

## **PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN (STUDY KASUS J&T EXPRESS CABANG BEKASI SELATAN)**

**Irfan Rizky**  
**STIE Tri Bhakti**  
Irfan.rzky17@gmail.com

**Dr. Darwin Hasiholan, SE.,M.Si**  
**STIE Tri Bhakti**  
dhasiholan@yahoo.co.id

### **Abstrak**

Kepuasan pelanggan akan terbentuk jika dapat memenuhi harapan-harapan dasar pelanggan. Banyak faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan, diantaranya kualitas pelayanan dan persepsi harga. Permasalahan dalam peneliti ini adalah (1) apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan ?, (2) apakah persepsi harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan PT. Global Jet Express (J&T Express Cabang Bekasi Selatan). Tujuan dari peneliti ini adalah untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dan persepsi harga terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Global Jet Express (J&T Express Cabang Bekasi Selatan). Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pelanggan pada PT. Global Jet Express (J&T Express Cabang Bekasi Selatan). Sampel ditentukan dengan teknik Skala Likert dengan responden sebanyak 132 responden. Metode pengumpulan data yang digunakan adalah kuesioner (angket) dan dokumentasi. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah uji instrument (ujivaliditas dan uji reliabilitas), analisis regresi linear berganda, pengujian hipotesis, dan koefisien determinasi dengan menggunakan program SPSS 25. Hasil penelitian uji t menunjukkan signifikan kualitas pelayanan (0,000) dan Persepsi harga (0,000) lebih kecil dari 0,05, sehingga secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hasil dari uji Koefisien Determinasi menunjukkan variabel kualitas pelayanan dan persepsi harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan sebesar 74,8%.

**Kata Kunci : Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga, Kepuasan Pelanggan.**

### Abstract

Customer satisfaction will be formed if it can meet customer's basic expectations. Many factors affect customer satisfaction, including quality of service and price perception. Problems in this research is (1) does the quality of service influence to customer satisfaction ?, (2) does the price perception have an effect on to customer satisfaction ?, The purpose of this research is to determine the effect of service quality and price perception on customer satisfaction on PT. Global Jet Express (J&T Express) The population in this study is all customers on PT. Global Jet Express (J&T Express). The sample is determined by Likert Scale technique with 132 respondents. Data collection methods used were questionnaire (questionnaire) and documentation. Data analysis technique used in this research is instrument test (validity test and reliability test), multiple linear regression analysis, hypothesis testing, and coefficient of determination by using SPSS 25 program. The result of t test showed significant service quality (0.000) and price (0.000) less than 0,05, so partially significant to customer satisfaction result of ftest show result of significant value 0.000 smaller than 0,05. The result of coefficient of determination variable quality of service and price perception have a significant effect to customer satisfaction equal to 74,8%.

**Keywords: Service Quality, Price Perception, Customer Satisfaction.**

### PENDAHULUAN

Perekonomian dunia yang semakin kompleks seiring terjadinya disruption maka beriringan dengan perdagangan online yang mengalami peningkatan sangat pesat hal ini menyebabkan perubahan pergeseran perdagangan yang semula offline menjadi perdagangan online hal ini juga terjadi pada sektor jasa. Saat ini sektor jasa telah mengalami peningkatan yang signifikan dibanding dekade sebelumnya, sehingga sektor ini memberikan kontribusi terhadap perekonomian dunia. Kontribusi ini dapat dilihat dari segi laba maupun kemampuannya menyerap sebagian besar pasokan tenaga kerja. Seiring dengan meningkatnya kesejahteraan masyarakat, maka konsumsi akan kebutuhan barang juga meningkat baik kebutuhan primer maupun bukan primer. Begitu juga dengan kebutuhan untuk menggunakan produk-produk jasa yang timbul dari kebutuhan masyarakat untuk meningkatkan kenyamanan dan kepuasan. Industri jasa cukup bervariasi sesuai dengan dinamika yang terjadi pada sektor jasa dapat dilihat dari perkembangan dari berbagai industri jasa, salah satunya adalah jasa pengiriman barang. Hal ini dapat memberikan dampak positif bagi jasa-jasa. Pengiriman yang ada salah satunya PT. GLOBAL JET EXPRESS (J&T EXPRESS) yang mengalami

meningkatkan jumlah konsumen tercatat dari awal Tahun 2021 di era pandemi ini J&T Express terjadi peningkatan sebesar 30-40 %.

Dengan rata rata 1,7 juta pengiriman paket perhari. J&T Express adalah perusahaan jasa layanan pengiriman barang baik berupa dokumen maupun paket. J&T Express merupakan perusahaan baru yang juga menggunakan IT dalam menawarkan jasanya perusahaan ini menawarkan kelebihan berupa jemput barang atau pick up, sehingga para pelanggan tidak perlu mendatangi drop point J&T Express serta beroperasi selama 365 hari yang berarti tidak ada libur dalam satu tahun.

Salah satu cabang J&T Express sekaligus yang menjadi penelitian peneliti yaitu J&T Express cabang Bekasi Selatan. Di dalam kota urban berbelanja online dan berbisnis online semakin digemari, sehingga berdirinya J&T Express di kota Bekasi menambah penyedia layanan jasa pengiriman Barang dan sebagai respons atas perkembangan usaha online. Dalam menentukan kepuasan konsumen di J&T Ekspress faktor yang harus dipenuhi antara lain adalah Kualitas Pelayanan. Menurut Tjiptono & Chandra dalam (Lubis & Andayani, 2018) kualitas pelayanan memiliki lima dimensi yaitu *Tangibles*, *Reliability*, *Responsiveness*, *Assurance* dan *Empathy*, dimensi tersebut sangat berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Kelima dimensi ini yang akan digunakan untuk mengukur tingkat kualitas pelayanan di suatu perusahaan. Faktor kedua yang mempengaruhi kepuasan pelanggan adalah persepsi harga. Harga merupakan salah satu elemen yang dapat menghasilkan pendapatan bagi perusahaan oleh sebab itu harga dapat dikatakan mendatangkan laba bagi perusahaan. Menurut Malik et al dalam (Setyowati, 2017) menemukan bahwa harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan dan berpengaruh secara langsung maupun secara tidak langsung dengan loyalitas yang diperantarai oleh kepuasan pelanggan.

Data pengunjung J&T Express Cabang Bekasi Selatan

Tahun	Jumlah Pelanggan
2018	6.070
2019	8.274
2020	10.800

Terlihat dari data diatas, dalam 3 tahun terakhir, J&T Express cabang Bekasi Selatan mengalami peningkatan dalam jumlah pelanggan. Peningkatan jumlah pelanggan yang dialami oleh J&T Express cabang Bekasi Selatan tidak lepas dari peran kualitas pelayanan dan harga yang diberikan terhadap pelanggan. J&T Express cabang Bekasi Selatan memberikan kualitas pelayanan berupa pelayanan yang sopan, ramah, sigap, tangap, menjamin waktu pengiriman sesuai dengan estimasi yang ditentukan, hingga memberikan kualitas pelayanan berupa bukti fisik seperti contohnya kondisi ruangan yang dibuat sedemikian rupa agar mendapat respon yang baik dari pelanggan. Untuk segi harga J&T Express cabang Bekasi Selatan menawarkan keterjangkauan harga, memiliki manfaat sesuai kualitas pelayanan dan kebutuhan pelanggan serta memiliki harga yang dapat bersaing dengan competitor.

Dua variabel tersebut jika ditindaklanjuti akan dapat memenangkan persaingan dengan perusahaan sejenis seperti yang telah di sebutkan diatas. Penjelasan yang disebutkan diatas menjadi pendorong bagi peneliti untuk melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh kualitas pelayanan dan persepsi harga terhadap kepuasan pelanggan” (study kasus j&t express cabang bekasi selatan).

## **Rumusan Masalah**

Berdasarkan uraian diatas rumusan masalahnya adalah sebagai berikut :

1. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan?
2. Apakah persepsi harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan?

## **KAJIAN PUSTAKA**

### **Jasa**

Menurut Phillip Kotler dan Keller dalam (Simatupang, 2019) Jasa adalah etiap tindakan atau unjuk kerja yang ditawarkan oleh salah satu pihak ke pihak lain yang secara prinsip intangibel dan tidak menyebabkan perpindahan kepemilikan apapun. Produksinya bisa terkait dan bisa juga tidak terikat pada suatu produk fisik.

### **Kualitas Pelayanan**

Menurut Tjiptono dalam (Moha & Loindong, 2016), kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan. Menurut Zeithaml et al dalam (Arianto & Difa, 2020) terdapat indikator - indikator kualitas pelayanan yaitu : Bukti Fisiki (*Tangibles*), Empati (*Emphaty*), Keandalan (*Reliability*), Daya tanggap (*Responsiveness*), Jaminan (*Assurance*).

### **Persepsi Harga**

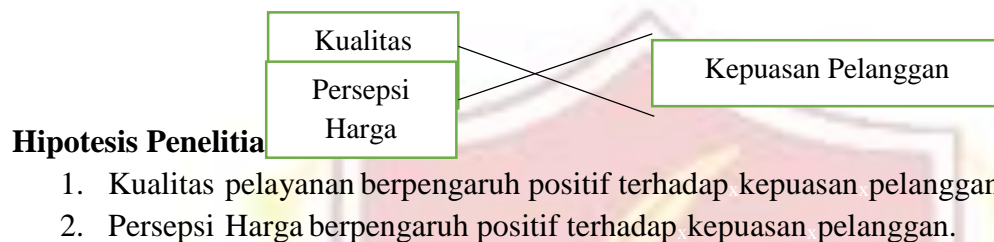
Menurut Tjiptono dalam (Annishia & Prastiyo, 2019) menyatakan bahwa harga juga dapat diartikan sebagai jumlah uang (satuan moneter) dan atau aspek lain (nonmoneter) yang mengandung utilitas/kegunaan tertentu yang diperlukan untuk mendapatkan suatu barang atau jasa. Menurut Kotler dan Amstrong dalam (Oktarini, 2019) indikator harga adalah Keterjangkaun harga, kesesuaian harga dengan kualitas produk/jasa, daya saing harga dan yang terakhir kesesuaian harga dengan manfaat.

### **Kepuasan Pelanggan**

Menurut Zeithmal dan Binter dalam (Sawitri, 2018) kepuasan pelanggan adalah respon atau tanggapan pelanggan mengenai pemenuhan kebutuhan. Kepuasan merupakan

penilaian mengenai ciri atau keistimewaan produk atau jasa, atau produk itu sendiri, yang menyediakan tingkat kesenangan pelanggan berkaitan dengan pemenuhan kebutuhan konsumsi pelanggan. Menurut Setyo dalam (Purba et al., 2020) terdapat tujuh indikator kepuasan pelanggan yaitu terpenuhinya harapan pelanggan, selalu menggunakan produk/jasa, merekomendasi ke orang lain, kualitas pelayanan, loyalitas, reputasi yang baik.

### Kerangka Penelitian dan Hipotesis



## METODOLOGI PENELITIAN

### Desain Penelitian

Desain penelitian ini merupakan penelitian kasual dengan pendekatan kuantitatif. Menurut Sugiyono dalam (Oktarini, 2019) penelitian kausal adalah hubungan yang bersifat sebab akibat. Jadi, disini ada variabel yaitu variabel independen (mempengaruhi) dan variabel dependen (dipengaruhi). Pendekatan kuantitatif adalah metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu karena penelitian ini berupa angka-angka dan analisis menggunakan statistik untuk mengukur serta mendapatkan hasil penelitian melalui kuesioner.

### Populasi dan Sample

Populasi pada penelitian ini adalah pelanggan yang menggunakan jasa ekspedisi J&T Express Cabang Bekasi Selatan dari bulan Januari hingga Maret 2021 yang berjumlah 588 orang. Dalam penelitian, metode pengambilan sample menggunakan rumus Slovin yang memiliki hasil 132 responden.

### Metode Analisis

Perhitungan analisis data dalam penelitian ini menggunakan uji kualitas data (validitas dan reliabilitas), Uji Asumsi Klasik (Normalitas, multikolinearitas, dan Uji heteroskedastisitas) Uji Regresi Linier Berganda, Uji Koefisien Determinasi serta pengujian Hipotesis (uji t secara parsial).

## HASIL DAN PEMBAHASAN

## Hasil Uji Validitas dan Reabilitas

**Tabel 2 Hasil Uji Validitas**

<b>Variabel Kualitas Pelayanan</b>	<b>R Hitung</b>	<b>R Tabel</b>	<b>Keterangan</b>
Pertanyaan 1	0,679	0,1710	Valid
Pertanyaan 2	0,761	0,1710	Valid
Pertanyaan 3	0,785	0,1710	Valid
Pertanyaan 4	0,825	0,1710	Valid
Pertanyaan 5	0,721	0,1710	Valid
<b>Variabel Harga</b>			
Pertanyaan 1	0,813	0,1710	Valid
Pertanyaan 2	0,782	0,1710	Valid
Pertanyaan 3	0,769	0,1710	Valid
Pertanyaan 4	0,729	0,1710	Valid
Pertanyaan 5	0,746	0,1710	Valid
<b>Variabel Kepuasan Pelanggan</b>			
Pertanyaan 1	0,761	0,1710	Valid
Pertanyaan 2	0,759	0,1710	Valid
Pertanyaan 3	0,747	0,1710	Valid
Pertanyaan 4	0,773	0,1710	Valid
Pertanyaan 5	0,770	0,1710	Valid
Pertanyaan 6	0,755	0,1710	Valid
Pertanyaan 7	0,787	0,1710	Valid
Pertanyaan 8	0,853	0,1710	Valid

Berdasarkan pada hasil tabel diatas, tersebut diketahui keseluruhan nilai rhitung > rtabel 0,1710 maka semua pernyataan dianggap valid.

**Tabel 3 Hasil Uji Reabilitas**

<b>No.</b>	<b>Variabel</b>	<b>Nilai</b>	<b>r tabel</b>	<b>Hasil</b>
		<b>Cronbach's Alpha</b>		
1	Kualitas Layanan	0,795	0,600	reliabel
2	Harga	0,798	0,600	reliabel
3	Kepuasan Pelanggan	0,785	0,600	reliabel

Berdasarkan pada tabel diatas, menunjukan bahwa keseluruhan nilai Cronbach Alpha diatas nilai 0,60 yang artinya seluruh jawaban responden sangat konsisten dan reliabel.

### Hasil Uji Asumsi Klasik

#### 1. Uji Normalitas

**Tabel 4 Hasil Uji Normalitas**

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		132
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	0,0000000
	Std. Deviation	2,21343965
Most Extreme Differences	Absolute	0,101
	Positive	0,101
	Negative	-0,079
Test Statistic		0,101
Asymp. Sig. (2-tailed)		,050 <sup>c</sup>
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		
c. Lilliefors Significance Correction.		

Hasil uji normalitas pada tabel diatas didapatkan nilai signifikansi dari uji *Kolmogorov-Smirnov* sebesar 0,50. Angka tersebut lebih tinggi dibandingkan taraf signifikansi 5% (0,05). Hal tersebut memberikan gambaran bahwa sebaran data telah memenuhi asumsi normalitas.

#### 2. Uji Multikolinieritas

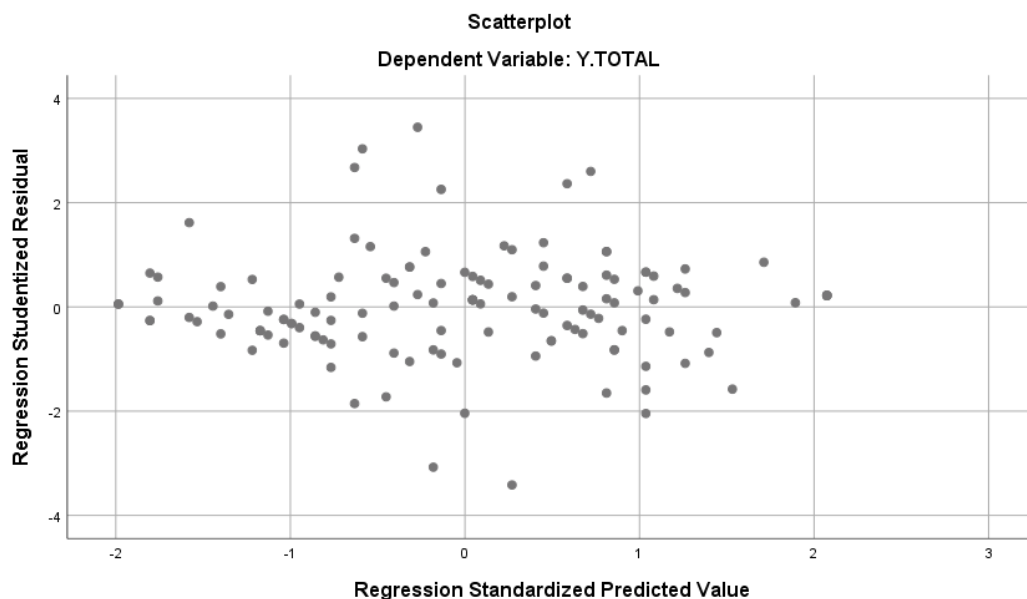
**Tabel 5 Hasil Uji Multikolinieritas**

Coefficients <sup>a</sup>			
Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	(Constant)		
	X1.TOTAL	0,479	2,088
	X2.TOTAL	0,479	2,088

Berdasarkan pada tabel diatas, hasil pengujian statistik menunjukan bahwa Tidak terjadi gejala multikolinearitas antara variabel bebas dikarenakan angka Tolerance yang jauh lebih tinggi dari 0,1 serta angka VIF yang lebih kecil 10.

## 3. Uji Heteroskedastisitas

Gambar 1 Hasil Uji Heteroskedastisitas



Pada hasil dari gambar diatas, memperlihatkan dengan jelas sebaran data yang menyebar dari atas dan juga dari bawah dan tidak ada sebaran data yang berpola pada satu sebaran menunjukkan bahwa data dalam penelitian ini tidak menyebabkan heteroskedastisitas.

## Hasil Regresi Linier Berganda

Tabel 6 Regresi Linier Berganda

Coefficients <sup>a</sup>			
Model		Unstandardized Coefficients	
		B	Std. Error
1	(Constant)	0,424	1,602
	X1.TOTAL	0,695	0,109
	X2.TOTAL	0,869	0,104

$$Y = 0,424 + 0,695X_1 + 0,869X_2 + e$$

1. Konstanta sebesar 0,424 menandakan jika kedua variabel independen tidak meningkat atau bernilai nol, maka kepuasan pelanggan akan tetap bernilai sebesar 33,925.
2. Kualitas Pelayanan (X1) yang didapatkan sebesar 0,695 hasil yang didapatkan adalah positif, maka semakin baik kualitas pelayanan maka mengakibatkan meningkatnya kepuasan pelanggan sebesar 0,695 satuan dengan syarat variabel lainnya tetap.

3. Persepsi Harga yang dihasilkan sebesar 0,869 hasil yang didapatkan adalah positif, maka semakin baik Persepsi Harga akan mengakibatkan meningkatnya kepuasan pelanggan sebesar 0,869 satuan dengan syarat variabel lainnya tetap.

### Hasil Uji Hipotesis

**Tabel 7 Hasil Uji T (Parsial)**

Coefficients <sup>a</sup>		
Model	t	Sig.
1 (Constant)	0,265	0,792
X1.TOTAL	6,397	0,000
X2.TOTAL	8,332	0,000
a. Dependent Variable: Y.TOTAL		

#### 1. Pengujian Hipotesis 1 ( $H_1$ )

Berdasarkan hasil Uji-t pada tabel diatas, maka dapat diketahui bahwa variabel kualitas Pelayanan ( $X_1$ ) berpengaruh signifikan secara statistik terhadap kepuasan pelanggan (Y). hal ini dapat dilihat dari t hitung > t tabel ( $6,397 > 1,656$ ) dan nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05. Dengan demikian, maka hipotesis pertama yang berisi kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan diterima.

#### 2. Pengujian Hipotesis 2 ( $H_2$ )

Berdasarkan hasil Uji-t pada tabel diatas, maka dapat diketahui bahwa variabel persepsi harga ( $X_2$ ) berpengaruh signifikan secara statistik terhadap kepuasan pelanggan (Y). Hal ini dapat dilihat dari t hitung > t tabel ( $8,332 > 1,656$ ) dan nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05. Dengan demikian, maka hipotesis kedua yang berisi harga terhadap kepuasan pelanggan diterima.

### Hasil Uji Koefisien Determinasi

**Tabel 8 Hasil Uji Koefisien Determinasi**

Model Summary <sup>b</sup>				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,867 <sup>a</sup>	0,752	0,748	2,23053

Berdasarkan pada tabel diatas, dapat diketahui bahwa nilai *Adjusted R Square* sebesar 0,748 atau 74,8%. Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas

pelayanan dan persepsi harga dapat menjelaskan variabel kepuasan pelanggan sebesar 74,8% sedangkan sisanya 25,2% dijelaskan oleh variabel yang tidak diteliti.

## **SIMPULAN DAN SARAN**

### **Simpulan**

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, maka peneliti dapat menarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Kualitas Pelayanan berpengaruh positif terhadap Kepuasan Pelanggan PT.Global Jet Express (J&T Express Cabang Bekasi Selatan).
2. Persepsi Harga berpengaruh positif terhadap Kepuasan Pelanggan PT. Global Jet Express (J&T Express Cabang Bekasi Selatan).

### **Saran**

Berdasarkan hasil penelitian yang di kemukakan terdapat beberapa hal yang bisa disarankan oleh peneliti antara lain:

1. Bagi Perusahaan

Bagi perusahaan hendaknya memiliki karyawan yang siap untuk merespon pelanggan, dan juga perusahaan hendaknya harus tetap melakukan persepsi harga yang sesuai dengan kualitas layanan yang di berikan pada pelanggan PT. Global Jet Express (J&T Express Cabang Bekasi Selatan) agar sesuai untuk semua kalangan, agar konsumen juga bisa merekomendasikan jasa pengiriman PT.Global Jet Express (J&T Express Cabang Bekasi Selatan) namun tidak mengurangi laba perusahaan. Hal ini dilakukan agar terciptanya kualitas pelayanan, dan persepsi harga yang baik untuk dapat menciptakan kepuasan konsumen pengguna jasa pengiriman PT. Global Jet Express (J&T Express Cabang Bekasi Selatan).

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Bagi peneliti selanjutnya tentang faktor – faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan agar lebih akurat selain variabel kualitas pelayanan dan persepsi harga. Penelitian ini sangat untuk mendalami faktor – faktor lain secara positif dan benar benar berpengaruh terhadap peningkatan kepuasan pelanggan.

### **Implementasi Penelitian**

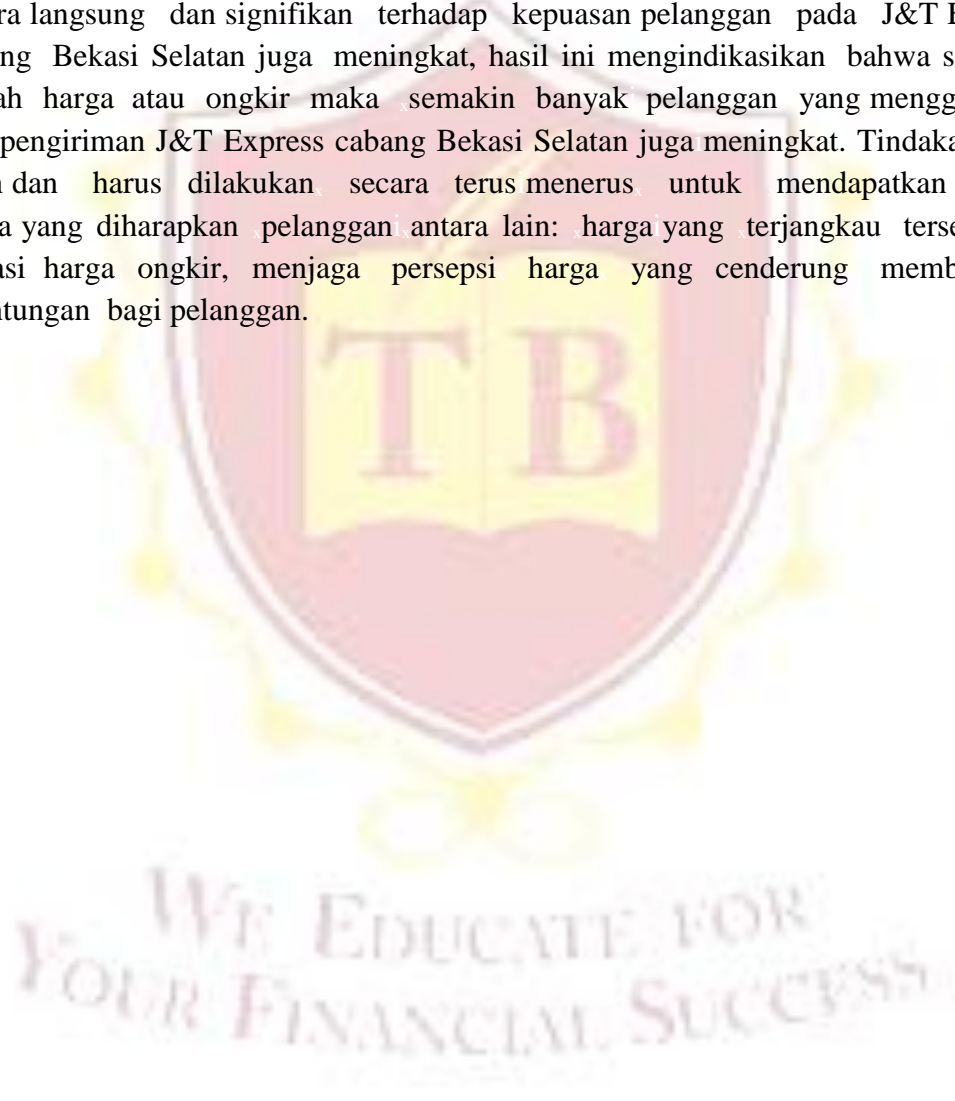
1. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan

Hasil penelitian ini menunjukan bahwa kualitas pelayanan dapat berpengaruh secara langsung dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada J&T Express cabang Bekasi Selatan, hasil ini mengindikasikan bahwa semakin meningkat kualitas pelayanan maka menyebabkan kepuasan pelanggan pada J&T

Express cabang Bekasi Selatan juga meningkat. Tindakan yang telah dan harus dilakukan secara terus menerus untuk mendapatkan kualitas pelayanan yang diharapkan pelanggan antara lain: tanggap dan sigap serta sopan dan santun dalam melayani pelanggan, bukti fisik berupa fasilitas, dapat memastikan jika barang akan sampai sesuai estimasi yang telah ditentukan, dan dapat menjelaskan layanan secara jelas terhadap pelanggan.

2. Pengaruh persepsi Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa persepsi harga dapat berpengaruh secara langsung dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada J&T Express cabang Bekasi Selatan juga meningkat, hasil ini mengindikasikan bahwa semakin murah harga atau ongkir maka semakin banyak pelanggan yang menggunakan jasa pengiriman J&T Express cabang Bekasi Selatan juga meningkat. Tindakan yang telah dan harus dilakukan secara terus menerus untuk mendapatkan faktor harga yang diharapkan pelanggan antara lain: harga yang terjangkau tersedianya variasi harga ongkir, menjaga persepsi harga yang cenderung memberikan keuntungan bagi pelanggan.



## DAFTAR PUSTAKA

- Annishia, F. B., & Prastiyo, E. (2019). Pengaruh Harga dan Fasilitas Terhadap Keputusan Menginap Tamu Di Hotel Best Western Premier the Hive Jakarta. *Jurnal Hospitality Dan Pariwisata*, 4(1), 19–28.
- Arianto, N., & Difa, S. A. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Konsumen Pada PT Nirwana Gemilang Property. *Jurnal Disrupsi Bisnis : Jurnal Ilmiah Prodi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Pamulang*, 3(2), 108. <https://doi.org/10.32493/drj.v3i2.6299>
- Lubis, A. S., & Andayani, N. R. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan (Service Quality) Terhadap Kepuasan Pelanggan Pt. Sucofindo Batam. *Journal of Applied Business Administration*, 1(2), 232–243. <https://doi.org/10.30871/jaba.v1i2.619>
- Moha, S., & Loindong, S. (2016). Analisis Kualitas Pelayanan Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Hotel Yuta Di Kota Manado. *Jurnal EMBA*, 4(1), 575–584.
- Oktarini, R. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna Jasa Aplikasi Gojek Di Kota Tangerang. *Jurnal Sekretari Universitas Pamulang*, 6(2), 10. <https://doi.org/10.32493/skr.v6i2.3305>
- Purba, T., Manajemen, P. S., & Batam, U. P. (2020). Kualitas Pelayanan Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Bengkel Mazda Di Kota Batam. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 8(1), 1987–1996. <https://doi.org/10.35794/emba.v8i1.28051>
- Sawitri, L. D. (2018). Kepuasan Pelanggan Terhadap Administrasi Lingkungan Ditinjau dari Kebersihan Pasar Tradisional di Kabupaten Sidoarjo. *Jurnal Ilmiah Administrasi Bisnis Dan Inovasi*, 1(2), 135. <https://doi.org/10.25139/jai.v1i2.818>
- Setyowati, E. (2017). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, Dan Citra Merek Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Pemediasi. *Jurnal Manajemen Daya Saing*, 18(2), 102. <https://doi.org/10.23917/dayasaing.v18i2.4507>
- Simatupang, J. (2019). Perancangan sistem informasi jasa servis kendaraan dan penjualan suku cadang pada Jaya Bersama. *Jurnal Intra-Tech*, 3(1), 1–9.