



Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada PT. Indah Logistik Cargo

Ika Tirta Candra Rini¹

Sekolah Tinggi Ilmu Bisnis Kumala Nusa Yogyakarta

Nurhadi Nugroho²

Akademi Manajemen Administrasi Yogyakarta

ikatirta14@stibsa.ac.id¹, nurhadinugroho@amayogyakarta.ac.id²

Abstract. *This study aims to find out whether there is an Effect of Service Quality on Customer Satisfaction. The population in this study is all customers of PT. Indah Logistics Cargo, of which 60 people were respondents in this study. This research uses primary data obtained by distributing questionnaires. The data analysis method in this research uses multiple linear regression, which is operated through the SPSS 26 program. The results showed that the t test for the service quality variable (X) affects customer satisfaction (Y). This can be seen from the calculation of 16,905 with a significance level of $0.000 < 0.05$. Thus the hypothesis (H1) is accepted. For customer satisfaction variable (Y). This can be seen from the calculation of 1,391 with a significance rate of $0.000 < 0.05$. Thus (Y) is accepted. Based on the F test, it is known that the singnification value is 0.000 or < 0.05 . This shows that simultaneously the independent variable of servicequality (X) if applied together has a significant effect on customer satisfaction(Y). Based on the coefficient of determination test (R²), the value of the coefficient of determination in this study was 0.831 or 83.1%. This shows that 83.1% of customer satisfaction is influenced by the independent variables of service quality (X) and customer satisfaction (Y), while the remaining 16.9% is influenced by other variables that are not included in this research model.*

Keywords : *customer satisfaction, Quality of service*

Abstrak. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah terdapat Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pelanggan PT. Indah Logistik Cargo, yang mana 60 orang menjadi responden dalam penelitian ini. Penelitian ini menggunakan data primer yang diperoleh dengan menyebarkan kuesioner. Metode analisis data dalam penelitian ini menggunakan regresi linear berganda, yang dioperasikan melalui program SPSS 26. Hasil penelitian menunjukkan bahwa uji t untuk variabel kualitas pelayanan (X) berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan (Y). Hal ini dapat dilihat dari thitung sebesar 16,905 dengan tingkat signifikansi $0,000 < 0,05$. Dengan demikian hipotesis (H1) diterima. Untuk variabel kepuasan pelanggan(Y). hal ini dapat dilihat dari thitung sebesar 1.391 dengan tingkat signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$. Dengan demikian (Y) diterima. Berdasarkan

uji F, diketahui nilai signifikansi yaitu sebesar 0,000 atau $< 0,05$. Hal ini menunjukkan bahwa secara simultan variabel *independen* kualitas pelayanan (X) jika diterapkan bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Y). Berdasarkan uji koefisien determinasi (R^2), nilai koefisien determinasi dalam penelitian ini sebesar 0,831 atau 83,1%. Hal ini menunjukkan bahwa sebesar 83,1% kepuasan pelanggan dipengaruhi oleh variabel *independent* kualitas pelayanan (X) dan kepuasan pelanggan (Y), sedangkan sisanya sebesar 16,9% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak termasuk dalam model penelitian ini.

Kata kunci : Kualitas pelayanan, Kepuasan pelanggan

LATAR BELAKANG

Ekspedisi merupakan sebuah perusahaan yang bergerak dalam bidang pengiriman barang yang saat ini tumbuh pesat dalam dunia bisnis. Perusahaan dalam bidang ini bersaing untuk memberikan pelayanan terbaik pada pelanggannya baik dalam hal ketepatan waktu, keutuhan barang sampai pada ketepatan barang pada tempat tujuan maupun sistem transaksi pengiriman barang yang berhubungan langsung dengan pelanggan.

Kepuasan pelanggan memiliki peran penting dalam sebuah perusahaan untuk menjalankan usaha baik dalam bentuk barang atau jasa, pasti memiliki target konsumen atau pelanggan tersendiri. Salah satu faktor yang menjadi prioritas adalah pentingnya kepuasan pelanggan pada suatu produk atau jasa yang dimiliki sebuah perusahaan. Pelanggan atau konsumen merupakan unsur terpenting dalam menjalankan bisnis, oleh karena itu, prioritas terkait kepuasan pelanggan merupakan hal utama untuk perusahaan menjalankan bisnisnya. Kepuasan tersebut akan memberikan akibat yang besar pada perusahaan.

Kepuasan pelanggan dipengaruhi banyak faktor salah satunya kualitas produk yang dihasilkan baik kualitas pelayanan yang diberikan, harga produk, atau barang atau jasa yang dihasilkan perusahaan sangatlah menentukan puas tidaknya pelanggan. Kepuasan adalah tanggapan pelanggan atau pengguna jasa untuk setiap pelayanan yang diberikan. Kepuasan pelanggan dapat dikatakan sebagai tolak ukur untuk mengetahui kualitas pelayanan yang diberikan (Hartadi, Nugroho, and Subandi 2022).

Kualitas pelayanan yang baik akan menaikkan tingkat kepuasan seseorang pelanggan. Seseorang yang loyal juga melihat dari kualitas pelayanan yang diberikan sesuai tidaknya pelayanan yang diberikan oleh pemberi layanan, agar pelanggan tidak

kecewa dengan kualitas pelayanan yang diberikan harus jauh lebih baik dari kualitas yang diharapkan oleh pelanggan. (Rosa and Sri, 2017) juga menunjukkan bahwa ada pengaruh positif dari kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini menunjukkan bahwa *service quality* pada jasa pengiriman barang menjadi salah satu pertimbangan yang dapat diciptakan kepuasan pelanggan. Senada dengan hasil penelitian (Prihandoyo, 2019) bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

Menurut (Kotler and Keller, 2009) pengaruh kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa yang ditimbulkan karena membandingkan kinerja produk dengan keinginan yang diharapkan. Pelanggan akan merasa puas jika keinginannya terpenuhi, dan merasa gembira jika harapannya terlampaui. Hal tersebut membuat pelanggan menginginkan kembali untuk kepuasan secara berulang-ulang dan hal inilah yang mengacu loyalitas pelanggan pada akhirnya.

Indah Logistik Cargo didirikan pada tahun 2007 dengan nama PT. Indah Logistik Cargo melayani pengiriman ke seluruh Indonesia. Pendiri Indah Logistik Cargo Ibu. Siti Nurhazizah. Indah group adalah kumpulan beberapa perusahaan yang seluruhnya bergerak dalam usaha jasa angkutan barang dengan tujuan seluruh provinsi dan kabupaten yang ada di Indonesia, serta melayani pengiriman barang di Indah group adalah kumpulan beberapa perusahaan yang seluruhnya bergerak dalam usaha jasa angkutan barang dengan tujuan seluruh provinsi dan kabupaten yang ada di Indonesia.

Saat ini indah group menguasai hampir 100% daerah tujuan pengiriman barang di Indonesia, dari Sabang sampai Merauke. Jumlah kendaraan operasional indah group yang mencapai 1.200 unit serta kantor cabang Indah Group yang tersebar di seluruh provinsi dan kabupaten, membuat Indah Group menjadi salah satu perusahaan jasa angkutan barang yang diperhitungkan di Indonesia. Jangkauan pengiriman barang melalui darat, laut, udara dan *trucking* yang indah group siapkan serta dengan motto perusahaan cepat, tepat dan aman, menjadikan para pelanggan Indah Group lebih mudah dalam menentukan pilihan pengiriman barang dan dokumen di seluruh Indonesia.

Berdasarkan latar belakang yang dikemukakan permasalahan pokok dalam penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut: Apakah Kualitas Pelayanan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan di PT. Indah Logistik Cargo? dan tujuan yang hendak dicapai adalah seperti berikut: untuk menguji kualitas

pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan di PT. Indah Logistik Cargo.

KAJIAN TEORITIS

Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan yang sering dijumpai antara lain kesesuaian dengan persyaratan atau tuntutan, kecocokan untuk pemakaian, perbaikan atau penyempurnaan berkelanjutan, bebas dari kerusakan atau mencacat, pemenuhan kebutuhan pelanggan sejak awal dan setiap saat, melakukan segala sesuatu secara benar dan sesuatu yang membahagiakan pelanggan. (Fandy Ciptono, 2001)

Dimensi Kualitas Pelayanan

Menurut (Rambat Lupiyoadi and Hamdani, 2011) dimensi yang mempengaruhi kualitas pelayanan untuk mengevaluasi kualitas jasa pada pelanggan pada umumnya ada 5 dimensi, diantaranya: 1) *Tangibles* (bukti langsung) adalah bukti nyata dari kepedulian dan perhatian yang diberikan oleh penyedia jasa kepada pelanggan. Pentingnya faktor tangibles ini akan menumbuhkan image penyedia jasa terutama bagi konsumen baru dalam mengevaluasi kualitas jasa. Perusahaan yang tidak memperhatikan fasilitas fisiknya akan menumbuhkan kebingungan atau bahkan merusak image perusahaan. 2) *Reliability* (keandalan) merupakan kemampuan perusahaan untuk melaksanakan jasa sesuai dengan apa yang telah dijanjikan secara tepat waktu. 3) *Responsiveness* (Ketanggapan) yaitu menyikapi keinginan pelanggan bersifat wajib. Pegawai harus memberikan pelayanan yang tanggap dengan harapan dapat menyelesaikan keinginan pelanggan dengan cepat dan akurat. Kecepatan pelayanan tentunya memiliki kesan tersendiri dari pelanggan karena ketanggapan adalah suatu akibat akan dan pikiran yang ditujukan langsung kepada pelanggan. 4) *Assurance* (Jaminan) merupakan pengetahuan dan perilaku employee untuk membangun kepercayaan dan keyakinan pada diri pelanggan dalam konsumsi jasa yang ditawarkan dimensi ini sangat berarti karena mengaitkan asumsi pelanggan terhadap dampak ketidakpastian yang besar terhadap kemampuan penyedia jasa. 5) *Emphaty* (Empati) adalah keahlian perusahaan yang dicoba langsung oleh karyawan buat membagikan atensi kepada pelanggan secara pribadi, tercantum pula kepekaan

akan kebutuhan pelanggan.

Kepuasan Pelanggan

Fitzsimmons mendefinisikan kepuasan pelanggan merupakan faktor terpenting dalam berbagai kegiatan bisnis. Kepuasan pelanggan dalam hal ini adalah persepsi masyarakat akan kenyataan dari realitas yang ada yang dibandingkan dengan harapan-harapan yang ada. Atau adanya perbedaan antara harapan konsumen terhadap suatu pelayanan yang diberikan oleh penyedia (Hartadi and Candra Rini, 2022). Menurut (Kotler and Keller, 2009) jika kinerja memenuhi harapan maka pelanggan puas. Jika kinerja melebihi harapan maka pelanggan amat puas atau senang. Jadi, kepuasan merupakan fungsi dari persepsi atau kesan atas kinerja dan harapan. Jadi, kepuasan merupakan fungsi dari persepsi atau kesan atas kinerja dan harapan. (Tjiptono, 2015) mengidentifikasi ada empat metode mengukur kepuasan pelanggan, yaitu sebagai berikut: 1) sistem keluhan dan saran, 2) *Ghost shopping*, 3) *Lost customer service*, 4) *Survey* kepuasan pelanggan.

Hipotesis

Merupakan jawaban sementara terhadap perumusan masalah penelitian menurut (Sugiyono, 2017). Berdasarkan penjelasan konsep tersebut, maka peneliti mencoba menyimpulkan sesuai dengan variabel- variabel yang akan diteliti maka hipotesis yang akan diajukan dalam penelitian ini adalah: Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan. Berdasarkan definisi tersebut maka perumusan hipotesis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

H1 : Terdapat pengaruh yang signifikan dari kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan

METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif. Metode kuantitatif merupakan salah satu jenis penelitian yang spesifikasi dan sistematis. Pada penelitian ini peneliti mencoba menemukan ada atau tidak pengaruh antara variabel bebas yaitu kualitas pelayanan (X) dan kepuasan pelanggan (Y).

Populasi dan Sampel

Populasi pada penelitian ini adalah semua pelanggan di PT. Indah Logistik Cargo yang

pernah melakukan transaksi minimal tiga kali. Sedangkan teknik pengambilan sampel, dalam penelitian ini menggunakan metode *purposive sampling* sejumlah 60 responden.

Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini menggunakan metode kuesioner, teknik ini merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan seperangkat pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Kuesioner yang digunakan oleh peneliti sebagai instrumen penelitian, metode yang digunakan adalah tertutup. Dengan skala pengukuran yang digunakan untuk mengukur variabel penelitian ini menggunakan skala likert 5 poin. Jawaban responden berupa pilihan dari 5 alternatif yang ada, yaitu : SS : Sangat Setuju (5), S : Setuju (4), N: Netral (3), TS : Tidak Setuju (2), dan STS : Sangat Tidak Setuju(1).

Metode Analisis Data

Uji instrumen penelitian

Terdiri dari uji validitas item digunakan untuk mengukur ketepatan suatu item dalam kuesioner atau skala, apabila item-item dalam kuesioner tersebut sudah tepat dalam mengukur apayang ingin diukur, atau bisa dilakukan penilaian langsung dengan metode korelasi person atau *correted item total correlation*. dan reliabilitas merupakan tingkat kehandalan suatu instrument penelitian. Uji reliabilitas digunakan untuk mengetahui konsistensi alat ukur, apakah alat yang digunakan dapat diandalkan dan tetap konsisten jika pengukuran tersebut diulang.

Uji Hipotesis

(1). Analisis Regresi Liner sederhana adalah untuk mengetahui arah dan seberapa besar pengaruh variabel independent Kualitas pelayanan (X) terhadap variabel dependen kepuasan pelanggan (Y). (2). Uji t bertujuan untuk mengetahui besarnya pengaruh masing-masing variabel independen yaitu kualitas pelayanan (X) terhadap variabel dependen yaitu kepuasan pelanggan (Y). (3). Koefisien determinasi adalah salah satu nilai statistik yang dapat digunakan untuk mengetahui apakah ada pengaruh antara dua variabel.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Waktu dan Lokasi Penelitian

Pelaksanaan penelitian dilaksanakan pada rentang waktu bulan November dan Desember 2022. Penelitian ini dilakukan di PT. Indah Logistik Cargo. Jalan Selokan Mataram Nomor 1 Kaliwaru Condongcatur Kecamatan Depok Sleman Yogyakarta.

2. Proses Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini pengumpulan data dengan penyebaran kuesioner yang telah disiapkan dan di berikan secara *online* melalui whatsapp dan secara langsung diberikan kepada pelanggan yang dituju.

3. Hasil Uji instrumen penelitian

a) Uji validitas

Tabel 1 Hasil Uji Validitas Kualitas Pelayanan (X)

Item Pertayaan	Pearson Corlation	Signifikansi	Keterangan
1	0,559	0,000	Valid
2	0,586	0,000	Valid
3	0,689	0,000	Valid
4	0,669	0,000	Valid
5	0,724	0,000	Valid
6	0,605	0,000	Valid
7	0,728	0,000	Valid

Sumber : data primer diolah, 2023

Hasil dari Tabel 1 diatas disimpulkan bahwa semua item pertayaan yang berjumlah 7 item dinyatakan valid dan dapat digunakan sebagai instrumen penelitian karena berdasarkan hasil uji menggunakan *software* komputer SPSS versi 26 *for windows* menghasilkan signifikansi 0,000 dimana nilai tersebut lebih kecil dari 0,05 atau 5%.

Tabel 2 Hasil Uji Validitas Kepuasan Pelanggan (Y)

Item Pertayaan	Pearson Corlation	Signifikansi	Keterangan
1	0,605	0,000	Valid
2	0,745	0,000	Valid
3	0,797	0,000	Valid
4	0,754	0,000	Valid
5	0,686	0,000	Valid

Sumber : data primer diolah, 2023

Hasil dari Tabel 2 diatas disimpulkan bahwa semua item pertayaan yang berjumlah 5 item dinyatakan valid dan dapat digunakan sebagai instrumen penelitian karena berdasarkan hasil uji menggunakan *software* komputer SPSS

versi 26 for windows menghasilkan signifikansi 0,000 dimana nilai tersebut lebih kecil dari 0,05 atau 5%.

b) Uji reliabilitas

Tabel 3 Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach Alpha (a)	Kesimpulan	Keterangan
Kualitas Pelayanan (X)	0,831	> 0,6	Reliabel
Kepuasan Pelanggan (Y)	0,756	> 0,6	Reliabel

Sumber : data primer diolah, 2023

Berdasarkan Tabel 3 diatas dapat disimpulkan bahwa semua variabel yang terkait dalam penelitian ini yaitu variabel kualitas pelayanan (X) kepuasan pelanggan (Y), dapat dinyatakan reliabel, karena nilai Cronbach Alpha (a) menunjukkan nilai yang >0,6 atau 60%.

4. Uji Hipotesis

a. Uji regresi Linier Sederhana

Analisis ini bertujuan untuk mengetahui arah hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen kualitas pelayanan (X) kepuasan pelanggan (Y) apakah positif atau negatif. Perhitungan analisis regresi linear sederhana ini dilakukan dengan menggunakan alat bantu SPSS versi 26.0 for windows dan diperoleh hasil seperti tabel 4.

Tabel 4 Hasil Uji Regresi Linier

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	1,607	1,155		1,391	0,170
X	0,662	0,039	0,912	16,905	0,000

a. Dependent Variable: Y

Sumber : data primer diolah, 2023

Berdasarkan Tabel 4 diatas maka nilai a (konstanta) adalah 1,607 sedangkan nilai b (koefisien) kualitas pelayanan (X), adalah 0,662 sehingga persamaan adalah sebagai berikut: $Y = 1,607 + 0,662X$.

Koefisien b dinamakan koefisien arah regresi dan menyatakan rata-rata variabel Y untuk setiap perubahan variabel X sebesar satu satuan. Perubahan ini merupakan penambahan bila b bertanda positif dan penurunan b bertanda negatif. Sehingga dari persamaan tersebut dapat diterjemahkan :

- 1) Angka konstan dari *Unstandardized Coefficients* nilainya sebesar 1,607
- 2) Angka koefisien regresi nilainya sebesar 0,662. Angka ini mengandung arti bahwa setiap penambahan 1% tingkat Kualitas Pelayanan (X), maka Kepuasan Pelanggan (Y) akan meningkat sebesar 0,662 jadi kesimpulannya bernilai positif.

b. Uji t (Uji Parsial)

Hasil uji t penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan (X) dan kepuasan pelanggan. Perhitungan pada uji t dapat dilihat pada tabel 4.

- 1) Dasar pengambilan keputusan yang digunakan yaitu sebagai berikut:
 - a) Jika nilai signifikansinya $< 0,05$ (5%) maka hipotesis pertama dan kedua diterima, artinya ada pengaruh antara variabel independen terhadap variabel dependen.
 - b) Jika nilai signifikansinya $> 0,05$ (5%) maka hipotesis pertama dan kedua ditolak, artinya tidak ada pengaruh antara variabel independen terhadap variabel dependen.

2) Kesimpulan

a) Variabel Kualitas pelayanan (X)

Bedasarkan tabel 4 dapat diketahui nilai signifikansi variabel kualitas pelayanan $0,000 < 0,05$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa H1 diterima, yang berarti bahwa kualitas pelayanan tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

b) Berdasarkan tabel 4 dapat diketahui nilai signifikansi variabel kepuasan pelanggan $0,17 > 0,05$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa diterima, yang berarti bahwa kepuasan pelanggan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini sesuai dengan penelitian (Hartadi and Candra Rini 2022) bahwa Kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan

pelanggan.

c. Koefisien Determinasi (R^2)

Tabel 5 Koefisien determinasi

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	0,912 ^a	0,831	0,828	0,67920

Sumber : data primer diolah, 2023

Berdasarkan Tabel 4 dapat diketahui nilai koefisien korelasi R adalah sebesar 0,912^a sangat kuat dan positif. Hal ini berarti jika variabel *independen* kualitas pelayanan (X) mengalami kenaikan, maka variabel *dependen* kepuasan pelanggan (Y) juga akan mengalami kenaikan. Pengujian ini merupakan teknik statistik yang digunakan untuk menunjukkan persentase pengaruh variabel independen kualitas pelayanan (X) kepuasan pelanggan (Y). Hasil uji koefisien determinasi R Square dalam penelitian ini dapat dilihat dalam tabel 4, berdasarkan pengujian regresi linear sederhana pada tabel 4 dapat diketahui bahwa nilai koefisien determinasi R Square adalah 0,831 hal ini menunjukkan bahwa 83,1%, variabel kepuasan pelanggan (Y) dipengaruhi oleh variabel kualitas pelayanan (X), sedangkan 16,9% dipengaruhi variabel lainnya

KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan uji t untuk variabel kualitas pelayanan (X) berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Y) sehingga hipotesis pertama (H1) diterima. Sedangkan hasil pengujian regresi linear sederhana diketahui bahwa nilai koefisien determinasi R square adalah sebesar 0,831 hal ini menunjukkan bahwa 83,1% variabel kepuasan pelanggan (Y) dipengaruhi oleh variabel kualitas pelayanan (X), sedangkan sisanya sebesar 16,9% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak termasuk dalam model penelitian ini. Untuk penelitian berikutnya, dapat menguji dengan menambahkan variabel lain misalnya keragaman produk, harga produk, dan melibatkan sampel yang lebih besar dan beragam.

DAFTAR REFERENSI

- Fandy Ciptono. 2001. *Manajemen Jasa*. 2nd ed. Yogyakarta.
- Hartadi, Agung, and Ika Tirta Candra Rini. 2022. "Hubungan Mutu Pelayanan Dengan Kepuasan Pelanggan Batik (Studi Kasus Di Quina Batik)." *Jurnal Bisnis, Manajemen, Dan Akuntansi* 9(2):194. doi: 10.54131/jbma.v9i2.146.
- Hartadi, Agung, Nurhadi Nugroho, and Subandi. 2022. "ALBAMA: Jurnal Bisnis Administrasi Dan Manajemen." 15(2):52–62. doi: <https://doi.org/10.56606/albama.v15i2.86>.
- Kotler, Philip, and Kevin Lane Keller. 2009. *Marketing Management*. 13th ed. Upper Saddle River, N.J. : Pearson Prentice Hall.
- Prihandoyo, Cornelius. 2019. "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Jne Cabang Balikpapan." *Jurnal GeoEkonomi* 10(1):116–29. doi: 10.36277/geoekonomi.v10i1.59.
- Rambat Lupiyoadi, Dedy, and A. Hamdani. 2011. *Manajemen Pemasaran Jasa*. 2nd ed. Jakarta: Salemba Empat.
- Rosa, Indah Yuni, and Suryoko Sri. 2017. "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Pada Pengguna Jasa Pengiriman Barang Kantor Pos Semarang)." *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis* 6(024):523–33.
- Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Bisnis: Pendekatan Kuantatif, Kualitatif, Kombinasi, Dan R&D*. 1st ed. edited by S. Y. Suryani. Bandung: Alfabeta.
- Tjiptono, Fandy. 2015. *Strategi Pemasaran*. 4th ed. Andi Yogyakarta.