

Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan PT JNE Kotamobagu

Titaniya Paputungan,
Lucky F. Tamengkel,
Olivia F. C. Walangitan,

Program Studi Administrasi Bisnis, Jurusan Ilmu Administrasi
Fakultas Ilmu Sosial dan Politik, Universitas Sam Ratulangi
Email : titaniyapaputungan@gmail.com

Abstract. *The purpose of this study was to determine the effect of service quality on customer satisfaction at PT JNE in Kotamobagu. In this study using quantitative research methods. The population in this study are all customers who use the services of JNE Kotamobagu whose exact number is not known and the sample used in this study was taken by 100 respondents. The data analysis technique uses simple linear regression analysis where the constant value is 4.220 which means that the consistency of the customer satisfaction variable is 0.676. Based on the obtained significance value of $0.002 < 0.05$. The results of this study conclude that service quality affects customer satisfaction.*

Keywords: *Service Quality, Customer Satisfaction*

Abstrak. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan PT JNE di Kotamobagu. Dalam penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pelanggan yang menggunakan jasa JNE Kotamobagu yang tidak diketahui secara pasti jumlahnya dan sampel yang digunakan pada penelitian ini diambil 100 responden. Teknik analisis data menggunakan analisis regresi linier sederhana dimana nilai konstanta sebesar 4,220 yang berarti bahwa konsistensi variabel kepuasan pelanggan sebesar 0,676. Berdasarkan nilai signifikansi yang diperoleh sebesar $0,002 < 0,05$. Hasil penelitian ini menyimpulkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

Kata Kunci : Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pelanggan

Pendahuluan

JNE adalah perusahaan yang dimana bergerak dalam suatu bidang pengiriman dan logistik yang bermarkas di Jakarta, Indonesia. Berkembangnya bidang teknologi pada saat ini berdampak pada perekonomian Indonesia salah satunya pada bidang industri jasa. Hal ini terkait karena semakin banyaknya bisnis jual beli *online* yang dilakukan oleh berbagai pelaku usaha *online* mulai dari masyarakat sampai perusahaan-perusahaan toko *online*.

Bisnis jual beli *online* memerlukan jasa pengiriman paket seperti JNE untuk untuk mengantarkan barang yang dipesan di toko *online* kepada pelanggan dengan mudah, cepat, aman, dan baik didalam kota, luar kota maupun luar pulau karena pelaku bisnis *online* saat ini tersebar baik di kota besar ataupun di daerah, sehingga kebutuhan akan jasa pengiriman ini mencakup seluruh Indonesia.

Pada zaman yang canggih ini, kegiatan pengiriman barang atau jasa ekspedisi semakin disukai setiap harinya oleh kalangan masyarakat di Indonesia. Banyaknya masyarakat yang mengirim

barang membuat jasa pengiriman sangat penting bagi masyarakat apalagi majunya teknologi di era globalisasi ini membuat minat masyarakat menyukai segala sesuatu yang mudah dan praktis. Terutama urusan mengirimkan barang yang menyangkut keterjangkauan wilayah. Jarak antara pengirim serta penerima menjadi tak terbatas dan jarak tersebut dapat dijembatani oleh jasa pengiriman.

Dengan adanya jasa pengiriman mampu mendukung para pelakon bisnis sebab bisa mengirimkan barang kepada pelanggan baik yang terletak di dekat lokasi usaha ataupun yang berada jauh di luar wilayah operasional industri tersebut, sehingga dapat memperluas cakupan pasar yang secara otomatis akan menguntungkan untuk industri jasa.

Semakin banyaknya masyarakat yang memakai jasa pengiriman. Maka kualitas pelayanan menjadi sangat penting untuk memenangkan persaingan. Dengan menguasai apa yang dibutuhkan dan diharapkan oleh pelanggan dari kualitas pelayanan yang diberikan, sehingga akan didapatkan sesuatu nilai tambah tertentu untuk industri tersebut. Kualitas pelayanan butuh mendapatkan perhatian

besar dari perusahaan, karena kualitas pelayanan memiliki hubungan langsung dengan keahlian bersaing serta tingkatan keuntungan perusahaan.

PT JNE di Kotamobagu sebagai perusahaan yang bergerak di bidang pengiriman barang, tentunya senantiasa mengedepankan layanan yang terbaik bagi pelanggan untuk memberikan pelayanan yang berkualitas. Dalam pra survey, peneliti menemukan adanya permasalahan dalam pelayanan di PT berupa pelayanan dalam pengiriman barang yang masih kurang memuaskan pelanggan. Keluhan-keluhan pelanggan seperti barang yang kelamaan berada dikurir dan pelanggan yang meminta di kabari dahulu sebelum di antarkan barangnya oleh kurir.

Dalam menghadapi persoalan ini, maka PT JNE menyediakan beberapa layanan seperti komplain melalui media sosial JNE atau dengan cara komplain ke JNE melalui telepon. Dengan adanya beberapa layanan tersebut agar dapat mengatasi masalah kiriman yang barangnya lama sampai dan sebagainya.

Penelitian ini dilakukan karena peneliti tertarik dengan kurangnya kualitas pelayanan yang dilakukan oleh kurir JNE di Kotamobagu

Rumusan masalah pada penelitian ini adalah apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan PT JNE di Kotamobagu.

Tujuan penelitian ini untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan PT JNE di Kotamobagu

Tinjauan Pustaka Kualitas Pelayanan

Menurut Kotler dalam bukunya Alma (2007) menerangkan bahwa kualitas pelayanan merupakan suatu cara kerja perusahaan yang berusaha untuk mengadakan perbaikan mutu secara terus menerus terhadap proses, produk dan servis yang dihasilkan perusahaan.

Sedangkan menurut Tjiptono (2007) kualitas pelayanan adalah upaya memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketetapan penyampainnya dalam mengimbangi harapan pelanggan.

Kualitas Pelayanan didalam perusahaan jasa merupakan suatu hal yang sangat penting menurut pandangan pelanggan. Pelanggan tidak hanya menilai dari hasil jasa tetapi juga dari proses penyampaian jasa tersebut. Menurut Parasuraman et al. (1985) kualitas pelayanan adalah suatu bentuk penilaian pelanggan terhadap tingkat layanan yang diterima dengan tingkat layanan yang diharapkan.

Perusahaan jika ingin memberikan pelayanan berkualitas yang dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan maka perusahaan dituntut dapat bersaing, bertahan hidup, dan berkembang.

Dimensi Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan secara umum tidak dilihat dalam konstruk yang terpisah, melainkan secara agregat dimana dimensi-dimensi individual dimasukkan untuk mendapatkan kualitas pelayanan secara keseluruhan.

Tjiptono (2009:269) menyatakan bahwa terdapat lima dimensi utama kualitas pelayanan (secara urutan derajat kepentingan relatif) 1). Keandalan yaitu kemampuan untuk memberikan suatu layanan yang telah dijanjikan dengan segera, akurat, dan memuaskan. Artinya para karyawan memberikan pelayanan yang sesuai dengan keinginan pelanggan. 2). Daya Tanggap adalah keinginan para staf untuk membantu para pelanggan dan memberikan layanan dengan tanggap, yaitu motivasi para karyawan dalam memecahkan masalah yang dihadapi pelanggan dalam menggunakan jasa. 3). Jaminan adalah mencakup pengetahuan, kompetensi, kesopanan dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki para staf, bebas dari bahaya, risiko atau keraguan. Yaitu mengenai pengetahuan baik dari karyawan dalam menangani pertanyaan atau keluhan dari pelanggan. 4). Perhatian adalah meliputi kemudahan dalam menjalin relasi, komunikasi yang baik, perhatian pribadi, dan pemahaman atas kebutuhan individual para pelanggan. Yaitu sikap karyawan yang menunjukkan perhatian yang tulus dalam melayani pelanggan. 5). Bukti Fisik yaitu meliputi fasilitas fisik, perlengkapan, pegawai, dan sarana komunikasi.

Kepuasan Pelanggan

Kepuasan pelanggan adalah suatu proses merespon kebutuhan pelanggan. Menilai suatu produk hingga pelayanan, berhubungan dengan apa yang diinginkan dengan realisasinya merupakan kegunaan dari kepuasan pelanggan. (Richard L. Oliver).

Menurut Kotler dan Keller (2009:138) kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang berasal dari perbandingan antara kesannya terhadap kinerja (atau hasil) suatu produk dan harapan-harapannya. Memuaskan kebutuhan pelanggan merupakan keinginan dari setiap perusahaan. Selain karena faktor penting bagi suatu perusahaan, memuaskan kebutuhan pelanggan dapat meningkatkan keunggulan dalam persaingan.

Pelanggan yang puas terhadap suatu jasa yang ditawarkan cenderung akan menggunakan kembali jasa tersebut pada saat kebutuhan yang sama muncul kembali dikemudian hari. Sehingga perusahaan akan tetap bertahan bahkan kemungkinan akan berkembang.

Dimensi Kepuasan Pelanggan

Pelanggan akan merasa puas jika harapannya terpenuhi atau akan sangat senang jika keinginan pelanggan terlampaui. Menurut Irawan (2004:37), ada lima dimensi kepuasan pelanggan yaitu:

- a. *Price* (Harga)
Bagi pelanggan yang sensitif, biasanya harga yang murah adalah sumber kepuasan yang penting karena mereka akan mendapatkan *value for money* yang tinggi. Komponen harga ini relative tidak penting untuk mereka yang tidak sensitif terhadap harga.
- b. *Service Quality* (Kualitas Layanan)
Servive quality sangat tergantung dari tiga hal yakni sistem, teknologi dan manusia. Kepuasan pelanggan terhadap kualitas pelayanan biasanya susah ditiru sebab pembentukannya *attitude* dan *behaviour* yang bersamaan dengan kemauan perusahaan bukanlah pekerjaan yang mudah. Pembinaan harus dilakukan mulai dari proses rekrutmen, *training* dan budaya kerja.
- c. *Product Quality* (Kualitas Produk)
Pelanggan merasa puas sehabis membeli dan memakai produk tersebut apabila kualitas produk tersebut baik
- d. *Emotional Factor*
Faktor emosional ditunjukkan oleh pelanggan atas kepuasan yang diterima mereka dalam memakai suatu produk / jasa yang menimbulkan rasa bangga serta percaya diri.
- e. *Efficiency* (Kemudahan)
Kemudahan dalam memperoleh produk atau jasa tersebut serta kemudahan dalam pembayaran bisa membuat pelanggan akan semakin puas jika relatif gampang, nyaman serta efisien dalam memperoleh suatu produk ataupun pelayanan.

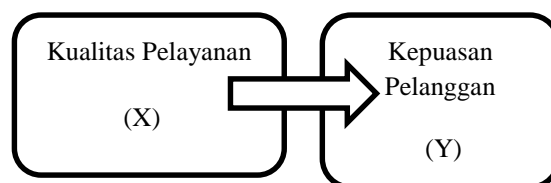
Hubungan Kualitas Pelayanan Dengan Kepuasan Pelanggan

Hubungan kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan tidak terlepas dari kreativitas pelayanan. Untuk mewujudkan suatu layanan berkualitas yang bertujuan kepada kepuasan pelanggan sehingga akan mampu menguasai tingkatan anggapan dan harapan atas kualitas layanan (Chaniotakis et al., 2009).

Kualitas layanan yang diberikan oleh perusahaan dalam memenuhi harapan pelanggan dalam wujud tampilan fisik yang dipunyai, keandalan, kepedulian, perhatian, daya tanggap, serta jaminan pelanggan hendak dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan. Terus semakin baik kualitas layanan yang diberikan oleh perusahaan, sehingga pelanggan akan semakin merasa puas terhadap layanan tersebut.

Salah satu faktor utama yang memastikan kepuasan pelanggan merupakan persepsi pelanggan atas kualitas layanan. Persepsi kualitas pelayanan adalah salah satu unsur kepuasan pelanggan secara keseluruhan. Penelitian sebelum-nya menampilkan bukti-bukti menunjang hubungan antara kepuasan pelanggan dan kualitas layanan (Yeeet al.,2010). Penelitian sebelumnya telah mem-buktikan kalau hubungan antara kualitas layanan dan kepuasan pelanggan pada umumnya positif (Liang & Zhang,2007). Dalam literatur pemasaran, kepuasan pelanggan bisa menyebabkan niat pelaku pelanggan positif (Qin & Prybutok, 2009). Ditemukan jika pelanggan yang puas lebih mungkin untuk menunjukkan kesetiaan kepada penyedia layanan dengan membeli kembali, ataupun merekomendasikan layanan kepada orang lain (Senic & Marinkovic,2014) yang mempunyai dampak positif pada pasar serta kinerja keuangan perusahaan (Lam et al., 2011).

Kerangka Pemikiran



Hipotesis dalam penelitian ini adalah terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan PT JNE di Kotamobagu.

Metode Penelitian

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian kuantitatif. Menurut Sugiyono (2017:8) penelitian kuantitatif merupakan metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivism, yang digunakan untuk mempelajari pada populasi ataupun sampel tertentu, pengumpulan data dengan memakai instrument penelitian, analisis data bersifat kuantitatif ataupun statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah diresmikan. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pelanggan yang menggunakan jasa JNE Kotamobagu yang tidak diketahui secara pasti jumlahnya dan jumlah sampel yang digunakan sebanyak 100 responden berdasarkan acuan umum dalam menentukan sampel yang terdapat pada teori Roscoe. Metode penelitian dalam pengumpulan sampel pada penelitian ini adalah menggunakan *purposive sampling*. Hasil data yang di dapatkan kemudian diolah dengan menggunakan sistem SPSS 25.

Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah ataupun valid tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid apabila pertanyaan pada kuesioner maupun untuk mengungkapkan sesuatu yang diukur oleh kuesioner tersebut (Ghozali, 2006:45).

Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan penunjuk dari variabel ataupun konstruk. Suatu kuesioner di katakan reliabel ataupun handal apabila jawaban seseorang terhadap statement merupakan konsistennya stabil dari waktu ke waktu (Ghozali, 2006:41).

Koefisien Korelasi Sederhana

Koefisien korelasi sederhana yaitu digunakan untuk mengetahui keeratan hubungan antara dua variabel dan untuk mengetahui arah hubungan yang terjadi. Koefisien korelasi sederhana menunjukkan seberapa besar hubungan yang terjadi antara dua variabel.

Analisis Regresi Linier Sederhana

Analisis regresi linier sederhana yaitu digunakan untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan. Menurut Sugiyono (2014:270) regresi sederhana didasarkan pada hubungan fungsional ataupun kausal satu variabel independen dengan satu variabel dependen.

Koefisien Determinasi

Digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menjelaskan variasi variabel dependen (kepuasan pelanggan). Nilai koefisien determinasi ialah antara nol atau satu. Nilai koefisien determinasi yang mendekati satu artinya variabel-variabel independen (kualitas pelayanan) memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen (kepuasan pelanggan).

Uji T (Parsial)

Menurut Sugiyono (2014) untuk mengetahui pengaruh tiap-tiap variabel independen secara parsial berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen dicoba dengan pengujian uji t.

Hasil Penelitian

1. Uji Validitas

Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Pelayanan (X) diketahui nilai rata-rata r hitung yang diperoleh adalah 0,281, diketahui nilai r tabel adalah 0,196 dan nilai rata-rata r hitung pada Variabel

Kepuasan Pelanggan (Y) adalah 0,459 dan diketahui untuk nilai r tabel adalah 0,196. Maka dapat disimpulkan bahwa seluruh item pernyataan kuesioner dinyatakan valid karena sesuai dengan teknik pengambilan keputusan yaitu menyatakan bahwa r hitung > r tabel, sehingga seluruh item tersebut dapat digunakan sebagai alat pengumpulan data.

2 Uji Reliabilitas

Variabel	Jumlah Pernyataan	Chronbach's Alpha	Ket
Kualitas Pelayanan (X)	15	0,844	Reliabel
Keputusan Pembelian (Y)	3	0,821	Reliabel

Sumber : Pengolahan data IBM SPSS Statistik Versi 25

Berdasarkan tabel diatas, menunjukkan bahwa nilai Chronbach's Alpha > 0,60 dari masing-masing variabel dalam penelitian. Dapat diketahui variabel X dan Y dinyatakan reliabel atau handal, karena sesuai dengan kriteria pengambilan keputusan bahwa instrument dinyatakan reliabel apabila nilai Chronbach's Alpha > dari 0,60.

3. Analisis Koefisien Korelasi Sederhana

Correlations		Kualitas Pelayanan	Kepuasan Pelanggan
X	Pearson Correlation		.813
	Sig. (2-tailed)		.002
	N	100	100
Y	Pearson Correlation	.813	1
	Sig. (2-tailed)	.002	
	N	100	100

**. Correlation is significant at the 0.01 Level (2-tailed)

Sumber: Data Primer diolah IBM SPSS Statistic 25

Dari hasil analisis koefisien sederhana (r) didapat kualitas pelayanan dengan kepuasan pelanggan adalah 0,813. Hal ini menunjukkan bahwa terjadi hubungan yang kuat antara kualitas pelayanan dengan kepuasan pelanggan. Sedangkan arah hubungan adalah positif karena nilai (r) positif, berarti semakin tinggi kualitas pelayanan maka semakin meningkatkan kepuasan pelanggan.

4. Analisis Regresi Linier Sederhana

Coefficients^a

Model		Unstand Coeff		Stand Coeff	T	Sig.
		B	Std. Error			
1	(Constant)	4.220	2.009		0.870	.550
	Kualitas	.676	.116	.760	6.533	.002

a. Dependent Variable: KEPUASAN PELANGGAN

Berdasarkan hasil persamaan regresi linier sederhana sebagai berikut :

$$Y = 4,220 + 0,676$$

Persamaan regresi linier diatas memperlihatkan hubungan antara variabel independen secara parsial.

5. Uji Koefisin Determinasi

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted Square	R	Std. Error of the Estimate
1	.760 ^a	.240	.634		3.563

a. Predictors: (Constant), KUALITAS PELAYANAN

Sumber: data primer diolah dengan IBM SPSS Statistic Versi 25

Berdasarkan hasil penelitian dalam tabel diatas, maka diketahui nilai R square sebesar 0,240, yang berarti bahwa pengaruh kualitas pelayanan (X) terhadap variabel kepuasan pelanggan (Y) di PT JNE Kotamobagu berpengaruh sebesar 24%. Sedangkan sisanya sebesar 76% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

6. Uji T (Parsial)

Coefficients^a

Model		Unstand Coeff		Stand Coeff	T	Sig.
		B	Std. Error			
1	(Constant)	4.220	2.009		0.870	.550
	Kualitas	.676	.116	.760	6.533	.002

a. Dependent Variable: KEPUASAN PELANGGAN

Pada tabel diatas, diketahui bahwa nilai t hitung sebesar 6,533 lebih besar dari nilai t tabel 1,984 dengan nilai signifikansi $0,02 < 0,05$. Sehingga dapat diambil kesimpulan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan PT JNE di Kotamobagu.

Pembahasan

Berdasarkan hasil pengujian Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan menggunakan program pengolah data SPSS 25, dapat diketahui beberapa hasil dimana uji validitas dan uji reliabilitas menunjukkan bahwa nilai yang didapat r hitung $>$ r tabel dan reliabilitas nilai *Chronbach's Alpha* dari tiap-tiap konstruk dari variabel yang lebih besar dari 0,60 yang berarti bahwa kuisioner yang merupakan indikator-indikator dari variabel tersebut adalah reliabel atau handal. Setelah itu Analisis Regresi Linier Sederhana dimana hasil konstanta sebesar 4,220 yang mengandung arti bahwa nilai konsistensi variabel kepuasan pelanggan sebesar 4,220 dan kualitas pelayanan sebesar 0,676, nilai koefisien regresi sederhana adalah bernilai positif yaitu sebesar 0,813 hal ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan jne

kotamobagu sudah dalam kategori baik dalam memenuhi kepuasan pelanggan. Selanjutnya Uji T (Parsial) berdasarkan hasil olah data menggunakan sistem SPSS 25 nilai t hitung sebesar $6,533 >$ nilai t tabel 1,984 sehingga hipotesis yang berbunyi terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan PT JNE di Kotamobagu diterima. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Juwita Elisabeth Poluan, William A. Areros, Aneke Y. Punuindoong (2017) dengan hasil penelitian bahwa terdapat pengaruh antara kualitas pelayanan *customer service* terhadap citra perusahaan secara langsung.

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang dilakukan tentang pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan PT JNE di Kotamobagu dengan menggunakan pengolahan data SPSS 25 dapat ditarik kesimpulan bahwa terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan PT JNE di Kotamobagu, dengan demikian hipotesis yang dikemukakan dalam penelitian ini diterima. Dan agar terciptanya kepuasan kepada pelanggan perusahaan harus memberikan pelayanan yang maksimal, semakin baik kualitas pelayanan yang diberikan PT JNE kotamobagu maka dapat meningkatkan kepuasan pelanggan.

Daftar Pustaka

- Efendi, J., & Yulianti, A. L. (2016). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada JNE Cabang Bandung. Prodi Administrasi Bisnis. Fakultas Komunikasi dan Bisnis. Universitas Telkom. *DeReMe Jurnal Manajemen Bisnis*. Vol. 11. No. 2.
- Fatihudin, D., & Firmansyah, A. (2019). *Pemasaran Jasa* (Strategi, Mengukur Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan). Yogyakarta. Deepublish.
- Ibrahim, M., & Thawil, S. M. (2019). Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen. Universitas Islam Attahiriyah. *Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis (JRMB)*. Vol. 4. No.1.
- Laila, N. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada JNE Cabang Utama Kabupaten Dompu (Studi kasus JNE Cabang Utama Kecamatan Dompu Kabupaten Dompu). *Skripsi*. Program Studi Administrasi Bisnis. Fakultas Ilmu Sosial dan Politik. Universitas Sam Ratulangi.
- Lubis, A. S., & Andayani, N. R. (2017). Pengaruh Kualitas Pelayanan (Service Quality) Terhadap Kepuasan Pelanggan PT Sucofindo

- Batam. Prodi Administrasi Bisnis Terapan Politeknik Negeri Batam. *Jurnal Of Business Administration*. Vol 1. No. 2.
- Noerchoidah. (2017). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Orenztaxi) di Surabaya. Universitas Merdeka Surabaya. *BISMA - Bisnis dan Manajemen*. Volume 9. No. 2.
- Poluan, J. E., Areros, W. A., & Punuindoong, A. Y. (2017). Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Golden Supermarket Manado. *Jurnal Administrasi Bisnis*.
- Prihandoyo, C. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan JNE Cabang Balikpapan. *Jurnal GeoEkonomi* <http://jurnal.fem.uniba.bpn.ac.id/index.php/geoekonomi>.
- Purbasari, D. M., & Purnamasari, D. L. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Pembelian Ulang. *Jurnal Inspirasi Manajemen*, Vol.2 (1).
- Rahman, S. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Inovasi Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada PT PLN (Persero) Area Manado. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Sam Raulangi. *Jurnal EMBA* Vol. 7. No. 1.
- Rohaeni, H., & Marwa, N. (2018). Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Universitas BSI. *Jurnal Ecodemica*, Vol.2 No.2.. <http://ejournal.bsi.ac.id/ejournal/index.php/economica>.
- Soromi, R. K., Pelleng, F. A., & Kalangi, J. A. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Transportasi Online GrabBike Pada Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial Dan Politik Universitas Sam Ratulangi. *Jurnal Administrasi Bisnis* Vol. 9. No. 1.
- Sulistiyawati, N. A., & Seminari, N. (2015). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Restoran Indus Ubud Gianyar. *E-jurnal Manajemen Ubud*, Vol. 4. No.8.
- Suryano, M. H. (2017). *Metode Riset dan Analisis Saluran Distribusi : Model dan Pengukuran Kepuasan Pelanggan Saluran Distribusi*. Jakarta.: Grasindo.
- Yuniarti, F., S, I. B., & Wulandari, G. A. (2019). Pengaruh Kepercayaan dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pengguna Jasa Pengiriman Paket Pada PT JNE Express Cabang Jember dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening. *e-journal Ekonomi Bisnis dan Akuntansi*. Volume VI (1).