

## Pengaruh Kualitas Layanan Dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Pengguna Jasa Ekspedisi Paxel Home Jakarta Timur

Rudianto Hermawan<sup>1</sup>, Saifullah<sup>2</sup>, Rd. kusyeni<sup>3</sup>, Indra Soemarna Sobari<sup>4</sup>  
Risky Handayani<sup>5</sup>.

Program Studi Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Administrasi  
Institut Ilmu dan Manajemen STIAMI, Jakarta, Indonesia

email : [rudi.stiami@gmail.com](mailto:rudi.stiami@gmail.com), [saefullah@stiami.ac.id](mailto:saefullah@stiami.ac.id), [rdkusyeni@gmail.com](mailto:rdkusyeni@gmail.com), [indra@stiami.ac.id](mailto:indra@stiami.ac.id)

### **Abstract.**

*This study aimed to evaluate the effect of Service Quality and Customer Satisfaction variables on Customer Loyalty among users of Paxel Home expedition services in East Jakarta. Data were collected through questionnaires distributed to 130 respondents and processed using the IBM SPSS Statistics 26 program. The recapitulation results showed that the average Service Quality and Customer Satisfaction variables were 4.32 each, and the average Customer Loyalty variable was 4.28, all of them were in the 'Strongly Agree' or 'Excellent' category. The sample was determined using the Hair et al (2010: 101) formula and a total of 130 people were obtained, so the respondents used in this study were unlimited people. The analysis was carried out by testing the Coefficient of Determination, Multiple Linear Regression, and t-test to measure how much influence the independent variables (Service Quality and Customer Satisfaction) have on the dependent variable (Customer Loyalty). The results of the calculation of the Coefficient of Determination (R<sup>2</sup>) showed that 64.6% of the variation in Customer Loyalty could be explained by Service Quality and Customer Satisfaction, while 35.4% was influenced by other variables not examined. The t-test showed that the variables of Service Quality (X<sub>1</sub>) and Customer Satisfaction (X<sub>2</sub>) each had a significant effect on Customer Loyalty (Y), with a t-count value for Service Quality of 13.713 ( $p < 0.05$ ) and for Customer Satisfaction of 10.584 ( $p < 0.05$ ). The results showed that Service Quality and Customer Satisfaction significantly affect Customer Loyalty*

**Keywords:** Service Quality; Customer Satisfaction and Customer Loyalty.

*Cronicle of Article: Received (11,06,2025); Revised (15,06,2025); and Published (28,06,2025)*

©2025 Jurnal Administrasi Bisnis & Entrepreneurship, Program Studi Adminitrası Bisnis  
Institut Ilmu Sosial dan Manajemen STIAMI

**Profile and corresponding author:** Rudianto Hermawan adalah Dosen Program Studi Administrasi Bisnis, Institut Ilmu Sosial dan Manajemen STIAMI. Jl. Pangkalan Asem Raya No. 55 Cempaka Putih Kota Jakarta Pusat 10530. **Corresponding Author:** [rudi.stiami@gmail.com](mailto:rudi.stiami@gmail.com), [saefullah@stiami.ac.id](mailto:saefullah@stiami.ac.id), [rdkusyeni@gmail.com](mailto:rdkusyeni@gmail.com), [indra@stiami.ac.id](mailto:indra@stiami.ac.id)

**How to cite this article :** Hermawan, Rudianto (2025)' Pengaruh Kualitas Layanan Dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Pengguna Jasa Ekspedisi Paxel Home Jakarta Timur', *Adbispreneur*, 5 (2), pp. 120 - 128 Available at: <https://ojs.stiami.ac.id/index.php/JUMABI>

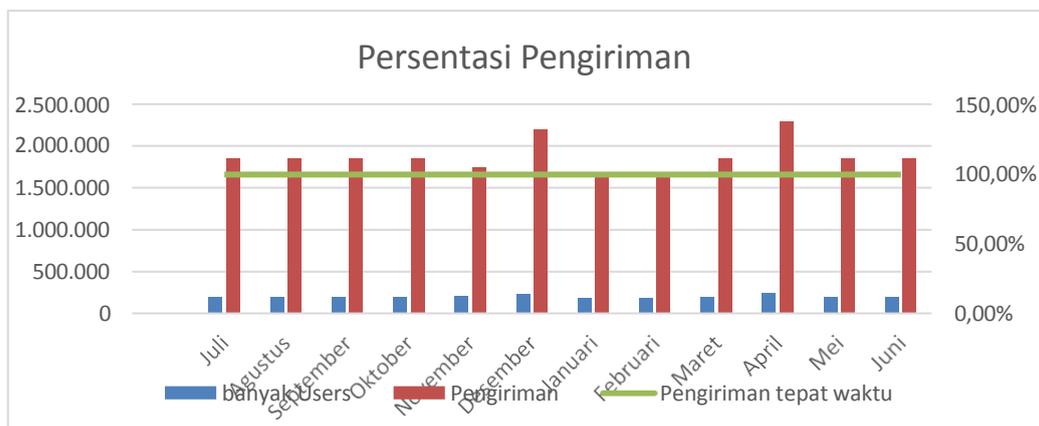
## PENDAHULUAN

### Latar Belakang Penelitian

Era modernisasi yang berkembang pesat saat ini di bidang teknologi dan informasi membuat masyarakat harus dapat menyesuaikan kehidupan dengan kemajuan itu sendiri salah satunya adalah mempermudah dalam hal berbelanja. Kini masyarakat dapat memenuhi kebutuhan dengan berbelanja secara online melalui gadget (handphone) atau dapat disebut dengan e-commerce dan pesanan yang diminati dapat langsung dikirim ke alamat tujuan melalui jasa pengiriman barang atau jasa ekspedisi yang dapat mengirimkan keseluruh pelosok Indonesia. Hal ini pengaruhi juga oleh keadaan saat yang membuat jumlah peminatbisnis belanja online pun semakin hari kian meningkat dan menjadikan jasa pengiriman memiliki hubungan erat dengan para pelaku bisnis, era modernisasi saat ini telah membawa perubahan signifikan dalam gaya hidup masyarakat, khususnya dalam hal berbelanja. Kini, masyarakat dapat dengan mudah memenuhi kebutuhan mereka melalui belanja online atau e-commerce, di mana pesanan dapat langsung dikirimkan ke alamat tujuan melalui jasa pengiriman barang atau jasa ekspedisi.

Salah satu merek jasa pengiriman barang yang dapat ditemukan pelanggan adalah Poxel. Guna memperluas jaringan pelanggan, Poxel juga membuka kerjasama dengan e-commerce seperti Tokopedia,16 mempunyai aplikasi sendiri dan juga bekerja sama dengan pelaku usaha UMKM antar kota atau daerah yang mempunyai toko. Tentu dengan cara bekerjasama dengan e-commerce maka Poxel akan mendapatkan serta menumbuhkan rasa puas dari pelanggan dan mampu bersaing dengan jasa ekspedisi yang lain karena Jasa pengiriman Poxel memiliki layanan pick up paket yang berlaku pada berbagai layanan pengiriman. Arti pickup sendiri merupakan layanan penjemputan paket oleh kurir ke lokasi pengirim saat proses pengiriman paket. Pada pengiriman Poxel, paket pasti dijemput oleh Hero (Kurir Poxel) ke lokasi sesuai dengan estimasi waktu penjemputan yang ditentukan di aplikasi Poxel

Tabel 1.1 Persentase Pengiriman



Sumber : <https://poxel.co/id/home#banner>

Berdasarkan Data Tabel 1 dapat dilihat bahwa presentase pengiriman setahun menggunakan jasa Poxel sebagai jasa pengiriman tetap untuk mengirimkan barang produk mereka selama 1 (satu) tahun terakhir. Poxel; terus meningkatkan kualitas pelayanan dalam pengiriman barang agar konsumen selalu merasa puas pada jasa ekspedisi tersebut sehingga berdampak pada loyalitas pelanggan.

Paxel merupakan sebuah perusahaan multinasional yang bermarkas di Jakarta, Indonesia dengan tagline Paketmu Sehari Sampai. Perusahaan ini didirikan pada tanggal 20 November 2017. Perusahaan ini umumnya bergerak di bidang logistik. Dalam perkembangan status masyarakat yang semakin di permudah dengan adanya transaksi online pada tahun 2019 Paxel mengalami kenaikan yang sangat signifikan tercatat jumlah transaksi pengiriman barang mencapai 1,5 juta. Paxel adalah perusahaan pengiriman berbasis teknologi yang berkomitmen untuk menyelesaikan tantangan jarak jauh di Indonesia. Dari halaman website resminya, dinyatakan bahwa Paxel terinspirasi oleh generasi urban, bersemangat dan sadar sosial yang menjadi pola pikir inovasi desain. Inilah mengapa Paxel fokus untuk memberikan pengalaman yang digerakkan oleh pelanggan yang memungkinkan kenyamanan dan kontrol.

Berdasarkan ruang lingkup tentang “Pengaruh Kualitas Layanan dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Pelanggan pada Pengguna Jasa Ekspedisi Paxel Home Jakarta Timur”. Maka tujuan penelitian ini Untuk mengetahui dan menganalisis seberapa besar pengaruh kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan pada jasa ekspedisi paxel home Jakarta timur. Untuk mengetahui dan menganalisis seberapa besar pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan pada jasa ekspedisi paxel home Jakarta timur. Untuk mengetahui dan menganalisis seberapa besar pengaruh kualitas layanan dan kepuasan pelanggan secara bersama-sama terhadap loyalitas pelanggan pada jasa ekspedisi paxel home Jakarta timur.

## **LITERATUR REVIUW**

### **Kajian Pustaka**

#### **1. Administrasi**

Administrasi Bisnis Menurut Kamaluddin (2017:1) Administrasi bisnis didefinisikan merupakan fungsi pemegang peranan yang sangat penting terhadap tercapainya kelancaran usaha kegiatan, maupun aktivitas yang dilakukan oleh perusahaan/organisasi yang memperlihatkan fakta dan keterangan yang diperlukan untuk perencanaan secara rincian data yang meliputi catatan yang akurat, formulir serta laporan yang meliputi tugas administrasi. Menurut Supriyanto, (2016:172) menyatakan bahwa administrasi niaga (bisnis) adalah administrasi dari pada keseluruhan aktivitas yang mengejar tercapainya tujuan perniagaan atau keniagaan yang berkisar pada pedoman memperoleh laba. Berdasarkan definisi dari para ahli tersebut dapat disimpulkan bahwa administrasi Bisnis merupakan aktivitas suatu perusahaan atau organisasi yang dibuat secara rinci, tegas dan jelas untuk mencapai suatu tujuan perusahaan atau organisasi.

#### **2. Kualitas Pelayanan**

Menurut Kotler (2002:83) definisi pelayanan adalah setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun. Produksinya dapat dikaitkan atau tidak dikaitkan pada satu produk fisik. Pelayanan merupakan perilaku produsen dalam rangka memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen demi tercapainya kepuasan pada konsumen itu sendiri. Kotler juga mengatakan bahwa perilaku tersebut dapat terjadi pada saat, sebelum dan sesudah terjadinya transaksi. Pada umumnya pelayanan yang bertaraf tinggi akan menghasilkan kepuasan yang tinggi serta pembelian ulang yang lebih sering.

Kualitas pelayanan (service quality) dapat diketahui dengan cara membandingkan persepsi para konsumen atas pelayanan yang nyata-nyata di terima atau peroleh dengan pelayanan yang sesungguhnya di harapkan atau inginkan terhadap atribut-atribut pelayanan suatu perusahaan. Hubungan antara produsen dan konsumen menjangkau jauh melebihi dari waktu pembelian ke pelayanan purna jual, kekal abadi melampaui masa kepemilikan produk. Perusahaan menganggap konsumen sebagai raja yang harus dilayani dengan baik, mengingat dari konsumen tersebut akan memberikan keuntungan kepada perusahaan agar dapat terus hidup.

### 3. Kepuasan Pelanggan

Menurut Windasuri (2017 :64), Kepuasan pelanggan adalah sesuatu tanggapan emosional pada evaluasi terhadap pengalaman konsumsi suatu produk atau jasa. Menurut Atmaja (2018 :11), Kepuasan pelanggan adalah Kepuasan Masyarakat Perasaan senang atau kecewa seseorang yang dihasilkan dari membandingkan kinerja atau hasil yang dirasakan produk atau layanan dengan harapan.

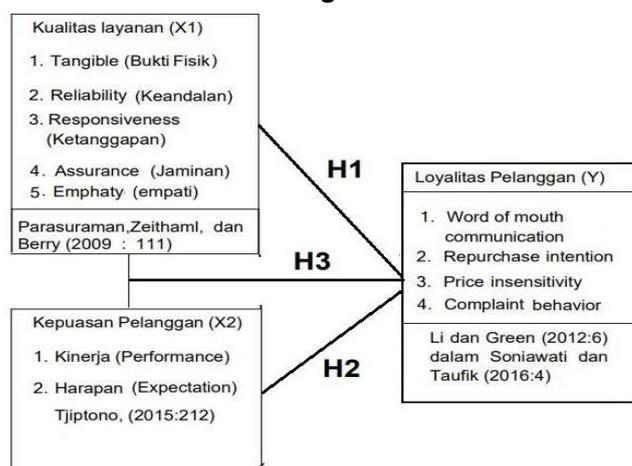
Menurut Suryati (2015:93), Kepuasan pelanggan adalah merupakan tingkat dimana suatu pencapaian performa dari sebuah produk yang diterima oleh pelanggan sama dengan ekspektasi pelanggan itu sendiri. Menurut Kotler dalam Kasmir (2017;326) Kepuasan pelanggan merupakan penilaian dari pelanggan atas penggunaan barang atau jasa dibandingkan dengan harapan sebelum penggunaannya.

### 4. Loyalitas Pelanggan

Menurut Oliver (1996:392) dalam Hurriyati, (2015:128), berpendapat loyalitas adalah komitmen pelanggan bertahan secara mendalam untuk berlangganan kembali atau melakukan pembelian ulang produk/jasa terpilih secara konsisten dimasa yang akan datang, meskipun, pengaruh situasi dan usaha-usaha pemasaran mempunyai potensi untuk menyebabkan perubahan perilaku. Menurut Drake (1998:229), dalam Sukmawati (2011:24), menyatakan bahwa pelanggan yang loyal selalu melakukan pembelian ulang, yang pada gilirannya menjamin aliran pendapatan bagi perusahaan, memiliki kecenderungan untuk membeli lebih banyak, mau membayar dengan harga yang lebih mahal, yang akan berdampak secara langsung kepada keuntungan yang diperoleh perusahaan.

Menurut Olson (1998:2018) dalam Sukmawati (2012:25), menyatakan bahwa loyalitas pelanggan merupakan dorongan perilaku untuk melakukan pembelian secara berulang-ulang untuk membangun kesetiaan pelanggan terhadap suatu produk atau jasa yang dihasilkan oleh badan usaha tersebut membutuhkan waktu yang lama melalui suatu proses pembelian yang berulang-ulang tersebut.

Gambar 1.1 Kerangka Teori



## METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dan jenis penelitiannya adalah penelitian deskriptif yaitu peneliti ingin mengetahui seberapa pengaruh kualitas layanan dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan baik secara sendiri-sendiri maupun secara bersama-sama pada pengguna jasa ekspedisi poxel home Jakarta timur. Deskriptif yaitu, penelitian yang dilakukan untuk mengetahui nilai variabel mandiri, baik satu variabel atau lebih (independen) tanpa membuat perbandingan, atau menghubungkan dengan variabel yang lain (Sugiyono, 2013:13).

Metode penelitian kuantitatif adalah metode penelitian kuantitatif dengan pendekatan deskriptif dan verifikatif ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana kondisi suatu variabel dan berapa besar pengaruh suatu variabel terhadap variabel yang lain Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah bertujuan untuk mengkaji rumusan masalah nomor 1 (satu) hingga nomor 3 (tiga), yaitu untuk mengetahui dan mengkaji seberapa besar pengaruh Kualitas Layanan terhadap Loyalitas Pelanggan dan Kepuasan terhadap Loyalitas Pelanggan serta seberapa besar pengaruh keduanya terhadap Loyalitas Pelanggan.

Populasi dalam penelitian adalah pelanggan poxel home Jakarta timur yang telah melakukan transaksi lebih dari satu kali sampai dengan transaksi juni 2025 dan tidak terhingga. Sampel dalam penelitian ini sebanyak 130 orang yang ditentukan dengan menggunakan rumus teori Hair et al (2010: 101) adalah jumlah sampel minimal 5 kali dari jumlah indikator. Teknik pengambilan sampel menggunakan teknik nonprobability sampling yaitu purposive sampling. Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik yang terdiri dari uji normalitas, uji heteroskedastisitas, uji multikolinearitas, uji regresi linier berganda, uji hipotesis F dan T.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Pengaruh Kualitas Layanan (X1) terhadap Loyalitas Pelanggan (Y) Pada Pengguna Jasa Ekspedisi Poxel Home Jakarta Timur. Berdasarkan hasil uji statistik t antara variabel Kualitas layanan (X1) terhadap Loyalitas Pelanggan (Y) pada jasa ekspedisi poxel home jakarta timur diperoleh hasil bahwa terdapat pengaruh yang signifikan Komparatif antara kualitas layanan terhadap Loyalitas Pelanggan. Hal tersebut ditunjukkan dari hasil uji thitung 13,713 > nilai ttabel 1.979 maka Ho1 ditolak dan Ha1 diterima. artinya terdapat pengaruh kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan secara signifikan.

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	
	B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	3.255	2.589		1.257	.211
	KUALITAS LAYANAN	.744	.054	.771	13.713	<.,001

a. Dependent Variable: LOYALITAS PELANGGAN

**Gambar 1.2 Hasil Uji t Variabel X1 terhadap Y**

Pengguna Jasa Ekspedisi Poxel Home Jakarta Timur. Berdasarkan hasil uji t antara variabel Kepuasan Pelanggan(X2) terhadap Loyalitas Pelanggan (Y) pada jasa ekspedisi poxel home jakarta timur diperoleh hasil bahwa terdapat pengaruh signifikan antara kualitas layanan terhadap Kepuasan Pelanggan signifikan komparatif pada Penggunaan Jasa ekspedisi poxel home jakarta timur hal tersebut dikarenakan nilai t hitung > t tabel ( $10,584 > 1.979$ ) maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima.artinya terdapat pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan secara signifikan.

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	8.929	2.817		3.170	.002
	KEPUASAN	1.368	.129	.683	10.584	<.001

a. Dependent Variable: LOYALITAS PELANGGAN

**Gambar 1.3 Hasil Uji t Variabel X2 terhadap Y**

Hasil Pengaruh Kualitas Layanan (X1) dan Kepuasan Pelanggan (X2) terhadap Loyalitas Pelanggan (Y) Pada Pengguna Jasa Ekspedisi Poxel Home Jakarta Timur. Kemudian berdasarkan hasil uji F yang digunakan untuk mengetahui apakah dalam model regresi variabel kualitas layanan (X1) dan variabel Kepuasan Pelanggan(X2) secara simultan berpengaruh signifikan terhadap variabel Loyalitas Pelanggan (Y), diperoleh nilai F hitung 112,017. Sedangkan  $F_{tabel}$  3,07 hal tersebut membuktikan bahwa  $H_0$  3 ditolak dan  $H_a$  3 diterima. Artinya terdapat pengaruh kualitas layanan dan kepuasan Pelanggan secara simultan terhadap Loyalitas Pelanggan secara signifikan terhadap penggunaan Jasa ekspedisi poxel home jakarta timur

**ANOVA<sup>a</sup>**

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1115.983	1	1115.983	112.017	<.001 <sup>b</sup>
	Residual	1275.217	128	9.963		
	Total	2391.200	129			

a. Dependent Variable: LOYALITAS PELANGGAN

b. Predictors: (Constant), KEPUASAN

**Gambar 1.4 Hasil Uji Variable**

## SIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil perhitungan dengan menggunakan Software SPSS terhadap Variabel kualitas layanan dan Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan pada jasa ekspedisi poxel home Jakarta Timur. Kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas

pelanggan Hal tersebut ditunjukkan dari hasil uji t hitung  $13,713 >$  nilai t tabel  $1.979$  maka  $H_01$  ditolak dan  $H_{a1}$  diterima. uji regresi menunjukkan menunjukkan nilai  $0,646$  artinya kualitas layanan berpengaruh sebesar  $64,6\%$  terhadap loyalitas pelanggan. Kepuasan Pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan Hal tersebut ditunjukkan dari hasil uji nilai thitung  $10,584 >$  nilai t tabel  $1.979$  maka  $H_02$  ditolak dan  $H_{a2}$  diterima. uji regresi menunjukkan menunjukkan nilai  $0,646$  artinya Kepuasan Pelanggan berpengaruh sebesar  $64,6\%$  terhadap loyalitas pelanggan. Kualitas layanan (X1) dan Kepuasan Pelanggan (X2) berpengaruh positif dan signifikan hal ini ditunjukkan dari hasil uji F yang menyebutkan sebesar  $F_{hitung} 112,017 >$  F table  $3,07$  dengan nilai signifikansi sebesar  $0,000 < 0,05$ . Hal tersebut membuktikan bahwa  $H_03$  ditolak dan  $H_{a3}$  diterima. Hasil uji regresi berganda yaitu Nilai variabel kualitas layanan (X1) terhadap Loyalitas Pelanggan bernilai positif sehingga jika Loyalitas Pelanggan mengalami kenaikan satu nilai, maka kualitas layanan akan meningkat sebesar  $0,549$  dan Nilai variabel kepuasan Pelanggan (X2) menunjukkan nilai positif  $0,608$  artinya setiap kenaikan satu nilai pada variable Kepuasan Pelanggan, maka akan menaikkan Loyalitas Pelanggan sebesar  $0,608$ . Bahwa nilai R Square ( $R^2$ ) menunjukkan nilai  $0,646$  atau  $64,6\%$  dimana hal ini menunjukkan bahwa secara simultan besarnya pengaruh variabel Kualitas layanan (X1) dan Kepuasan Pelanggan (X2) terhadap Loyalitas Pelanggan (Y) sebesar  $0,646$  atau  $64,6\%$ , sedangkan sisanya sebesar  $35,4\%$  tidak dipengaruhi oleh variabel lainnya yang tidak ikut dihitung dalam penelitian ini adapun saran Diharapkan untuk pelanggan dapat memberikan feedback yang konstruktif mengenai pengalaman layanan yang diterima, sehingga akan membantu perusahaan dalam mengevaluasi dan memperbaiki kualitas layanan yang diberikan. Diharapkan untuk karyawan terus meningkatkan keterampilan dalam pelayanan pelanggan melalui pelatihan dan pengembangan profesional yang relevan. Fokus pada peningkatan komunikasi dan kemampuan dalam menangani keluhan akan berkontribusi pada peningkatan kepuasan pelanggan. Diharapkan untuk perusahaan secara aktif mengukur dan meningkatkan kepuasan pelanggan melalui penerapan sistem feedback dan survei kepuasan.

## DAFTAR PUSTAKA

- Ali, H., Narulita, E., & Nurmahdi, A. (2020). The Influence of Service Quality, Brand Image and Promotion on Purchase Decision at MCU Eka Hospital. *Business and Management Studies*, 6663, 88–97. DOI: <https://doi.org/10.21276/sjbms.2018.3.1.12>
- Annamdevula, S., & Bellamkonda, R. S. (2016a). Effect of student perceived service quality on student satisfaction, loyalty and motivation in Indian universities: Development of HiEduQual. *Journal of Modelling in Management*, 11(2), 488–517. DOI: <https://doi.org/10.1108/JM2-01-2014-0010>
- Annamdevula, S., & Bellamkonda, R. S. (2016b). The effects of service quality on student loyalty: the mediating role of student satisfaction. *Journal of Modelling in Management*, 11(2), 446–462. DOI: <https://doi.org/10.1108/JM2-04-2014-0031>
- Angrian Permana, M. H., Aima, H., Ariyanto, E., & Nurmahdi, A. (2020). The Effect Of Academic Service Quality On Satisfaction And Loyalty Of Students University. *Jurnal Ecodemica*, 4(2), 230– 235. DOI: <https://doi.org/10.31294/jeco.v4i2.7979>

Pengaruh Kualitas Layanan Dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Pengguna Jasa Ekspedisi Paxel Home Jakarta Timur , Rudianto Hermawan

Fauza, N., Setywati, L., & Kristianti. (2024). Pengaruh Lingkungan Kerja dan Kepuasan Kerja Terhadap Kinerja Karyawan pada PT. Poxel Algoritma Unggul Tangerang Selatan. *Jurnal Online Riset dan Pengembangan Akuntansi dan Perpajakan Indonesia (JORAPI)*, 7(1), 1-12. DOI: <https://jurnal.portalpublikasi.id/index.php/JORAPI/article/view/526/35>

Hanifah, A. RIPSU: A Study on the Impact of Social Media on the Perception of Social Responsibility among Young Adults. Surakarta: IAIN Surakarta. Diakses dari: <https://eprints.iain-surakarta.ac.id/7922/1/SKRIPSU-Azifatul-Hanifah-195211216-MBS.pdf>.

Mauliate, M. G. (n.d.). Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Niat Pakai Ulang Konsumen Jasa Ekspedisi Poxel. Repository UNPAR. DOI: <https://repository.unpar.ac.id/handle/123456789/15827>

Mariska, L., & Hati, S. W. (2015). Pengaruh Kualitas Pelayanan Akademik terhadap Student Satisfaction di Politeknik Negeri Matam. *Jurnal Manajemen*, 1(1), 1-10. Moch Arif Rahman Aji, Handy. Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan Pelanggan terhadap Keputusan Pembelian Poxel Surabaya. Diakses dari: <https://ojs.darulhuda.or.id/index.php/Socius/article/view/78/80>.

Period for Students of Muhammadiyah University of Sidoarjo Management Study Program. *Journal of Islamic and Muhammadiyah Studies*, 2, 1–10. DOI: <https://doi.org/10.21070/jims.v2i0.1539>

Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1988). Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Pemasaran Jasa*, 1(1), 1-10. Salazar, J., et al. (2004). Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Pemasaran Jasa*, 2(1), 1-10.

Sofiyati, P. I. (2020). Analisis Faktor, Proportional Shift, dan Differential Shift Produk Domestik Regional Bruto Kelompok Lapangan Usaha yang. Retrieved from <http://lib.unnes.ac.id/42862/1/4112317003%20%20Putri%20Indah%20Sofiyati.pdf>

Yerry Susanto, Realize. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk terhadap Minat Beli Konsumen pada PT Ndexindo Mandiri Indonesia. *eCo-Buss*, 5(2), 508–518. DOI: <https://doi.org/10.32877/eb.v5i2.459>

### **Buku**

Abu-Alhajja, A. S., Raja Yusof, R. N., Hashim, H., & Jaharuddin, N. (2019). The influence of religious orientation on viewers' loyalty towards satellite TV channels: The case of Muslim viewers.

Bedi, A. (2010). Pengiriman Layanan Berkualitas Tinggi: Suatu Keharusan untuk Mencapai Kepuasan Pelanggan dan Hasil Perilaku yang Diinginkan. *Jurnal Pemasaran Jasa*, 5(2), 1-10.

- Bulkia, S. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Student Satisfaction. *AT – TADBIR Jurnal Ilmiah Manajemen*, 2(1), 49–58.
- DeLone, W. H., & McLean, E. R. (2003). The DeLone and McLean Model of Information Systems Success: A Ten-Year Update. *Journal of Management Information Systems*, 19(4),9–30.
- Hasan, et al. (2008). Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan dan Kepercayaan Pelanggan. *Jurnal Pemasaran Jasa*, 4(1), 1-10.
- Lovelock, C. H., & Wright, L. K. (2002). Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Dalam Pemasaran Jasa. *Jurnal Pemasaran Jasa*, 1(1), 1-10.
- Munawaroh, S. (2005). Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Pemasaran Jasa*, 3(1), 1-10.
- Nur Fauziatin Anisa, & Herlinda Maya Kumala Sari. (2022). The Influence of Price, Product Quality, and Brand Image of Bear Brand Milk on Purchase Decisions during a Pandemic
- Ulfah, S. (2009). Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Pemasaran Jasa*, 5(1), 1-10.
- Wijayanti, A. (2008). Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Pemasaran Jasa*, 3(1), 1-10.