
Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Konsumen Pada PT Mitra Dewata Sukses (J&T Express)

Putu Bela Aliani Putri ⁽¹⁾

I Wayan Suartina ⁽²⁾

⁽¹⁾⁽²⁾ Prodi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Bisnis dan Pariwisata, Universitas Hindu Indonesia,
email: Bellaaliani60@gmail.com

ABSTRACT

Consumer goals play an important role for the life and development of a company, as well as a product because consumers ultimately decide to choose at least one choice between the two available options. consumer goals can be determined by the quality of service provided and the brand image owned by a company. The purpose of this study was to determine the effect of service quality and brand image on consumer satisfaction. This research was conducted at PT Mitra Dewata Sukses (J&T Express) in North Denpasar with a total population of 351,368 consumers. Determining the number of samples was done by accidental sampling method and using the Slovin formula so that the number of samples was determined to be 100 people. Primary data collection is done by using a questionnaire. Hypothesis testing is done by using multiple linear regression analysis. Based on the results of the analysis, it can be found that (1) service quality has a positive and significant effect on consumer satisfaction, (2) brand image has a positive and significant effect on customer satisfaction, (3) service quality and brand image have a positive and significant effect on customer satisfaction.

Keywords: *Service Quality; Brand Image; Consumer Satisfaction*

ABSTRAK

Kepuasan konsumen memegang peranan penting bagi kelangsungan hidup dan perkembangan suatu perusahaan, begitu juga dengan sebuah produk karena konsumen pada akhirnya memutuskan untuk memilih setidaknya satu pilihan di antara minimal dua pilihan yang tersedia. Kepuasan konsumen dapat dipengaruhi oleh kualitas pelayanan yang diberikan dan citra merek yang dimiliki oleh suatu perusahaan. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dan citra merek terhadap kepuasan konsumen. Penelitian ini dilakukan di PT Mitra Dewata Sukses (J&T Express) di Denpasar Utara dengan jumlah populasi sebanyak 351.368 konsumen. Penentuan jumlah sampel dilakukan dengan metode *accidental sampling* dan menggunakan rumus slovin sehingga ditetapkan jumlah sampel sebanyak 100 orang. Pengumpulan data primer dilakukan dengan menggunakan kuisioner. Pengujian hipotesis dilakukan dengan menggunakan analisis regresi linear berganda. Berdasarkan hasil analisis maka dapat disimpulkan (1) kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen, (2) citra merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen, (3) kualitas pelayanan dan citra merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Kata kunci: *Kualitas Pelayanan; Citra Merek; Kepuasan Konsumen*

Pendahuluan

Salah satu bisnis yang dewasa ini berkembang pesat dan memiliki potensi berkembang yang cukup besar adalah bisnis jasa kurir atau pengiriman barang merupakan. Perusahaan jasa pengiriman barang pada saat ini telah menjadi kebutuhan utama karena masyarakat menganggap bahwa dengan adanya jasa pengiriman barang, proses pengiriman barang akan berlangsung dengan sangat cepat. Perkembangan jasa kurir pengiriman barang saat ini telah diwarnai dengan berbagai macam persaingan disegala bidang. Setiap konsep perusahaan tersebut memiliki ciri khas yang berbeda-beda guna untuk meningkatkan kepuasan konsumen. Memberikan nilai dan kepuasan kepada konsumen melalui penyampaian produk dan jasa yang berkualitas merupakan kunci utama perusahaan agar dapat memenangkan persaingan (Rahman, 2018). Menurut Tjiptono (2018) guna dapat meningkatkan kepuasan konsumen, perusahaan harus dapat memberikan pelayanan yang berkualitas.

PT Mitra Dewata Sukses (J&T Express) merupakan perusahaan yang bergerak di bidang jasa pelayanan ekspedisi pengiriman barang, dimana sistemnya menggunakan sistem sentralisasi untuk pendistribusian dan penerimaan paket, sekaligus melakukan pengiriman paket. J&T Express memiliki jangkauan luas se-Indonesia dan penyebaran konter J&T di seluruh wilayah Indonesia berbeda dengan jasa kurir lainnya, jika biasanya dalam kecamatan bisa ditemui 1 atau 2 konter dengan sistem *franchise*, maka perusahaan J&T lebih fokus satu konter untuk satu kecamatan, dengan sistem satu konter satu kurir J&TExpress pun mampu menjangkau seluruh wilayah indonesia tanpa melalui perantara, yang artinya mereka memang berkomitmen langsung menyapa para konsumen dan memberikan rasa aman bagi pengirim dan penerima paket. Adapun jumlah pengguna jasa layanan PT. Mitra Dewata Sukses (J&T Express) di Denpasar Utara tahun 2017-2020 sebagai berikut.

Tabel 1. Pengguna Jasa Layanan PT. Mitra Dewata Sukses (J&T Express) di Denpasar Utara Tahun 2017-2020

No	Tahun	Jumlah Pengguna jasa
1	2017	210.291
2	2018	247.391
3	2019	390.201
4	2020	351.368

Sumber: PT.Mitra Dewata Sukses (J&T Express) di Denpasar Utara, (2021)

Berdasarkan data pada Tabel 1., dapat diketahui bahwa jumlah pengguna PT.Mitra Dewata Sukses (J&T Express) di Denpasar Utara pada tahun 2020 mengalami penurunan yang cukup signifikan dimana penurunan jumlah konsumen tersebut diduga karena rendahnya kualitas pelayanan pada PT.Mitra Dewata Sukses (J&T Express) di Denpasar Utara sehingga kepuasan

konsumen belum dapat tercapai. Hal tersebut didukung dengan adanya beberapa keluhan dari konsumen mengenai kualitas pelayanan yang kurang baik dimana hal ini menimbulkan dampak negatif terhadap kepuasan konsumen. Berikut ini disajikan tabel keluhan konsumen J&T Express di Denpasar Utara periode tahun 2017-2020.

Tabel 2. Keluhan Konsumen PT. Mitra Dewata Sukses (J&T Express) di Denpasar Utara Tahun 2017-2020

No	Periode (tahun)	Keluhan Konsumen (Orang)
1	2017	1.120
2	2018	1.590
3	2019	3.246
4	2020	4.122

Sumber: PT.Mitra Dewata Sukses (J&T Express) di Denpasar Utara, (2021)

Berdasarkan Tabel 2, dapat diketahui bahwa keluhan konsumen terus mengalami peningkatan selama periode 2017 hingga 2020 dimana keluhan konsumen tertinggi yaitu pada tahun 2020 sebanyak 4.122 keluhan. Adapun keluhan konsumen diantaranya adalah: (1) Paket yang dikirimkan tidak tepat waktu, (2) pengembalian paket yang tidak terkirim karena alamat tidak jelas di infokan oleh pengirim dalam jangka waktu yang lama, (3) paket yang berbentuk makanan terkadang sampai di penerima dalam keadaan rusak, (4) karyawan yang melayani konsumen dengan proses yang tidak ramah dan sopan, (5) karyawan yang melayani konsumen dengan proses pelayanan yang lama, sehingga menyebabkan konsumen menunggu terlalu lama hal tersebut menyebabkan rendahnya kepuasan konsumen. Disamping itu, dengan ketatnya persaingan antar pelaku bisnis pengiriman barang membuat setiap perusahaan jasa pengiriman barang berlomba-lomba membentuk citra merek yang baik demi terwujudnya kepuasan konsumen yang pada akhirnya berdampak pada peningkatan volume penjualan.

Berdasarkan fenomena dan permasalahan yang telah diuraikan, maka dapat dirumuskan tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dan citra merek terhadap kepuasan konsumen pada PT Mitra Dewata Sukses (J&T Express) di Denpasar Utara. Literatur terkait dengan variabel-variabel yang diteliti dalam penelitian ini dapat dipaparkan sebagai berikut:

Kualitas pelayanan dapat diartikan sebagai suatu perbandingan antara pelayanan yang diharapkan dengan pelayanan yang dirasakan dimana jika pelayanan yang diterima atau dirasakan sesuai dengan diharapkan maka kualitas pelayanan akan dipersepsikan baik dan memuaskan (Purbasari dan Permatasari, 2018). Adapun faktor-faktor yang mempengaruhi kualitas pelayanan menurut Fauzi dan Mandala (2019) yaitu: 1) Kemampuan karyawan dalam memberikan pelayanan; 2) Pola manajemen perusahaan; 3) Pembangunan sumber daya manusia; 4)

Keselarasannya hubungan kerja; 5) Motivasi kerja karyawan; 6) Kebijakan pemberian insentif. Indikator kualitas pelayanan dapat diukur berdasarkan: 1) Bukti Fisik; 2) Keandalan; 3) Daya Tanggap; 4) Jaminan; 5) Empati (Tjiptono, 2018).

Citra merek dapat diartikan sebagai ingatan yang berasal dalam pikiran konsumen terhadap suatu barang yang bersifat positif maupun bersifat negatif, jika suatu merek bersifat positif maka konsumen lebih yakin terhadap produk tersebut dapat memberikan manfaat yang lebih bagi konsumen karena produk tersebut sudah di kenal oleh masyarakat luas, dan begitupun sebaliknya jika merek bersifat negatif maka kepercayaan konsumen terhadap barang tersebut akan rendah dan konsumen akan mempertimbangkan ketika ingin membeli produk tersebut (Auliannisa Gifani dan Syahputra, 2017). Dalam pengembangannya, citra merek dapat diukur dengan empat indikator yaitu: 1) Pengakuan; 2) Reputasi; 3) Ikatan emosional; 4) Jangkauan wilayah (Fadli *et al.*, 2020)

Kepuasan konsumen dapat diartikan sebagai hasil penilaian konsumen terhadap keunggulan suatu produk atau jasa yang ditawarkan perusahaan yang dapat memenuhi standar, harapan dan kebutuhan konsumen (Lubis dan Andayani, 2018). Zeithaml *et al.*, (2016) mengemukakan bahwa kepuasan konsumen dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor sebagai berikut : 1) Kualitas pelayanan; 2) Kualitas produk; 3) Harga; 4) Faktor situasi dan personal. Untuk mengukur kepuasan konsumen dapat digunakan beberapa indikator yaitu: 1) Kesesuaian harapan; 2) Minat berkunjung kembali; 3) Ketersediaan merekomendasikan (Tjiptono, 2018).

Berdasarkan hasil telaah literatur mengenai variabel-variabel yang diduga mempengaruhi kepuasan konsumen maka dapat dirumuskan hipotesis pada penelitian sebagai berikut:

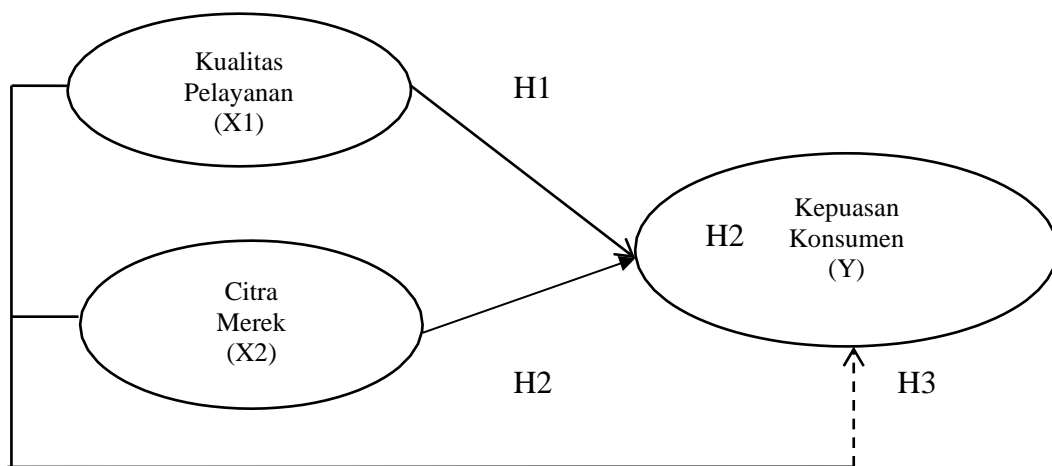
H1 : Kualitas pelayanan secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada PT. Mitra Dewata Sukses (J&T Express) di Denpasar Utara.

H2 : Citra merek secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada PT. Mitra Dewata Sukses (J&T Express) di Denpasar Utara.

H3 : Kualitas pelayanan dan citra merek secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada PT. Mitra Dewata Sukses (J&T Express) di Denpasar Utara.

Metode Penelitian

Berdasarkan hasil kajian penelitian terdahulu yang relevan dan erat kaitannya dengan permasalahan yang akan diteliti menjelaskan bahwa kualitas pelayanan dan citra merek memiliki pengaruh terhadap kepuasan konsumen secara positif dan signifikan, maka kerangka berpikir dalam penelitian ini dapat digambarkan sebagai berikut.



Gambar 1. Kerangka Berpikir

Sumber: Rahman (2018)

Penelitian ini berlokasi di PT. Mitra Dewata Sukses (J&T Express) yang berlokasi di Jalan Ahmad Yani Utara, Dauh Puri Kaja, Kec. Denpasar Utara. Lokasi penelitian ini dipilih karena ditemukan permasalahan yang mengindikasikan rendahnya kepuasan konsumen yang diduga disebabkan oleh kualitas pelayanan yang dianggap belum sesuai dengan harapan konsumen dan masih belum terciptanya citra merek positif di benak konsumen. Penelitian ini menggunakan 2 (dua) variabel bebas yaitu kualitas pelayanan (X1) dan citra merek (X2) dan 1 (satu) variabel terikat yaitu kepuasan konsumen (Y). Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen yang menggunakan jasa layanan PT. Mitra Dewata Sukses (J&T Express) di Denpasar Utara berjumlah sebanyak 351.368 konsumen pada tahun 2020 dengan penentuan sampel menggunakan metode *accidental sampling* dan penentuan jumlah sampel diambil menggunakan rumus Slovin sehingga besarnya sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebanyak 100 orang. Metode pengumpulan data dalam penelitian ini dengan melakukan penyebaran kuisioner. Teknik analisis data yang digunakan pada penelitian ini adalah model regresi linear berganda.

Hasil Penelitian dan Pembahasan

Teknik analisa dalam penelitian ini menggunakan analisis regresi linear berganda. Berikut ini merupakan hasil analisis regresi linear berganda.

Tabel 3. Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	8,167	2,053		3,978	,000
Kualitas Pelayanan	,199	,097	,187	2,046	,043
Citra Merek	,474	,092	,468	5,126	,000

a. Dependent Variable: Kepuasan konsumen

Sumber: data diolah, (2022)

Berdasarkan hasil analisis regresi pada Tabel 3, didapatkan nilai konstanta sebesar 8,167, nilai koefisien regresi kualitas pelayanan (X1) sebesar 0,199 dan nilai koefisien regresi citra merek (X2) sebesar 0,474. Model regresi yang terbentuk adalah sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 \dots \dots \dots (1)$$

$$Y = 8,167 + 0,199X_1 + 0,474X_2 \dots \dots \dots (2)$$

Tabel 4. Hasil Uji t

Model	T	Sig.
1 (Constant)	3,978	,000
Kualitas Pelayanan	2,046	,043
Citra Merek	5,126	,000

a. Dependent Variable: Kepuasan konsumen

Sumber: data diolah, (2022)

1. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen

Hipotesis pertama menyatakan bahwa secara parsial pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen adalah positif dan signifikan. Berdasarkan tabel 4., nilai $t_{hitung} (2,046) > t_{tabel} (1,985)$ dan nilai Sig. $(0,043) < \alpha (0,05)$ sehingga H_0 ditolak dan H_1 diterima. Hasil ini berarti apabila terdapat peningkatan kualitas pelayanan maka akan mengakibatkan terjadinya peningkatan kepuasan konsumen karyawan pada PT. Mitra Dewata Sukses (J&T Express) di Denpasar Utara. Peningkatan kepuasan konsumen karyawan dapat diupayakan dengan meningkatkan indikator-indikator yang terkandung dalam kualitas pelayanan seperti meningkatkan kinerja karyawan dalam melayani konsumen, karyawan bersikap ramah dan tidak membedakan konsumen, karyawan cepat tanggap dalam merespon keluhan konsumen, karyawan memahami dengan baik mengenai produk yang ditawarkan perusahaan sehingga dapat menjelaskan dengan baik kepada konsumen sehingga dapat meningkatkan kepuasan konsumen. Hasil penelitian ini didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Roselina dan Niati (2019), Gunardi dan Erdiansyah (2019), Arifki dan Nurtjahjani (2018) yang menyatakan kepuasan konsumen dapat dipengaruhi oleh kualitas pelayanan secara positif dan signifikan

2. Pengaruh Citra Merek Terhadap Kepuasan Konsumen

Hipotesis kedua menyatakan bahwa secara parsial pengaruh citra merek terhadap kepuasan konsumen adalah positif dan signifikan. Berdasarkan tabel 4., nilai $t_{hitung} (5,126) > t_{tabel} (1,985)$ dan nilai Sig. $(0,000) < \alpha (0,05)$ sehingga H_0 ditolak dan H_2 diterima. Hasil ini berarti apabila terdapat peningkatan citra merek maka akan mengakibatkan terjadinya peningkatan kepuasan konsumen pada PT. Mitra Dewata Sukses (J&T Express) di Denpasar Utara. Peningkatan kepuasan konsumen pada PT. Mitra Dewata Sukses (J&T Express) di Denpasar Utara dapat diupayakan dengan meningkatkan indikator-indikator yang terkandung dalam citra merek seperti

memberikan jaminan keselamatan barang sehingga konsumen memiliki kepercayaan yang tinggi terhadap PT Mitra Dewata Sukses (J&T Express) di Denpasar Utara dan reputasi PT Mitra Dewata Sukses (J&T Express) di Denpasar Utara akan semakin baik dan kepuasan konsumen PT Mitra Dewata Sukses (J&T Express) di Denpasar Utara akan semakin meningkat. Hasil penelitian ini didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Dwi dan Safavi (2021) serta Rahman (2018) yang menyatakan bahwa citra merek mampu mempengaruhi kepuasan konsumen secara positif dan signifikan.

Tabel 5. Hasil Uji Statistik F

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	111,083	2	55,541	13,741	.000 ^b
	Residual	392,077	97	4,042		
	Total	503,160	99			

a. Dependent Variable: Kepuasan konsumen

b. Predictors: (Constant), Citra merek, Kualitas pelayanan

Sumber: Data diolah, (2022)

Berdasarkan Tabel 5, menunjukkan bahwa nilai F-hitung adalah sebesar $13,741 > F\text{-tabel}$ sebesar 2,699 dan signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$ yang artinya kualitas pelayanan dan citra merek secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen, sehingga hipotesis ketiga dapat diterima. Dengan demikian apabila konsumen memiliki persepsi bahwa pelayanan yang diberikan PT Mitra Dewata Sukses (J&T Express) di Denpasar Utara memiliki kualitas yang tinggi dan telah sesuai dengan harapan disertai adanya citra merek yang baik dalam benak konsumen maka akan dapat meningkatkan kepuasan konsumen karyawan pada PT Mitra Dewata Sukses (J&T Express) di Denpasar Utara.

Simpulan

Berdasarkan hasil analisis penelitian dan hasil pembahasan yang telah dilakukan, maka dapat ditarik beberapa kesimpulan, yaitu: 1) pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada PT Mitra Dewata Sukses (J&T Express) di Denpasar Utara secara parsial adalah positif dan signifikan; 2) pengaruh citra merek terhadap kepuasan konsumen pada PT Mitra Dewata Sukses (J&T Express) di Denpasar Utara secara parsial adalah positif dan signifikan; 3) pengaruh kualitas pelayanan dan citra merek terhadap kepuasan konsumen pada PT Mitra Dewata Sukses (J&T Express) di Denpasar Utara secara simultan adalah positif dan signifikan.

Berdasarkan hasil kesimpulan, maka saran yang dapat diberikan kepada PT Mitra Dewata Sukses (J&T Express) di Denpasar Utara adalah sebagai berikut: 1) manajemen PT Mitra Dewata Sukses (J&T Express) di Denpasar Utara diharapkan dapat meningkatkan kecepatan pelayanan

dengan membekali karyawan bagaimana cara melayani konsumen dengan ramah dan dengan cepat dan tanggap; 2) PT Mitra Dewata Sukses (J&T Express) di Denpasar Utara diharapkan dapat lebih memperhatikan sikap karyawan yang perlu diambil ketika konsumen datang bahkan melayani konsumen sesuai antrian. Kemudian karyawan atau petugas PT Mitra Dewata Sukses (J&T Express) di Denpasar Utara lebih mengutamakan kepentingan konsumen, memberikan perhatian kepada konsumen, dan merespon kebutuhan-kebutuhan yang konsumen inginkan, sehingga dapat mengurangi komplain dari konsumen dan akan meningkatkan kepuasan konsumen; 3) PT Mitra Dewata Sukses (J&T Express) di Denpasar Utara dapat lebih memperhatikan keamanan dan menjaga kepercayaan konsumen misalnya dengan bersedia mengganti kerugian bila kesalahan memang terjadi pada pihak perusahaan.

Daftar Pustaka

- Arifki, A. F., dan Nurtjahjani, F. (2018). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Di Alfabeth Store Pasuruan. *Jurnal Aplikasi Bisnis*, 4(2), 281–285.
- Auliannisa Gifani, dan Syahputra. (2017). Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk Smartphone Oppo Pada Mahasiswa Universitas Telkom. *Bisnis Dan Iptek*, 10(2), 84.
- Dwi, V., dan Safavi, R. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Konsumen Kartu Prabayar. *Jurnal Manajemen*, 13(1), 142–150.
- Erida, Indrawijaya, S., dan Abdilah, D. (2020). Pengaruh Kualitas Produk Dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Konsumen Produk Kaos Merek Jakoz. *Jurnal Manajemen Terapan Dan Keuangan*, 9(1), 23–33.
- Fadli, A., Sugina, S., dan Rahmadona, T. (2020). Pengaruh Citra Merek Dan Lokasi Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Pt Multi Karya Perkasa. *Jurnal Manajemen Retail Indonesia*, 1(2), 89–99.
- Fauzi, M. R., dan Mandala, K. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, Dan Inovasi Produk Terhadap Kepuasan Untuk Meningkatkan Loyalitas Pelanggan. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 8(11), 6741.
- Gunardi, C. G., dan Erdiansyah, R. (2019). Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan Restoran Mangkok Ku. *Prologia*, 3(2), 456.
- Hasibuan, M. S. . (2017). *Manajemen Sumber Daya Manusia* (Edisi Revi). Bumi Aksara.
- Jananuraga, P. G., dan Ni Putu Nina Eka Lestari. (2020). Iklan, Citra Merek, Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen dan Keputusan Pembelian. *Jurnal Manajemen Bisnis*, 17 (1)(1), 133–149.
- Kotler, P. dan G. A. (2008). *Prinsip-prinsip Pemasaran* (Edisi 12). Erlangga.
- Lubis, A. S., dan Andayani, N. R. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan (Service Quality) Terhadap Kepuasan Pelanggan Pt. Sucofindo Batam. *Journal of Applied Business Administration*, 1(2), 232–243.
- Noviyanti, I. (2019). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada CV Usaha Mandiri Jakarta Selatan. *Jimf (Jurnal Ilmiah Manajemen Forkamma)*, 1(2).
- Purbasari, D. M., dan Permatasari, D. L. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Pembelian Ulang. *Jurnal Inspirasi Bisnis Dan Manajemen*, 2(1), 43.
- Qalbi, M. A., Hakam, M. S., dan Djudi, M. (2016). Pengaruh Kompensasi Terhadap Perestasi Kerja Karyawan (Studi Pada Karyawan Supir Truk PT. Dwi Raksa Supplier and

- Transporter). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 40(2), 1–7.
- Rahman, A. B. M. J. B. Z. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Citra Merek terhadap Kepuasan Konsumen Mobil Ford. *SEIKO: Jurnal of Management and Businessf Management and Business*, 2(1), 1–10.
- Rivai, A. K., Suneni, dan Febrilia, I. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga Dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Konsumen Pengguna Transportasi Ojek Online Grab. *Riset Manajemen Sains Indonesia (JRMSI)*, 10(1), 204–225.
- Roselina, M. A., dan Niati, A. (2019). Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Dan Promosi Terhadap Kepuasan Konsumen Elsa Hijab Semarang. *Majalah Ilmiah Solusi*, 17(3), 221–234.
- Sadjab, M. R., Supandi, A., dan Sumarauw, J. S. . (2016). Pengaruh Kompensasi (Finansial Dan Non Finansial) Terhadap Prestasi Kerja Karyawan Djkn Sullutenggomalut. *Jurnal EMBA*, 4(3), 760–770.
- Sriandani, L., Lie, D., Efendi, dan Halim, F. (2018). Pengaruh Citra Merek (Brand Image) Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada PT Fifgroup Pos Spektra Pematangsiantar. *Jurnal MAKER*, 4(1), 1–9.
- Suartina, I. W., Mahayasa, I. A., Tuty, T. I., & Wilyadewi, I. I. D. A. Y. (2019). Peningkatan Kualitas Layanan, Kinerja Karyawan Dan Kepuasan Konsumen Melalui Pelatihan Softskill (Program Pengabdian Kepada Masyarakat Pada BKS LPD Ubud). *Jurnal Sewaka Bhakti*, 2(1), 8-20.
- Tjiptono, F. (2018). *Strategi Pemasaran (EDISI Empat)*. Andi Offset.
- Tombokan, F., Kawet, L., dan Uhing, Y. (2015). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Citra Merek Terhadap Kepuasan Konsumen Pengguna Taplus Bni Kantor Cabang Utama Manado. *Jurnal EMBA*, 3(3), 552–561.
- Widiantara, I. W., dan Trianasari. (2021). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Toyota Avanza Di Singaraja. *Bisma: Jurnal Manajemen*, 7(1), 122–131.
- Widiaswara, T., dan Sutopo. (2017). Analisis Pengaruh Kualitas Produk dan Citra Merek terhadap Loyalitas Pelanggan melalui Kepuasan Pelanggan sebagai Variabel Intervening (Studi pada Pelanggan Air Minum Dalam Kemasan Club di Semarang). *Diponegoro Journal Of Management*, 6(4), 1–15.
- Zeithaml, V. A., Bitner, M. J., dan Gremler, D. D. (2013). *Services Marketing: Integrating Customer Focus Across the Firm* (Edisi Enam). Mc.Graw-Hill.
- Zuhdi, S., dan Irawanti, S. (2020). Pengaruh Diferensiasi Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Tingkat Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Di Restoran Roast Chicken dan Pizza Meteran). *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan*, 4(1), 022–027.