsial (uji t) dengan nilai signifikansi (0,000) lebih kecil dibandingkan dengan dari alpha 5% (0,05) atau $t_{hitung} = 5,375 > t_{tabel} = 1,98609$. Maka dapat disimpulkan bahwa menolak H_0 dan menerima H_a . Artinya kepuasan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada PT. Jalur Pratama Express.

Menurut Lovelock dan Wirtz yang dikutip oleh Tjiptono (2016:74) “Kepuasan adalah suatu sikap yang diputuskan berdasarkan pengalaman yang didapatkan”.⁶ Dengan memberikan kepuasan pelanggan sesuai dengan harapan yang diinginkan pelanggan maka akan menambah pengalaman buat pelanggan selama menggunakan jasa dari perusahaan yang akan mempengaruhi loyalitas pelanggan.

3. Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Pelanggan

Hasil penelitian ini secara simultan (Uji F) atau secara serempak variabel bebas yaitu kualitas pelayanan dan kepuasan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada PT. Jalur Pratama Express. Hal ini dibuktikan dengan uji simultan dengan nilai signifikansi 0,000, dimana disyaratkan nilai signifikansi F lebih kecil dari 5% atau 0,05 atau nilai $F_{hitung} = 282,788 > F_{tabel} 3,94$. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa secara simultan semua variabel independen yaitu kualitas pelayanan dan kepuasan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada PT. Jalur Pratama Express

Menurut Hurriyati (2015) mengemukakan bahwa “loyalitas pelanggan adalah komitmen konsumen bertahan secara mendalam untuk berlangganan kembali atau melakukan pembelian ulang barang atau jasa terpilih secara konsisten di masa yang akan datang, meskipun pengaruh situasi dan usaha pemasaran mempunyai potensi untuk menyebabkan perubahan perilaku.”⁷

KESIMPULAN DAN SARAN

1. Kesimpulan

Berdasarkan uraian, temuan dan evaluasi yang dijelaskan pada bab-bab sebelumnya, maka peneliti dapat memberikan kesimpulan sebagai berikut :

- a. Secara parsial kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada PT. Jalur Pratama Express. Hal ini dibuktikan dengan hasil yang diperoleh pada uji parsial (uji t) untuk variabel kualitas pelayanan 0,000 lebih kecil dibandingkan dengan dari alpha 5% (0,05) atau $t_{hitung} = 15,280 > t_{tabel} = 1,98609$.
- b. Secara parsial kepuasan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada PT. Jalur Pratama Express. Hal ini dibuktikan dengan hasil nilai signifikansinya untuk variabel kepuasan 0,000 lebih kecil dibandingkan dengan dari alpha 5% (0,05) atau $t_{hitung} = 5,375 > t_{tabel} = 1,98609$.
- c. Terdapat pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepuasan berpengaruh positif dan signifikan secara simultan terhadap Loyalitas Pelanggan pada PT. Jalur Pratama Express. Hasil uji regresi dalam penelitian ini, diketahui nilai signifikansi 0,000, dimana disyaratkan nilai signifikansi F lebih kecil dari 5% atau 0,05 atau nilai $F_{hitung} = 282,788 > F_{tabel} 3,94$
Nilai Adjusted R Square (R^2) sebesar 0,857 (85,7%). Sehingga dapat dikatakan bahwa 85,7% variasi variabel terikat yaitu kualitas pelayanan dan kepuasan pada model dapat menjelaskan variabel terhadap loyalitas pelanggan pada PT. Jalur Pratama Express, sedangkan sisanya sebesar 14,3% dipengaruhi oleh variabel lain .

2. Saran

Saran peneliti terhadap kinerja karyawan P.T Seafood Umatara Perkasa adalah sebagai berikut.

- a. Bagi Manajemen PT. Jalur Prata Express, hendaknya lebih mengutamakan kepentingan dan kepuasan pelanggan, karena terdapat pelanggan yang memberikan nilai negatif terhadap PT Jalur Pratama Express, karena hal-hal tersebut memiliki pengaruh terhadap loyalitas pelanggan.
- b. Bagi karyawan pada PT. Jalur Pratama Express, berupaya memberikan pelayanan yang lebih baik lagi kepada pelanggan agar pelanggan tetap loyal menggunakan jasa produk perusahaan.

DAFTAR PUSTAKA

- Kasmir . 2017. Customer Service Excellent : Teori dan Praktik : Jakarta . PT Raja Grafindo Persada.
- Sangadji , Etta Mamang , Sopiah .2013. Perilaku Konsumen . Yogyakarta : Andi .
- Tjiptono , Fandy. 2014. Pemasaran Jasa Prinsip, Penerapan, dan Penelitian : Jakarta . Andi Offset.
- Tjiptono , Fandy. 2017. Manajemen Pemasaran jasa : Jakarta . PT Indeks Kelompok Gramedia.
- Vanessa, G .2018. Customer Relationship Management and Marketing Public Relation : Bandung . Alfabeta.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Penerbit Alfabeta, 2013.
- . *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif dan R&D*. Bandung : Penerbit Alfabeta, 2017.

Jurnal dan Skripsi

- Agiesta, Willyanto. Achmad Sajidin & Perwito . 2021. Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan KA Lokal Bandung Raya. Bandung : Politeknik Piksi Ganesha . Jurnal Ilmiah Mea (Manajemen, Ekonomi, dan Akuntansi) Vol 5.
- A, Nurfitriani .2019. Pengaruh Kualitas Layanan dan Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan pada J&T Express Cabang Talasalapang. Skripsi. Makassar : Universitas Muhammadiyah Makassar
- Astuti, Davia S & Lutfi, Mohammad . 2019. Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan Jakarta : Jurnal Ekonomi, Bisnis & Manajemen Vol 9
- Atmaja, Ketut Valien Wira dkk . 2018 . Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepuasan terhadap Loyalitas Pelanggan pada PT Pos Cabang Singaraja. Bali : Universitas Pendidikan Ganesha Singaraja,Indonesia . Jurnal : Pendidikan Ekonomi Undiksha Vol 10
- Dewi, Ratna Yunita dan Sri Y.Y. 2020. Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Konsumen pada Jasa Pengiriman J & T Express Jakarta: Universitas Dirgantara Marsekal Suryadarma. Jurnal : Ilmiah Mahasiswa Manajemen Unsurya Vol 1
- Fortuna, Ilmia. Joko Widodo & Sri Wahyuni .2020. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan pada Jasa Pengiriman J & T Express. Jember : Jurnal Pendidikan Ekonomi Vol 14
- Hasby, Nurdalilah .2019. Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Jasa Pengiriman terhadap Kepuasan Konsumen JNE Express Agen Pangkalan Mansyur. Skripsi . Medan : Universitas Sumatera Utara.
- Lumonggo, Afrilia Sri .2018. Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepuasan terhadap Loyalitas Pelanggan Go-Food di Gojek Online pada Mahasiswa/i Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis . Skripsi . Medan : Universitas Sumatera Utara.
- Nadra, Nyimas. 2017. Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan pada CV. Sinar Surya Palembang. Palembang . Skripsi : Universitas Muhammadiyah Palembang.

- Trianah, Lilik dkk .2017. Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Pelanggan D'Besto Mangun Jaya 2. Jakarta: Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia . Jurnal : STEI Ekonomi Vol 26.
- Widyarani, Rahadiani A & Permatasi, Ita Rifiani .2020. Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan di Pizza Hut Soekarno Hatta . Malang : Politeknik Negeri Malang . Jurnal : Aplikasi Bisnis Vol 6Arda, M. *Pengaruh Kepuasan Kerja dan Disiplin Kerja terhadap Kinerja Karyawan pada Bank Rakyat Indonesia Cabang Putri Hijau Medan.* Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis. Medan: UMSU. Vol.18.No1. Hal. 120 - 127(2017)
- Wulandari, Desy .2021. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Nasabah pada PT BPRS Amanah Bangsa Kantor Cabang Kirasan. Skripsi. Medan : Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi International Business Management Indonesia. Cahya, Agus Dwi. 2021. *Pengaruh Kompensasi dan Disiplin Kerja terhadap Kinerja Karyawan Warung Padang Upik.* Jurnal Sinar Manajemen. Yoyakarta: Universitas Sarjanawidya Tamansiswa. Vol. 8, Hal 1 – 12 (2012)