

PENGARUH KECEPATAN PENGIRIMAN DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DI PT. YES LOGISTIC INDONESIA

Oleh :

¹⁾Ferdianata adam setya irawan

²⁾Soedarmanto, SE., MM.

^{1,2)}STIA Dan Manajemen Kepelabuhan Barunawati Surabaya

Jl. Perak Barat. No.173, Perak Utara, Kec. Pabean Cantian, Kota Surabaya, Jawa Timur 60177

Email :

¹⁾ferdianata87@gmail.com

²⁾soedarmanto@stiamak.ac.id

ABSTRAK

Penelitian ini dibuat untuk mengetahui dan menjelaskan pengaruh Pengaruh Kecepatan Pengiriman Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Di PT. Yes Logistic Indonesia. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan metode *random sampling* kemudian dihitung menggunakan rumus *Slovin*. Sampel yang diambil sebanyak 51 responden. Yang digunakan responden adalah pelanggan pengguna jasa PT. YES Logistic Indonesia. Metode analisis data yang digunakan yaitu uji validitas dan reliabilitas, uji asumsi klasik, analisis regresi linier berganda, uji t dan uji f serta koefisien determinasi.

Hasil dari data penelitian ini bersifat valid dan reliable. Pada uji asumsi klasik data berdistribusi normal, tidak terjadi gejala heteroskedastisitas, multikoloniaritas dan autokolerasi. Untuk uji hipotesis variabel kecepatan pengiriman berpengaruh secara signifikan terhadap variabel kepuasan pelanggan, hal ini dibuktikan dengan nilai t-hitung $4,6383 > t\text{-tabel } 2,010$ dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$. Untuk kualitas pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan, hal ini dibuktikan dengan nilai t-hitung $2,118 > t\text{-tabel } 2,010$ dengan nilai signifikansi $0,034 < 0,05$. Kemudian kecepatan pengiriman dan kualitas pelayanan secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan PT. YES Logisitic Indonsia, hal ini dibuktikan nilai f-hitung $14,506 > f\text{-tabel } 3,19$ dengan nilai signifikansi $0,00 < 0,05$.

Kata Kunci : Kecepatan pengiriman, kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan

I. PENDAHULUAN

Latar Belakang

Pada periode waktu kapanpun pengiriman barang sangatlah penting bagi kelangsungan kehidupan manusia. Lambat laun pengiriman barang menjadi salah satu bisnis yang diminati orang. Karena dengan berbisnis pengiriman barang sangatlah menguntungkan. Zaman semakin maju hingga era saat ini teknologi dan globalisasi semakin berkembang banyak perusahaan jasa yang memanfaatkan teknologi yang dinilai sangat efisien serta menguntungkan.

Di era saat ini usaha dibidang pengiriman barang atau logistik sangatlah berkembang cepat dari segi pengiriman ataupun penjualan jasa nya. Dan juga semakin banyak pula yang membuka usaha logistik, karena telah melihat keuntungan yang didapat. Tentunya dengan adanya usaha logistik atau pengiriman barang yang semakin banyak, tentunya tidak lepas dari persaingan. Persaingan bisa dari harga ataupun layanan yang diberikan ke konsumen atau pemakai jasa.

Jasa pengiriman barang tentunya tidak lepas dari transportasi. Dulu transportasi yang

digunakan kebanyakan memakai kereta kuda ataupun kapal laut. Kapal laut digunakan untuk melakukan pengiriman barang dari sebuah pulau ke pulau yang lain. Hingga saat ini transportasi yang dipakai untuk pengiriman barang semakin bertambah dan transportasi yang dipakai dirasa lebih efisien, diantaranya truk, kereta api, pesawat, motor, kapal laut, dll. Dan juga sistem pengiriman barang juga berubah mengikuti kebutuhan dari para konsumen.

Dalam dunia logistik tentunya harus mempunyai banyak kenalan atau koneksi entah dari pemilik transportasi ataupun koneksi dari konsumen. Dengan mempunyai banyak koneksi dari pemilik transportasi tentunya akan mempermudah pemilik usaha logistik untuk menemukan dengan cepat moda transportasi yang sedang dibutuhkan. Dan dengan memiliki banyak koneksi konsumen atau pemakai jasa akan mempermudah pemasaran dari pihak logistik. Oleh sebab itu, koneksi yang dimiliki perusahaan logistik yang banyak akan menguntungkan perusahaan tersebut.

Saat ini usaha logistik juga dikenal sebagai usaha *freight forwarding* atau ekspedisi. Yang dimana usaha ini semakin eksis dari tahun ke tahun. Dalam dunia usaha ekspedisi atau *freight forwarding*, terdapat berbagai macam moda transportasi yang digunakan sebagai media pengiriman, seperti kereta api, truk, kapal laut, pesawat, dll. Dengan cara memanfaatkan moda transportasi yang ada, pengiriman barang bisa terealisasi dengan baik dan cepat. Sehingga dapat terjalin kerjasama oleh berbagai pihak pemilik moda transportasi tersebut dan tentunya akan saling menguntungkan dari pemilik moda transportasi dan dengan usaha pengiriman barang.

Rumusan Masalah

Berlandaskan dari latar belakang yang sudah dijabarkan oleh peneliti mengenai usaha transportasi. Adapun dalam riset ini, peneliti bisa merumuskan masalah menjadi 3 pokok permasalahan, yaitu sebagaimana berikut ini:

1. Apakah Kecepatan Pengiriman berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan ?
2. Apakah Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan ?
3. Apakah Kecepatan Pengiriman dan Kualitas Pelayanan berpengaruh secara bersama-sama terhadap Kepuasan Pelanggan?

II. LANDASAN TEORI DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

Kecepatan Pengiriman

kecepatan pengiriman ialah sebuah aktivitas memindahkan barang di satu tempat ketempat lainnya secara cepat. Dengan melakukan pengiriman barang secara cepat, dapat menjadikan proses atau kegiatan perusahaan logistik bisa berjalan lancar serta untuk kegiatan dari pemilik barangnya juga bisa berjalan sesuai dengan jadwal yang telah mereka tentukan. Dan dengan kinerja yang lancar bisa membuat membuat puas dari pengguna jasa, serta dapat menarik minat konsumen lain dan menjadikan perusahaan menjadi berkembang dan menjadi maju.

Dalam dunia logistik disamping dibutuhkan pengiriman yang cepat, tentunya juga diperlukan pengiriman yang tepat.

Kualitas Pelayanan

- 1) Berdasarkan pendapat dari Nasution (2015), kualitas ialah takaran sedekat apa sebuah barang ataupun layanan sesuai dengan standar yang telah ditentukan sebelumnya.
- 2) Tjiptono (2016) berpendapat bahwasannya kualitas pelayanan ialah derajat keunggulan yang diinginkan oleh perusahaan serta pengaturan atas derajat keunggulan tersebut guna mencukupi kepuasan konsumen.
- 3) Maulidin (2010) juga berpendapat bahwasannya kualitas pelayanan ialah sejauh mana perbedaan dari fakta dengan keinginan konsumen atas layanan yang diperoleh selama memakai jasa yang telah dibeli.

pelayanan ialah suatu kegiatan yang disampaikan kepada pelanggan guna membagikan keamanan dan kenyamanan agar

terciptanya rasa puas bagi pelanggan atau konsumen.

Indikator Kualitas Pelayanan

Wolkins mengatakan bahwasannya guna mewujudkan sebuah gaya manajemen beserta lingkungan yang mendukung terhadap institusi jasa. Untuk membenahi kualitas, perusahaan wajib dapat mencukupi enam prinsip inti yang diberlakukan di perusahaan jasa ataupun manufaktur

1. Kepemimpinan
2. Pendidikan
3. Perencanaan
4. *Review*
5. Komunikasi
6. Penghargaan dan pengakuan (*total human reward*)

Kepuasan Pelanggan

1. Basu Swastha (2008) mengutarakan bahwasannya kepuasan ialah sebuah perilaku yang ditetapkan dengan berlandaskan dari pengalaman yang diperoleh
2. Assauri (2013) mengatakan bahwasannya nilai konsumen ialah perpadanan konsumen diantara seluruh keuntungan serta seluruh dana yang wajib keluar dalam menerima tawaran yang dibagikan.
3. Griffin (2010) berpendapat bahwasannya kepuasan pelanggan ialah tanggapan konsumen bagi evaluasi dari pemahaman atas perbedaan diantara keinginan pertama sebelum membeli (ataupun standar kinerja lain) serta kinerja fakual dari produk seperti halnya yang dipahamkan sesudah mengonsumsi produk terkait;
4. Berdasarkan pendapat dari Tjiptono (2011), kepuasan pelanggan ialah kondisi yang diperlihatkan pelanggan disaat pelanggan tersebut sadar akan keperluan dan harapannya tepat dengan yang diinginkan dan terpenuhi dengan sempurna.

Indikator Kepuasan Pelanggan

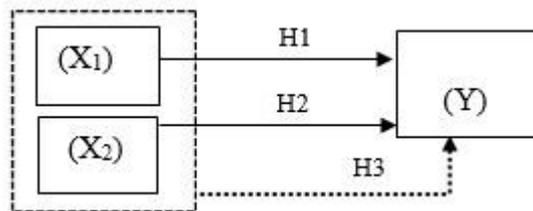
Kepuasan pelanggan juga mengantongi sejumlah manfaat. Hal ini disampaikan oleh Tjiptono (2014). Manfaat tersebut, yakni:

1. Reaksi Terhadap Produsen Berbiaya Rendah
2. Manfaat Ekonomik Retensi Pelanggan
3. Nilai Kumulatif dari Relasi Berkelanjutan

4. Daya Persuasif *Word Of Mouth*
5. Reduksi Sensitivitas Harga

Kerangka Konseptual

Gambar 1 Kerangka Konseptual



Sumber : Data diolah penulis (2022)

Keterangan :

- | | | |
|----------------|---|----------------------|
| X ₁ | : | Kecepatan Pengiriman |
| X ₂ | : | Kualitas Pelayanan |
| Y | : | Kepuasan Pelanggan |
| —————→ | : | Parsial |
| - - - - -→ | : | Simultan |

Penjelasan :

1. Variabel Independen (Bebas) : Kecepatan Pengiriman (X₁), Kualitas Pelayanan (X₂)
2. Variabel Dependen (Terikat) : Kepuasan Pelanggan (Y)

Hipotesis

Peneliti telah membuat beberapa hipotesis dan dapat dilihat sebagaimana berikut ini:

- H1 :Kecepatan Pengiriman berpengaruh parsial terhadap Kepuasan Pelanggan;
- H2 :Kualitas pelayanan berpengaruh parsial terhadap Kepuasan Pelanggan;
- H3 :Kecepatan Pengiriman dan kualitas pelayanan saling berpengaruh simultan terhadap Kepuasan Pelanggan.

III. METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian

Jenis dari riset harus ditentukan setelah menentukan objek dan topik permasalahan yang akan diteliti. Riset ini berjenis riset kuantitatif. Teknik kuantitatif bisa diartikan selaku teknik riset yang dipakai untuk menganalisis populasi maupun sampel, pengumpulan datanya memakai instrument riset, sedangkan analisis datanya memiliki sifat statistik dengan tujuan guna menguji

hipotesis yang sudah diimplementasikan Sugiyono (2010). Tentunya manfaat dari jenis penelitian ini hasil yang telah didapat sangat akurat, sehingga peneliti bisa dengan mudah membuat kesimpulan dari penelitian ini, serta peneliti juga akan dengan mudah membuat solusi dari permasalahan yang telah diteliti. Maka dari itu banyak yang menggunakan penelitian jenis kuantitatif. Dengan adanya jenis penelitian ini peneliti juga bisa memberikan data dengan angka yang dimana data angka bisa digunakan untuk memberikan penilaian yang jelas.

Variabel Penelitian

Dalam riset ini, terdapat tiga variabel, yakni dua variabel bebas dan satu variabel terikat. Adapun dua variabel bebas ataupun variabel yang memberikan pengaruh ialah Kecepatan Pengiriman dan Kualitas Pelayanan dan satu variabel terikat ataupun variabel yang dipengaruhi adalah Kepuasan Pelanggan. Dan dengan variabel yang banyak memungkinkan peneliti bisa memberikan saran yang banyak kepada perusahaan. Disamping banyak variabel peneliti juga harus bisa mempertimbangkan variabel penelitian mana saja yang mungkin lebih bermanfaat bagi perusahaan, sehingga peneliti tidak merasa sia-sia dalam melakukan penelitian. Pada penelitian ini peneliti menjabarkan beberapa indikator pada setiap variabel. Pada penelitian ini peneliti menjabarkan beberapa indikator penelitian dari variabel X (variabel independen) beserta variabel Y (variabel dependen)

Populasi

Sugiyono (2010) berpendapat bahwasannya terdapat tahapan yang harus ditempuh pada riset, yakni menetapkan objek yang hendak dikaji dan jumlah populasi yang tersedia. Maksud dari penjelasan diatas ialah area generalisasi yang meliputi objek maupun subjek yang memiliki kualitas serta karakteristik khusus yang ditentukan peneliti untuk dianalisis serta selanjutnya disimpulkan sebagaimana langkah pada pengambilan keputusan atas solusi yang akan dipakai. Pada riset ini, peneliti memakai kuesioner selaku bahan penelitian. Kuesioner pada riset ini ialah populasi di sebuah wilayah. Adapun

populasi tersebut yakni pengguna jasa atau konsumen PT. Yes Logistic Indonesia yang dimana peneliti akan mengambil data pada para konsumen atau pengguna jasa logistik yaitu sebanyak 51 orang.

Sampel Penelitian

Sampel ialah sebagian dari total serta karakteristik yang dipunyai populasi, Sugiyono (2010). Dalam memutuskan jumlah sampel, peneliti harus mempertimbangkan beberapa pendapat dari ahli terkait penetapan jumlah sampel. Pada riset ini terdapat sejumlah pertimbangan untuk menentukan jumlah sampel, yaitu jumlah populasi yang banyak yang tidak memungkinkan untuk meneliti semua elemen, keterbatasan waktu riset, dana, dan SDM menjadikan peneliti akan merasa puas bila bisa mengkaji separuh dari elemen pengguna jasa.

Pada riset ini, peneliti memakai seluruh populasi, sebab populasi ataupun total dari pengguna jasa yang dipunyai PT. Yes Logistic Indonesia kurang dari 100, yaitu sebanyak 51 orang atau 51 kuisisioner.

Dengan memakai teknik riset kuantitatif membuat hasil dari riset nantinya menjadi lebih rinci, contohnya seperti usia, jenis kelamin, serta jumlah responden bisa diuraikan. Adanya pemberian nilai dari responden yang berwujud angka bisa dijadikan sebagai materi perhitungan untuk melakukan sejumlah tes yang nantinya akan dipakai pada proses riset. Serta hasil dari perhitungannya bisa ditarik kesimpulan sebagai dasar pengambilan keputusan yang berupa solusi atas permasalahan yang diteliti.

Pada perhitungan sejumlah uji yang dijalankan peneliti, peneliti memakai bantuan dari aplikasi SPSS yang berkontribusi untuk perhitungan kuesioner. Dengan menggunakan aplikasi SPSS, peneliti akan memperoleh output yang rinci dan juga cepat. Saat ini, SPSS telah banyak digunakan oleh masyarakat umum ataupun perusahaan untuk melaksanakan sejumlah perhitungan dalam risetnya.

Metode Pengumpulan Data

1. Observasi
2. Koesioner

3. Dokumentasi
4. Wawancara

Tabel 1 Skala pengukuran

No	Jawaban	Kode	Nilai Skor
1	Sangat Tidak Setuju	STS	1
2	Tidak Setuju	TS	2
3	Netral	N	3
4	Setuju	S	4
5	Sangat Setuju	SS	5

Sumber: Sugiyono (2019)

Teknik Analisis Data

Metode analisis data yang dipakai pada riset ini ialah analisis regresi linier berganda, dimana langkah sebelumnya ialah dengan melakukan uji kualitas data, yakni dengan memakai pengujian validitas serta pengujian reliabilitas. Adapun uji penyimpangan asumsi klasik dan uji hipotesis juga dilakukan peneliti. Agar semua hasil yang diperoleh bisa sangat akurat dalam pengambilan kesimpulannya nanti. Dengan adanya teknik analisis data yang tepat peneliti bisa menemukan semua hasil dari penelitiannya dengan tepat serta dapat dengan tepat pula menyimpulkan dan menjadikan hasil penelitian sebagai bahan untuk membuat solusi atas permasalahan yang sedang diteliti..

1. Uji Validitas

Uji validitas data dipakai guna melakukan pengukuran sah maupun tidak sahnya sebuah data kuisisioner yang telah didapat dari penyebaran kuisisioner. Kuisisioner bisa disebut valid bila ditemukan persamaan diantara data yang terhimpun dengan data yang sebenarnya ada pada objek yang dikaji, Sugiyono (2010). Pengujian validitas dijalankan dengan memadankan skor dari r_{hitung} untuk masing-masing pertanyaan bisa diketahui dari kolom *corrected item-total correlations*, dengan $r_{productmoment}$ dengan menggalidegree of freedom (df) = $N - k$, yang mana dalam hal ini N selaku total sampel dan k selaku total variabel bebas dari riset. Apabila r_{hitung} melebihi $r_{productmoment}$ dengan skor yang positif, maka pertanyaan (indikator) dapat disebut valid (Ghozali, 2011). Tetapi tidak semua data kuisisioner bisa

dikatakan valid ada beberapa data yang bisa dikatakan tidak valid. Jadi tetap diperlukan juga uji validitas agar sebagai bahan penelitian selanjutnya.

2. Uji Reliabilitas

Pengujian reliabilitas ialah sebuah alat yang dipakai guna melakukan pengukuran untuk kuisisioner yang sebagai indikator dari variabel. Sebuah kuisisioner bisa disebut reliabel apabila tanggapan responden kepada pernyataan ialah tetap atau konsisten seiring berjalannya waktu (Ghozali, 2011). Pengujian reliabilitas pada riset ini memakai aplikasi SPSS, apabila skor dari *cronbach alpha* melebihi angka 0,60 (Ghozali, 2011). Tetapi tidak semua data kuisisioner bisa dikatakan reliabel ada beberapa data yang bisa dikatakan tidak reliabel. Jadi tetap diperlukan juga uji validitas agar sebagai bahan penelitian selanjutnya.

3. Uji Asumsi Klasik

Pengujian asumsi klasik berdasarkan pendapat dari Ghozali (2011) memiliki tujuan guna mengetahui penaksir pada regresi apakah merupakan penaksir yang kolinear tidak bias terbaik. Agar bisa mendapatkan persamaan yang sangat sesuai, peneliti memakai parameter regresi yang dapat dicari dengan teknik kuadrat paling kecil ataupun *Ordinary Least Square (OLS)*. Teknik tersebut bisa dipakai sebagai alat estimasi atau perkiraan yang tak bias bila sudah melengkapi persyaratan *Best Linear Unbiased Estimation (BLUE)*. Maka dari itu, peneliti memerlukan pengujian asumsi klasik pada model yang sudah dirumuskan. Pengujian asumsi klasik meliputi beberapa uji, yaitu pengujian normalitas, pengujian multikolinieritas, pengujian heteroskedastisitas, serta pengujian linieritas. Agar data yang dihitung dengan uji asumsi klasik bisa menjadi pengambilan keputusan dalam hasil regresi linier.

a. Uji Normalitas

Tujuan dari uji ini ialah guna mengetahui model regresi variabel pengganggu maupun residual berdistribusi dengan normal ataupun tidak normal. Yang mana

diketahui bahwasannya pengujian T dan F memberikan asumsi bahwasannya skor residual membuntuti distribusi yang normal. Terdapat dua cara dalam menemukan residual memiliki distribusi yang normal maupun tidak, yakni dengan uji statistik serta analisis grafik, Ghazali (2011).

b. Uji Multikolinieritas

Ghozalli (2011:105) model regresi yang benar seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variable independent, jika terjadi korelasi maka dikatakan terdapat problem multikolinieritas. Ghazalli (2011:106) mengukur multikolinieritas dapat dilihat dari nilai Tolerance (TOL) dan Varian Inflation Faktor (VIF), sedangkan nilai cutoff yang umum digunakan untuk menunjukkan adanya multiko ialah nilai $TOL < 0,1$ atau sama dengan nilai $VIF > 10$.

dalam pengujian multikolinieritas hipotesis yang digunakan artinya:

H_0 : $VIF > 10$, terdapat multikolinieritas

H_1 : $VIF < 10$, tidak terdapat multikolinieritas.

c. Uji Heteroskedastisitas

Dilakukan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidak samaan variance dari residual 1 pengetahuan terhdap pengetahuan lain. Cara agar tau ada atau tidak heteroskedastisitas dengan melihat grafik plot, apabila terdapat pola tertentu seperti titik-titik yang membentuk pola (melebar lalu menyempit, bergelombang) maka terindikasi telah terjadi heteroskedastisitas, model regresi yang baik ialah yang tidak terjad heteroskedastisitas (Ghozalli, 2011:139). SRESID dan ZPRED ada pada grafis scatterplot di mana sumbu Y ialah Y yang tidak diprediksi dan sumbu X ialah residual yang telah di-studentized termasuk penjelasan tentang cara mendeteksi ada atau tidaknya heteroskedastisitas.

d. Uji Linieritas

Pengujian ini dipakai guna memantau spesifikasi model yang dipakai telah benar ataupun salah. Dengan dilakukannya uji ini

akan didapatkan informasi apakah model empiris seharusnya kuadrat, linier, atau malah kubik, Ghazali (2011). Pada riset ini, peneliti memakai bantuan dari aplikasi SPSS dengan *test for linierity* pada derajat signifikan di angka 0,05. Adapun teknik pengambilan keputusannya, yakni:

- 1) Apabila taraf signifikansi pada *Deviation From Linierity* melebihi angka 0,05 , maka ikatan antara dua variabel dikatakan linier;
- 2) Apabila taraf signifikansi pada *Deviation From Linierity* lebih kecil dari angka 0,05 , maka ikatandiantara dua variabel dikatakan tidak linier.

4. Pengujian Hipotesis

Tujuan dari uji Hipotesis adalah untuk mengukur adanya efek antara Kecepatan pengiriman (X_1), Kualitas Pelayanan (X_2) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y), yang dimana uji hipotesis terhadap ρ adalah unsur primer pembentuk koefisien determinasi. Keputusan menurut uji hipotesis hampir selalu dibentuk menurut pengujian hipotesis 0, Hipotesis yang akan diuji pada penelitian ini adalah:

a. Uji Hipotesis Parsial (Uji T)

Pada riset ini, pengujian dari variabel bebas (X) yang meliputi Kecepatan Pengirimanselaku X_1 dan Kualitas Pelayanan selaku X_2 memberikan pengaruh secara individu bagi perubahan skor variabel terikat yakni Kepuasan Pelanggan selaku Y . H_0 akan diterima disaat skor dari t hitung kurang dari t tabel dengan nilai signifikansinya melebihi angka 0,05. H_0 akan mengalami penolakan disaat skor t hitung melebihi t tabel dengan nilai signifikansinya lebih kecil dari angka 0,05. Oleh sebab itu dalam analisis regresi sangat erat kaitannya dengan uji T yang tidak pernah lepas;

b. Uji Hipotesis Simultan (Uji F)

pengujian ikatan variabel bebas (X) yang meliputi Kecepatan Pengiriman selaku X_1 dan Kualitas Pelayanan selaku X_2 memberikan pengaruh secara bersamaan bagiperubahan skor variabel terikat, yakni Kepuasan Pelanggan selaku Y . H_0 akan diterima disaat skor F hitung kurang dari F tabel dengan nilai

signifikansinya melebihi angka 0,05 dan H0 akan mengalami penolakan disaat skor F hitung melebihi F tabel dengan nilai significansinya lebih kecil dari angka 0,05. Oleh sebab itu dalam analisis regresi sangat erat kaitannya dengan uji F yang tidak pernah lepas.

IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

Tabel 2 Uji Validitas

Kecepatan Pengiriman (X₁)

Item Pernyataan	r- hitung	r- tabel	Keterangan
X _{1.1}	0,816	0,266	Valid
X _{1.2}	0,354	0,266	Valid
X _{1.3}	0,751	0,266	Valid
X _{1.4}	0,880	0,266	Valid
X _{1.5}	0,886	0,266	Valid

Sumber: data primer diolah dengan SPSS 16 (2022)

Hubungan dari masing-masing pernyataan memiliki skor r hitung yang melebihi skor r tabel. Tabel diatas menunjukkan bahwasannya seluruh pernyataan dalam variabel kecepatan pengiriman dikatakan valid serta bisa dibuat selaku instrument riset. Hal ini juga bisa dikatakan bahwasannya skor reponden positif yang mana sebagian besar menyampaikan output yang sempurna bagi kepuasan pelanggan. Supaya lebih banyak yang menyampaikan output yang juga positif, tentu saja PT. YES Logistics Indonesiawajib menaikkan tingkatan kualitas pelayanannya.

Tabel 3 Uji Validitas

Kualitas Pelayanan (X₂)

Item Pernyataan	r- hitung	r- tabel	Keterangan
X _{2.1}	0,734	0,266	Valid
X _{2.2}	0,400	0,266	Valid
X _{2.3}	0,778	0,266	Valid

Item Pernyataan	r- hitung	r- tabel	Keterangan
X _{2.4}	0,872	0,266	Valid
X _{2.5}	0,872	0,266	Valid

Sumber: data primer diolah dengan SPSS 16 (2022)

Terdapat lima item pernyataan pada variabel kualitas pelayanan. Hubungan dari masing-masing pernyataan memiliki skor r hitung yang melebihi skor r tabel. Tabel diatas menunjukkan bahwasannya pada seluruh pernyataan dari variabel kualitas pelayanan dikatakan valid serta bisa dibuat selaku instrument riset.

Tabel 4 Uji Validitas

Kepuasan Pelanggan (Y)

Item Pernyataan	r- hitung	r- tabel	Keterangan
Y.1	0,798	0,266	Valid
Y.2	0,307	0,266	Valid
Y.3	0,721	0,266	Valid
Y.4	0,878	0,266	Valid
Y.5	0,884	0,266	Valid

Sumber: data primer diolah dengan SPSS 16 (2022)

Terdapat lima item pernyataan pada variabel kepuasan pelanggan. Hubungan dari masing-masing pernyataan memiliki skor r hitung yang melebihi skor r tabel. Tabel diatas menunjukkan bahwasannya pada seluruh pernyataan dalam variabel kepuasan pelanggan dikatakan valid serta bisa dibuat selaku instrumen riset.

Tabel 5 Uji Reliabilitas

Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Kriteria	Keterangan
Kepuasan Pelanggan (X ₁)	0,779	0,6	Reliabel
Kualitas Pelayanan (X ₂)	0,719	0,6	Reliabel
Loyalitas Pelanggan (Y)	0,741	0,6	Reliabel

Sumber: data primer diolah dengan SPSS 16 (2022)

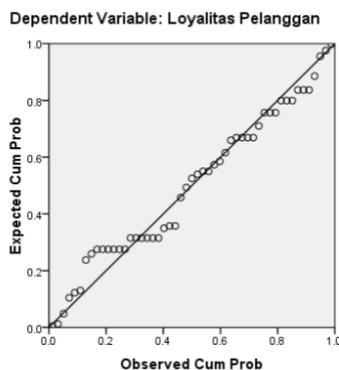
Tabel diatas menunjukkan bahwasannya variabel kecepatan pengiriman selaku X₁, kualitas pelayanan selaku X₂, dan kepuasan pelanggan selaku Y melebihi angka 0,6. Hal ini bisa dikatakan data sudah reliabel yang bermakna bahwasannya kuesioner bisa dipakai kedalam riset.

Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

Gambar 2 Normal p plot of regression standarized residual

Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual



Sumber : Data primer diolah dengan SPSS

Gambar diatas adalah output pengujian normalitas dan dapat diketahui bahwasannya penempatan titik terletak di sumbu diagonal grafik dan tidak menebar jauh dari garis diagonal maupun membentuti arah garis diagonal. Pernyataan tersebut membuktikan , baha model regresi telah mencukupi asumsi normalitas.

Adapun pengujian selanjutnya yakni dengan memakai uji statistik non-parametrik *Kolmogorov-Smirnov*. Bila skorberada lebih dari angka 0,05 maka bisa disebut residual memiliki distribusi yang normal.

Uji Multikolinieritas

Tabel 6 Hasil Uji Multikolinieritas

Model	Collinearity Statistics		Keterangan
	Tolerance	VIF	
X ₂	0,990	1,010	Tidak terjadi Multikolinieritas

Sumber: data primer diolah dengan SPSS 16

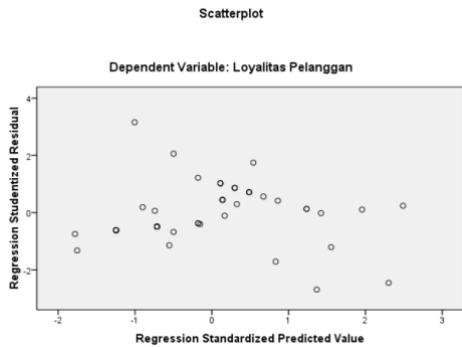
(2022)

nilai *tolerance* variabel kecepatan pengiriman (X₁) dan kualitas pelayanan (X₂) yakni 0,990 lebih besar dari 0,10. Sementara itu nilai VIF variabel kecepatan pengiriman (X₁) dan kualitas pelayanan (X₂) yakni 1,010 lebih kecil dari 10,00 sehingga dapat disimpulkan tidak terjadi multikolinieritas

Uji Heteroskedastisitas

Pengujian heteroskedastisitas ialah untuk mengetes model reresi apakah ditemukan ketidaksamaan varian dari residual satu observasi ke observasi yang lain. Metode untuk mendapati keberadaan dari heteroskedastisitas ialah dengan memantau grafik plot. Jika ditemukan pola khusus yang dapat berupa sejumlah titik membentuk pola khusus bisa berwujud bergelombang, melebar kemudian menyempit, maka mengindikasikan sudah ada heteroskedastisitas ataupun tidak terjadi heteroskedastisitas (Ghozali, 2011).

Variabel independen yang dites yakni kecepatan pengiriman selaku X₁, kualitas pelayanan selaku X₂, dalam model regresi. Permasalahan heteroskedastisitas pada riset ini dideteksi dengan memakai *scatterplot* yakni dengan cara memplotkan *standardizedpredictors* dengan *standardized residual* model. Bila tidak terdapat pola yang gamblang, serta titik-titik menyebar diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak mengindikasikan keberadaan dari heteroskedastisitas. Berikut merupakan hasil *scatterplot* yang diperoleh melalui output program SPSS :



Gambar 3 Uji Heteroskedastisitas

Sumber: data primer diolah dengan SPSS 16 (2022)

Dalam gambar diatas, peneliti dapat mengetahui bahwasannya *scatterplot* tidak membentuk sebuah pola khusus dan titik menebardi atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y maka hal ini memberitahukan, bahwa tidak heteroskedastisitas.

Uji Linieritas

Fungsi dari pengujian linieritas yakni guna mendapati wujud ikatan diantara variabel independen dengan dependen. Asas pengambilan keputusan dari pengujian linieritas ialah bila skor sig. Deviation from linearity melebihi angka 0,05 maka ditemukan ikatan yang linier diantara variabel independen dengan variabel dependen. Berikut ini merupakan hasil pengujian linieritas, yaitu:

Tabel 7 Hasil Uji Linieritas

Variabel	Sig. Deviation from linearity	Keterangan
X ₁ - Y	0,064	Terdapat hubungan yang linier antara kepuasan pelanggan dengan loyalitas pelanggan
X ₂ - Y	0,062	Terdapat hubungan yang linier antara kualitas pelayanan dengan loyalitas pelanggan

Sumber : data primer diolah dengan SPSS 16 (2022)

Menurut hasil pengujian diatas, peneliti menyimpulkan bahwasannya ditemukan ikatan yang linier diantara variabel independen dengan dependen.

Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi dipakai dalam riset ini guna mendapati seberapa jauh ikatan diantara

variabel independen pada variabel dependen. Berlandaskan analisis regresi dengan memakai bantuan program SPSS didapatkan hasil sebagaimana berikut ini:

Tabel 8 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis Regresi Linier Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1(Constant)	4.472	2.673		1.673	.101
Kepuasan Pelanggan	.505	.108	.536	4.683	.000
Kualitas Pelayanan	.273	.125	.251	2.188	.034

Sumber : data primer diolah dengan SPSS 16 (2022)

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + e$$

Keterangan:

Y = Loyalitas Pelanggan

α = Konstanta

β₁ = Koefisien regresi kepuasan pelanggan

β₂ = Koefisien regresi kualitas pelayanan

X₁ = Kepuasan Pelanggan

X₂ = Kualitas Pelayanan

e = Estimasi error

Melalui output uji regresi linier berganda ditemukan persamaan yang memberitahukan koefisien regresi dari kedua variabel independen (β₁,β₂) memiliki tanda positif (+). Hal tersebut bermakna bahwasannya jika variabel kecepatan pengiriman selaku X₁, kualitas pelayanan selaku X₂tercukupi menyebabkan loyalitas pelanggan juga akan bertambah naik, dan begitu dengan sebaliknya bila memiliki tanda negatif (-). Hal tersebut bermakna bahwasannya kecepatan pengirimanselaku X₁, kualitas pelayanan

selaku X_2 tercukupi akan menyebabkan loyalitas pelanggan juga hendak bertambah turun. Melalui persamaan ini, peneliti menjelaskan bahwasannya:

- a. Bila skor dari variabel yang meliputi kecepatan pengiriman selaku X_1 , kualitas pelayanan selaku X_2 memiliki skor nol, maka variabel kepuasan pelanggan selaku Yakan tetap berjumlah 4,472, sebab skor konstanta memberitahukan skor senilai 4,472.
- b. Skor dari koefisien kecepatan pengiriman selaku X_1 senilai 0,505 memberitahukan bahwasannya variabel kepuasan pelanggan selaku X_1 mempunyai ikatan yang positif bagi loyalitas pelanggan. Hal ini berarti setiap terdapat kenaikan 1% dalam variabel kepuasan pelanggan, maka juga akan terjadi kenaikan senilai 0,505dalam variabel loyalitas pelanggan.
- c. Skor dari koefisien kualitas pelayanan selaku X_2 senilai 0,273 memberitahukan bahwasannya variabel kualitas pelayanan selaku X_2 mempunyai ikatan yang positif bagi loyalitas pelanggan. Hal ini bermakna setiap terdapat kenaikan sebesar 1% dalam variabel kualitas pelayanan, maka juga akan terjadi kenaikan senilai 0,273 dalam variabel loyalitas pelanggan.

Analisis Koefisien Determinasi Berganda (*Adjusted R²*)

Pengukuran koefisien determinasi berganda memiliki tujuan guna mendapati besarnya korelasi serta ikatan variabel dari model regresi dalam riset ini dan melakukan pengukuran sedekat apa garis regresi yang diestimasi pada data seharusnya. Pernyataan ini bisa diketahui dari koefisien R dan R^2 . Output pengukuran koefisien korelasi berganda riset ini bisa diketahui dalam tabel dibawah ini:

Tabel 9 Hasil Perhitungan Uji Koefisiensi R dan R^2

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.614 ^a	.377	.351	1.91331

a. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pelanggan

b. Dependent Variable: Loyalitas Pelanggan

Sumber : data primer diolah dengan SPSS 16 (2022)

Tabel diatas memberitahukan skor R senilai 0,614. Angka ini baermakna ikatan korelasi diantara loyalitas pelanggan dengan variabel kecepatan pengiriman selaku X_1 serta kualitas pelayanan selaku X_2 ialah kuat, sebab skor R melebihi angka 0,5 maka bisa disebut berkorelasi kuat. Melalui perhitungan koefisien determinasi berganda dengan bantuan program SPSS, didapati bahwasannya skor koefisien determinasi berganda *R Square*ialah senilai 0,377 maupun senilai 37,7%. Skor tersebut memberitahukan loyalitas pelanggan berhubungan dengan variabel kecepatan pengiriman selaku X_1 serta kualitas pelayanan selaku X_2 . Sisanya senilai 62,3% memiliki ikatan dengan variabel lainnya yang tidak terdapat pada riset ini.

Uji Hipotesis

a. Uji F (Simultan)

Pengujian F ini dipakai guna mendapati variabel bebas dengan bersamaan berhubungan dengan signifikan pada variabel terikat. Pada pengambilan ketetapan pengujian ini yakni dengan memakai perpadanan skor F hitung dengan skor F tabel, yakni apabila skor f hitung sebesar lebih dari F tabel, maka hipotesis mengalami penerimaan. Apabila skor F hitung berada kurang dari F tabel, maka hipotesis mengalami penolakan. Pada penetapan F tabel memakai formulasi $F_{tabel} = (k ; n - k)$, dimana "k" ialah total dari variabel bebas, sementara "n" ialah total dari responden atau sampel riset. Berikut hasil pengujian F, yakni :

Tabel 10 Perhitungan Uji F Pada

ANOVA^b

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	106.205	2	53.103	14.506	.000 ^a
Residual	175.716	48	3.661		
Total	281.922	50			

a. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pelanggan

b. Dependent Variable: Loyalitas Pelanggan

Taraf Signifikansi 0,05

Sumber : data primer diolah dengan SPSS 16 (2022)

Tabel diatas memberitahukan bahwasannya kecepatan pengiriman selaku X_1 dan kualitas pelayanan selaku X_2 dengan bersamaan mempunyai ikatan yang signifikan bagi variabel kepuasan pelanggan selaku Y . Pernyataan ini dapat dilihat dari skor signifikan dari F hitung yang sebesar 14,506. Angka ini jauh melebihi skor F tabel yang sebesar 3,19serta derajat signifikansi senilai 0.000 dan masih kurang dari angka 0,05;

b. Uji t (Parsial)

Uji T pada hakikatnya memberitahukan sejauh mana ikatan satu variabel bebas secara pribadi dalam menjelaskan variabel terikat (Ghozali, 2011). Pengujian ini dipakai guna mendapati apakah pada model regresi, variabel bebas dengan parsial berhubungan dengan signifikan bagi variabel terikat. Pada pengambilan ketetapanannya, uji t ini memakai perpadanan skor dari t hitung dengan t tabel, yakni bila skor t hitung melebihi skor t tabel, maka hipotesis mengalami penerimaan. Bila skor t hitung kurang dari t tabel, maka hipotesis mengalami penolakan. Pada penetapan t tabel memakai formulasi $t_{tabel} = (0,025 ; n-k-1$ atau df residual) untuk nilai df residual dapat diketahui dalam tabel 4.14. Menurut hasil pengujian t dengan memakai program SPSS yang disediakan dalam tabel 4.13, peneliti mengetahui

bahwasannya variabel kecepatan pengiriman selaku X_1 memiliki ikatan yang signifikan bagi loyalitas pelanggan selaku Y . Pernyataan ini bisa diketahui dari hasil t hitung senilai 4,683 melebihi t tabel senilai 2,010 dengan derajat signifikansi kurang dari 0,05. Maka hal ini bisa dikatakan bahwasannya variabel kepuasan pelanggan mempunyai ikatan yang signifikan pada variabel loyalitas pelanggan secara parsial.

Sedangkan skor t hitung bagi variabel kualitas pelayanan selaku X_2 senilai 2,188 melebihi skor t tabel yang senilai 2,010 dengan derajat signifikansi kurang dari angka 0,05. Maka hal ini bisa dikatakan bahwasannya variabel kualitas pelayanan mempunyai ikatan yang signifikan pada variabel loyalitas pelanggan secara parsial.

Pengujian Hipotesis Penentuan Variabel yang Berpengaruh Dominan

Uji secara parsial memberitahukan bahwasannya semua variabel independen berdampak dengan signifikan bagi loyalitas pelanggan. Sesudah mendapati bahwasannya terdapat dua variabel independen berdampak dengan parsial, maka berikutnya menentukan variabel yang berdampak dominan dengan metode memantau sejumlah nilai “beta” yang bernilai paling tinggi. Dibawah ini ialah uji skor “beta” pada semua variabel riset:

Tabel 11 Nilai Koefisien Beta

Variabel	Standardized Coefficients (Beta)
Kepuasan Pelanggan (X_1)	0,536
Kualitas Pelayanan (X_2)	0,251

Sumber : data primer diolah dengan SPSS 16 (2022)

Tabel diatas memberitahukan bahwasannya skor beta paling tinggi ialah variabel kecepatan pengirimanselaku X_1 yakni senilai 0,536.

Pembahasan

1. Hubungan Kecepatan Pengiriman(X_1) Terhadap Kepuasan Pelanggan (Y)
 Variabel bebas secara parsial mempunyai ikatan yang signifikan bagi variabel

terikat. Menurut hasil pengujian t dengan memakai bantuan program SPSS yang terdapat dalam tabel 4.13, maka didapati bahwasannya variabel kecepatan pengirimanselaku X_1 mempunyai ikatan yang signifikan bagi kepuasan pelanggan selaku Y. Pernyataan ini bisa diketahui dari t hitung senilai 4,683 yang melebihi skor t tabel yang senilai 2,010 dengan derajat signifikansi senilai 0,000 kurang dari angka 0,05. Maka bisa dikatakan bahwasannya variabel kepuasan pelanggan mempunyai ikatan yang signifikan bagi variabel kepuasan pelanggan secara parsial. Pernyataan tersebut memberikan penjelasan bahwasannya loyalitas pelanggan memberikan respon yang senang yang bermakna pelanggan hendak loyal kepadalayanan yang didampai.

2. Hubungan Kualitas Pelayanan (X_2) Terhadap Kepuasan Pelanggan (Y)
Variabel bebas dengan parsial mempunyai ikatan yang signifikan bagi variabel terikat. Menurut hasil pengujian t dengan memakai bantuan dari program SPSS yang tersedia dalam tabel 4.13, peneliti bisa mengetahui bahwasannya variabel dari kualitas pelayanan selaku X_2 mempunyai ikatan yang signifikan bagi kepuasanpelanggan selaku Y. Hal tersebut bisa diketahui dari hasil t hitung senilai 2,188 melebihi skor t tabel yang senilai 2,010 dengan derajat signifikansi sebesar 0,034 kurang dari angka 0,05. Peneliti bisa menyimpulkan bahwasannya variabel kualitas pelayanan mempunyai ikatan yang signifikan bagi variabel kepuasan pelanggan secara parsial. Pernyataan ini memberikan kejelasan bahwasannya kepuasan pelanggan ditentukan oleh kualitas pelayanan karyawan PT. YES Logistics Indonesia kepada kepuasan pelanggan. Jika kualitas pelayanan karyawan PT. YES Logistics Indonesia yang disampaikan ke konsumen baik bisa menjadikan konsumen sebagai pelanggan loyal, sedangkan kualitas pelayanan yang disampaikan tidak baik maka tidak bisa menjadikan konsumen sebagai pelanggan

loyal serta dapat memperburuk citra perusahaan.

3. Hubungan Kecepatan Pengiriman(X_1) Dan Kualitas Pelayanan (X_2) terhadap Kepuasan Pelanggan
Didapati bahwasannya kecepatan pengiriman selaku X_1 dan kualitas pelayanan selaku X_2 dengan bersamaan mempunyai ikatan yang signifikan bagi variabel terikat yakni kepuasan pelanggan selaku Y. Pernyataan ini diketahui dari skor signifikan F hitung yang senilai 14,506 melebihi skor F tabel yang senilai 3,19 serta derajat signifikansi yang senilai 0,000 masih kurang dari α 0,05. Kualitas pelayanan yang baik dan diimbangi pelanggan yang puas terhadap kepuasan pelanggan PT. YES Logistics Indonesia maka dapat meningkatkan loyalitas pelanggan terhadap perusahaan PT. YES Logistics Indonesia, sedangkan perusahaan dengan tidak menghiraukan kualitas pelayanan yang dibagikan kepada pelanggan maka tidak akan memperoleh loyalitas dari konsumen.

V. PENUTUP

Kesimpulan

Adapun kesimpulan dari riset ini akan dijelaskan sebagaimana berikut ini:

1. Variabel kecepatan pengiriman selaku X_1 mempunyai ikatan signifikan kepada kepuasan pelanggan selaku Y. Pernyataan tersebut bisa diketahui dari hasil t hitung yang senilai 4,683. Angka ini jauh melebihi nilai t tabel yang senilai 2,010 dengan derajat signifikansi senilai 0,000. Angka tersebut masih kurang dari 0,05. Dari hal tersebut, peneliti bisa memberikan penjelasan bahwasannya jika kepuasan pelanggan terhadap pelanggan PT. YES Logistics Indonesia baik, maka hasil yang diterima juga baik.
2. Variabel kualitas pelayanan selaku X_2 mempunyai ikatan signifikan kepada kepuasan pelanggan selaku Y. Pernyataan tersebut bisa diketahui dari hasil t hitung yang senilai 2,188. Angka ini melebihi nilai t tabel yang senilai 2,010 dengan derajat signifikansi senilai

0,034. Angka tersebut masih kurang dari 0,05. Dari hal tersebut, peneliti bisa memberikan penjelasan bahwasannya loyalitas pelanggan ditetapkan oleh kualitas pelayanan dari karyawan di PT. YES Logistics Indonesia.

3. Variabel Kecepatan Pengiriman selaku X_1 , dan Kualitas Pelayanan selaku X_2 dengan bersamaan (simultan) mempunyai ikatan yang signifikan kepada variabel terikat, yakni Kepuasan Pelanggan selaku Y . Hal ini berarti jika kepuasan pelanggan dan kualitas pelayanan yang disampaikan semakin baik, maka peningkatan dari loyalitas pelanggan juga akan baik. Pernyataan tersebut bisa diketahui melalui skor signifikan dari F hitung senilai 14,506. Angka ini melebihi skor F tabel yang senilai 3,19 yang memiliki derajat signifikansi senilai 0,000. Angka tersebut masih jauh kurang dari α senilai 0,05.

Saran

1. Memberikan jadwal kepada pelanggan atau pengguna jasa agar bisa memberikan masukan kepada PT. YES Logistic Indonesia melalui kegiatan *coffee* atau *gathering* bersama-sama dengan pengguna jasa atau pelanggan PT. YES Logistic Indonesia maka dari situ terjalin keakraban bagi pengguna jasa dengan PT. YES Logistic Indonesia dan membangun kepercayaan.
2. Memberikan penghargaan sebagai *feed back* kepada pelanggan atau pengguna jasa yang *loyal*, pengguna jasa akan senang karena mendapat pengakuan dari PT. YES Logistic Indonesia.
3. Supaya memperoleh hasil yang maksimal dan optimal alangkah baiknya melakukan *survey* terhadap pengguna jasa dan menanyakan apa yang kurang dari pelayanan dari PT. YES Logistic Indonesia, dan *survey* dilakukan setiap akhir bulan agar PT. YES Logistic Indonesia bisa

berkembang dan dapat di tingkatkan kualitas dan pelayanannya supaya tidak tersaingi oleh pesaing.

DAFTAR REFRENSI DAFTAR PUSTAKA

2014. *Pemasaran Jasa*, Edisi II. Yogyakarta: Andi.
- , 2016. *Strategi Bisnis Pemasaran*, Edisi II. Yogyakarta : Andi.
- A, Irwan. 2017. *Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada PT. Sumber Alfaria Trijaya Tbk di Makassar*. Skripsi. Makassar: Universitas Muhammadiyah Makassar.
- Adityo Laksono. 2015. *Pengertian Kepuasan Pelanggan dan Faktor- Faktor yang Mempengaruhinya Menurut Para ahli*. Diambil dari: <http://adityolaksono26.blogspot.com/2015/03/pengertian-kepuasan-pelanggan-dan.html>. (13 April 2022).
- Arikunto, Suharsimi. 2010. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta : Rineka Cipta.
- Assauri, Sofjan. 2013. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta : Rajawali Pers.
- Badriyah, Mila. 2015. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Bandung : CV. Pustaka.
- Basu Swastha. 2008. *Menejemen Pemasaran Modern. (edisi 2)*, Yogyakarta : Liberty-Yogyakarta.
- Dictio. 2017. *Faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi Kepuasan Pelanggan?*. Diambil dari: <https://www.dictio.id/t/faktor-faktor-apa-saja-yang-mempengaruhi-kepuasan-pelanggan/14450>. (13 April 2022).

- Ghozali, Imam.2011. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*.Edisi 6. Semarang : Universitas Diponegoro. kumpulanpengertian.com/2019/01/pengertian-kepuasan-pelanggan-menurut.html.(13 April 2022).
- Griffin, Jill.2010. *Customer Loyalty, Menumbuhkan dan Mempertahankan Kesetiaan Pelanggan*. Jakarta : Erlangga. Manajemen SDM. 2019.*Pengertian kualitas pelayanan menurut para ahli*. Diambil dari:<https://mnjmnsumberdayamanusia.blogspot.com/2019/06/pengertian-kualitas-pelayanan-menurut-para-ahli.html>. (13 April 2022).
- Highlight. 2019. *Cara Mengetahui Tingkat Kepuasan Konsumen dan Indikatornya*. Diambil dari: <https://highlight.id/pengertian-definisi-maksud-tujuan-tingkatan-kepuasan-konsumen/>. (13 April 2022).
- Hurriyati, Ratih.2010. *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*. Bandung : Alfabeta. Maulidin, Hanif.2010. *Marketing Research : Panduan Bagi Manajer,Pimpinan Perusahaan / Organisasi*. Jakarta : Elex Media Komputindo.
- Husein, Umar. 2003, *Metodologi Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*, Jakarta : PT. Gramedia Pustaka. Nasution, M.Nur.2015. *Manajemen Mutu Terpadu*. Jakarta : Ghali Indonesia.
- Imron, Imron. 2019. *Analisa Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Menggunakan Metode Kuantitatif pada CV. Meubele Berkah Tangerang*.Skripsi. Jakarta: Universitas Bina Sarana Informatika. Senja, Febi Wulandari. 2019. *Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Dalam Memilih Layanan Jasa Petikemas Refeer*.Skripsi. Surabaya: STIAMAK Barunawati Surabaya.
- Irmayanti, Sulistiaty Thamrin. 2017. *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan pada AL Badar Hotel Makassar*.Skripsi. Makassar:Universitas Muhammadiyah Makassar. Seputar Pengetahuan. 2016. *11 Pengertian Pelayanan Menurut Para Ahli(Pembahasan Lengkap)*. Diambil dari:<https://www.seputarpengetahuan.co.id/2016/10/pengertian-pelayanan-menurut-para-ahli-lengkap.html>. (13 April 2022).
- Jurnal. 2020. *4 Indikator untuk Mengukur Kepuasan Pelanggan*.Diambil dari:<https://www.jurnal.id/id/blog/indikator-kepuasan-pelanggan-untukbisnis/>. (13 April 2022).
- Kumpulan Pengertian. 2019. *Pengertian Kepuasan Pelanggan Menurut Para Ahli*. Diambil dari : <http://www.kumpulanpengertian.com/2019/01/pengertian-kepuasan-pelanggan-menurut.html>. (13 April 2022).
- Sugiyono.2010. *Metode Penelitian Kuantitatif & RND*. Bandung : Alfabeta.
- Suparyanto dan Rosad. 2015. *Manajemen Pemasaran*. Bogor: In Media.
- Suryana. 2008. *Kewirausahaan*. Jakarta: Salemba Empat.
- Tjiptono, Fandy.2011. *Strategi Pemasaran*, Edisi II. Yogyakarta : Andi.
- Vanessa Gaffar. 2007. *Manajemen Bisnis*. Bandung: Alfabeta.