

# Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan *Customer Bonding* Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada PT Jiki Wilayah Up3 Bali Utara

Ngurah Gede Valentino Putra <sup>(1)</sup>

Putu Yudy Wijaya <sup>(2)</sup>

I Komang Gede <sup>(3)</sup>

<sup>(1)(2)(3)</sup>Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi Bisnis dan Pariwisata, Universitas Hindu Indonesia

e-mail: [Ngurahvalentino17@gmail.com](mailto:Ngurahvalentino17@gmail.com)

## ABSTRACT

*The purpose of this study was to determine the effect of service quality and customer bonding on customer loyalty. This research was conducted at PT JIKI UP3 Region North Bali. The number of samples taken was 100 customers, using the non-probability sampling method, especially purposive sampling. Data collection was carried out by distributing questionnaires and obtained with the help of the SPSS 26 forwindows program. The analysis technique used is multiple linear regression. The results showed that the service quality variable had a positive and significant effect on customer loyalty, as evidenced by the calculation of the t-test  $T_{count} > T_{table}$  ( $3.952 > 1.661$ ) and a significance value of  $0.000 < 0.05$  so that  $H_0$  was rejected and  $H_a$  was accepted. The customer bonding variable has a positive and significant effect on customer loyalty as evidenced by the calculation of the t-test test, the value of  $T_{count} > T_{table}$  ( $2.111 > 1.661$ ) and a significance value of  $0.037 < 0.05$ , so that  $H_0$  is rejected and  $H_a$  is accepted. Based on the results of the F-Test test, it shows that, the calculation of the value of  $F_{count} > F_{table}$  ( $38.276 > 3.090$ ) and the significance value obtained is  $0.000 < 0.05$  so that  $H_0$  is rejected and  $H_a$  is accepted, and service quality and customer bonding 71.8% affect loyalty customer. Based on these results, it can be concluded that service quality and customer bonding have a positive and significant effect both partially and simultaneously on customer loyalty. So by improving the quality of service and customer bonding can increase customer loyalty to the company.*

**Keywords:** *Service Quality, Customer Bonding, Customer Loyalty*

## ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dan *customer bonding* terhadap loyalitas pelanggan. Penelitian ini dilaksanakan di PT JIKI Wilayah UP3 Bali Utara. Jumlah sampel yang diambil sebanyak 100 orang pelanggan, dengan metode *non-probability sampling*, khususnya *purposive sampling*. Pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner dan diolah dengan bantuan program *SPSS 26 forwindows*. Teknik analisis yang digunakan adalah regresi linear berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan diperoleh berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan, dibuktikan dengan perhitungan uji t-Test nilai  $T_{hitung} > T_{tabel}$  ( $3,952 > 1,661$ ) dan nilai signifikansi  $0,000 < 0,05$  sehingga  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Variabel *customer bonding* berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan dibuktikan dari perhitungan uji t-Test nilai  $T_{hitung} > T_{tabel}$  ( $2,111 > 1,661$ ) dan nilai signifikansi  $0,037 < 0,05$ , sehingga  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Berdasarkan hasil uji F-Test, menunjukkan bahwa, perhitungan nilai  $F_{hitung} > F_{tabel}$  ( $38,276 > 3,090$ ) serta nilai signifikansi yang diperoleh sebesar  $0,000 < 0,05$  sehingga  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, serta kualitas pelayanan dan *customer bonding* 71,8% mempengaruhi loyalitas pelanggan. Berdasarkan hasil penelitian tersebut, dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan dan *customer bonding* berpengaruh positif dan signifikan baik secara parsial maupun simultan terhadap loyalitas pelanggan. Sehingga dengan meningkatkan kualitas pelayanan dan *customer bonding* dapat meningkatkan loyalitas pelanggan terhadap perusahaan.

**Kata Kunci:** *Kualitas Pelayanan, Customer Bonding, Loyalitas Pelanggan*

## Pendahuluan

Penelitian ini dilaksanakan di PT. Jasa Inspeksi Kelistrikan Indonesia (JIKI) Wilayah UP3 Bali Utara yang merupakan perusahaan yang bergerak dibidang pemeriksaan dan pengujian instalasi pemanfaatan tenaga listrik tegangan rendah yang berdiri sejak 2017. PT. JIKI Wilayah UP3 Bali Utara memiliki cita-cita perusahaan yang tertuang dalam visi dan misi, yakni visi PT. JIKI Wilayah UP3 Bali Utara adalah menjadi suatu perusahaan yang bergerak di bidang ketenagalistrikan yang mampu menjadi pelopor guna terwujudnya “Keselamatan Ketenagalistrikan” pada Instalasi Pemanfaat Tenaga Listrik Tegangan Rendah Sehingga diakui sebagai perusahaan yang berkembang, unggul dan terpercaya berdasarkan kualitas. Sedangkan misinya yakni: 1) Mendukung dan melaksanakan program Keselamatan Ketenagalistrikan untuk pemeriksaan dan pengujian instalasi pemanfaatan tenaga listrik tegangan rendah, 2) Memastikan kegiatan usaha ketenagalistrikan memenuhi syarat Aman, Andal dan Akrab Lingkungan, 3) Mengupayakan Agar Tenaga Listrik menjadi pendorong kegiatan ekonomi. Perusahaan yang berlokasi di Jalan Cendrawasih Nomor 5, Banjar Satria, Kecamatan Jembrana, Kabupaten Jembrana ini telah beroperasi selama kurang lebih 6 tahun. Perusahaan ini dipimpin oleh Ibu Desak Nyoman Alit sebagai Manajer Wilayah UP3 Bali Utara.

Strategi menjaga agar pelanggan tetap loyal dan setia pada perusahaan merupakan hal yang penting untuk diperhatikan dalam mempertahankan pelanggan untuk tetap menggunakan jasa inspeksi kelistrikan dan pembuatan Surat Laik Operasi (SLO) di PT. JIKI Wilayah UP3 Bali Utara. Oleh karena itu, menjaga kualitas pelayan dan membentuk hubungan baik atau *customer bonding* dengan pelanggan merupakan hal yang penting untuk diperhatikan. Persaingan bisnis merupakan hal yang lumrah terjadi di era pasar bebas sekarang ini. Berdasarkan data global terkait usaha di bidang jasa inspeksi kelistrikan, dijabarkan sebuah data yang menggambarkan pangsa pasar index jasa inspeksi kelistrikan wilayah UP3 Bali Utara pada tahun 2019-2020 dapat dilihat sebagai berikut:

**Tabel 1. Pangsa Pasar Jasa Inspeksi Kelistrikan di Wilayah UP3 Bali Utara**

| Perusahaan   | Pangsa Pasar |      |
|--------------|--------------|------|
|              | 2021         | 2022 |
| PT. KONSUIL  | 29%          | 30%  |
| PT. JIKI     | 25%          | 27%  |
| PT. TRIPEL I | 16%          | 17%  |
| PT. PPILN    | 10%          | 11%  |
| PT. PILAR    | 8%           | 9%   |
| Lainnya      | 12%          | 6%   |

(Sumber: Data PLN ULP Negara. 2021)

Tabel 1.1 menunjukkan adanya persaingan antara perusahaan jasa penyedia SLO (Sertifikat Laik Operasi) pada tahun 2019-2020. Diantara perusahaan di atas, PT. KONSUIL menguasai pangsa pasar jasa inspeksi kelistrikan wilayah UP3 Bali Utara. Pangsa pasar PT. JIKI meskipun telah mengalami peningkatan pada tahun 2020, namun PT. JIKI belum mampu menguasai pangsa pasar di wilayah UP3 Bali Utara. Gencaran pesaing saat ini perlu mendapatkan perhatian yang lebih oleh perusahaan guna mengupayakan agar eksistensi perusahaan dapat tetap terjaga dan dapat terus mengikat pelanggan agar senantiasa loyal dan tidak terpengaruh dengan perusahaan pesaing.

**Tabel 1. Perkembangan Penjualan PT. JIKI Tahun 2021-2022**

| Tahun | Bulan Ke- |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |
|-------|-----------|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|
|       | 1         | 2  | 3  | 4  | 5  | 6  | 7  | 8  | 9  | 10 | 11 | 12 |
| 2021  | 47        | 42 | 54 | 53 | 62 | 67 | 70 | 64 | 67 | 70 | 68 | 71 |
| 2022  | 55        | 60 | 59 | 63 | 67 | 69 | 73 | 75 | 70 | 72 | 75 | 77 |

(Sumber: PT. JIKI Wilayah UP3 Bali Utara. 2023)

Dari tabel data di atas dapat dilihat bahwa penjualan atau penerbitan SLO di PT. JIKI wilayah UP3 Bali Utara mengalami peningkatan dari tahun 2019 hingga 2020. Akan tetapi, terjadi penurunan di tahun 2019 pada bulan Februari, April, Agustus, dan November. Sedangkan pada tahun 2020 penjualan juga mengalami penurunan pada bulan Maret dan September. Hal ini menandakan bahwa PT. JIKI wilayah UP3 Bali Utara dituntut untuk meningkatkan mutu layanan dan membangun *customer bonding* yang baik dengan pelanggan, sebab pelanggan memberikan pengaruh terhadap besar kecilnya laba yang diperoleh. Berdasarkan uraian teori dan fenomena yang telah diuraikan di atas, maka penulis tertarik untuk melaksanakan penelitian di PT. JIKI Wilayah UP3 Bali Utara dengan mengangkat judul “**Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Customer Bonding Terhadap Loyalitas Pelanggan pada PT JIKI Wilayah UP3 Bali Utara**”.

Menjaga loyalitas pelanggan merupakan hal yang penting untuk diperhatikan, karena pelanggan yang loyal dapat memberikan pengaruh yang positif terhadap kemajuan perusahaan. Sebab dengan kelayaitasan yang dimiliki oleh pelanggan bukan tidak mungkin pelanggan tersebut akan membagikan respon positifnya kepada orang lain maupun calon pelanggan. Salah satu upaya yang dapat dilakukan perusahaan untuk menjaga loyalitas pelanggan yaitu melalui menjaga dan meningkatkan kualitas pelayanan. Kualitas pelayanan merupakan tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan (Rohaeni & Marwa, 2018:314). Jika pelayanan atau jasa yang diterima tidak sesuai dengan yang diharapkan, maka kualitas dari jasa atau pelayanan tersebut akan menerima

---

persepsi yang kurang baik. Pelayanan yang berkualitas dan mampu untuk memenuhi segala harapan konsumen adalah hal yang penting dan utama untuk disediakan oleh perusahaan agar konsumen merasa puas. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilaksanakan oleh (Anggraini & Budiarti, 2020; R. W. Putri, 2015; Tjong, 2018) yang seluruhnya menyatakan bahwa kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Sehingga hipotesis dari penelitian ini adalah :

H1: Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan

H2: *Customer Bonding* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan

H3: Kualitas Pelayanan dan *Customer Bonding* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan

### **Metode Penelitian**

Lokasi penelitian adalah tempat dimana penelitian dilaksanakan. Penelitian ini dilaksanakan di PT JIKI wilayah UP3 Bali Utara yang beralamat di Jalan Cendrawasih, Nomor 5, Lingkungan Satria, Kelurahan Pendem, Kecamatan Jembrana, Kabupaten Jembrana, Provinsi Bali. Populasi dari penelitian ini adalah pelanggan yang membuat SLO (Sertifikat Laik Operasi) menggunakan jasa PT JIKI Wilayah UP3 Bali Utara. Jumlah sampel dalam penelitian ini sebanyak 100 responden yang berasal dari pelanggan yang menggunakan jasa PT JIKI Wilayah UP3 Bali Utara dalam pengurusan sertifikat laik operasi atau SLO yang digunakan dalam pemasangan baru instalasi listrik. Sehingga dalam penelitian ini setidaknya harus mengambil data dari sampel sekurang-kurangnya 100 orang. Data dalam penelitian ini didapat dari hasil penyebaran kuesioner dan dianalisis menggunakan teknik analisis regresi linear berganda.

### **Hasil Penelitian dan Pembahasan**

Dari hasil telaah instrumen penelitian disimpulkan bahwa data penelitian ini valid sebab hasil uji validitas menunjukkan nilai korelasi lebih besar dari 0,30. Uji reliabilitas menunjukkan bahwa alpha lebih besar dari 0,60, sehingga data dianggap reliabel. Hasil uji hipotesis klasik menunjukkan bahwa data berdistribusi normal pada tingkat signifikansi lebih besar dari 0,05 yaitu 0,200. Hasil uji multikolinearitas dan uji heteroskedastisitas juga menunjukkan bahwa data bebas dari bias pengamatan yang dapat mempengaruhi hasil dimana data tersebut dianggap layak untuk diteliti.

Kualitas pelayanan merupakan tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan (Rohaeni & Marwa, 2018:314). Menjaga loyalitas pelanggan merupakan hal yang penting untuk diperhatikan, karena

pelanggan yang loyal dapat memberikan pengaruh yang positif terhadap kemajuan perusahaan. Sebab dengan keloyalitasan yang dimiliki oleh pelanggan bukan tidak mungkin pelanggan tersebut akan membagikan respon positifnya kepada orang lain maupun calon pelanggan. Jika pelayanan atau jasa yang diterima tidak sesuai dengan yang diharapkan, maka kualitas dari jasa atau pelayanan tersebut akan menerima persepsi yang kurang baik. Pelayanan yang berkualitas dan mampu untuk memenuhi segala harapan konsumen adalah hal yang penting dan utama untuk disediakan oleh perusahaan agar konsumen merasa puas.

**Tabel 3. Analisis Regresi Linear Berganda**

| Model                   | Coefficients <sup>a</sup>   |            |                           |  |       | 95,0% Confidence Interval for B |             |             |
|-------------------------|-----------------------------|------------|---------------------------|--|-------|---------------------------------|-------------|-------------|
|                         | Unstandardized Coefficients |            | Standardized Coefficients |  | t     | Sig.                            | Lower Bound | Upper Bound |
|                         | B                           | Std. Error | Beta                      |  |       |                                 |             |             |
| 1 (Constant)            | 10.057                      | 2.059      |                           |  | 4.886 | .000                            | 5.971       | 14.143      |
| Kualitas Pelayanan (X1) | .228                        | .058       | .459                      |  | 3.952 | .000                            | .113        | .342        |
| Customer Bonding (X2)   | .142                        | .067       | .245                      |  | 2.111 | .037                            | .009        | .276        |

a. Dependent Variable: Loyalitas Pelanggan (Y)

Sumber: Data diolah, 2023

Persamaan regresi dalam penelitian ini:  $Y = 10,057 + 0,228X_1 + 0,142X_2 + e$

Dari hasil penelitian diketahui adanya pengaruh positif dan signifikan Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan pada PT. JIKI (Jasa Inspeksi Kelistrikan Indonesia) wilayah UP3 Bali Utara. Hal ini dibuktikan dengan  $T_{hitung}$  sebesar 3,952 dibandingkan dengan nilai  $T_{tabel} = 1,661$  ternyata nilai  $T_{hitung} > T_{tabel}$  ( $3,952 > 1,661$ ) dan nilai signifikansi yang diperoleh sebesar  $0,000 < 0,05$ . Dengan demikian  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima. Ini berarti bahwa pada taraf kepercayaan ( $\alpha$ ) = 5%, secara parsial Kualitas Pelayanan (X1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan (Y). Hal ini bermakna, jika terjadi peningkatan Kualitas Pelayanan (X1) maka akan meningkatkan Loyalitas Pelanggan (Y).

Berdasarkan perhitungan di atas, maka dengan demikian hipotesis yang menyatakan bahwa Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan pada PT. JIKI (Jasa Inspeksi Kelistrikan Indonesia) wilayah UP3 Bali Utara teruji kebenarannya. Hal ini menandakan bahwa seluruh indikator yang terdapat dalam pernyataan kuesioner terkait variabel

Kualitas Pelayanan mampu memberikan pengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan di PT. JIKI (Jasa Inspeksi Kelistrikan Indonesia) wilayah UP3 Bali Utara.

*Customer Bonding* adalah suatu proses yang dilakukan perusahaan dalam berusaha membangun atau mempertahankan kepercayaan pelanggannya sehingga satu sama lain saling menguntungkan dalam hubungan tersebut (Huda, 2020:249). Menjaga hubungan baik dengan pelanggan merupakan poin tambah yang sangat menguntungkan bagi perusahaan dalam membangun loyalitas pelanggan. Melalui penguatan *customer bonding* yang dilaksanakan oleh perusahaan, maka perusahaan tersebut akan senantiasa membangun dan mempertahankan hubungan satu sama lain dengan baik, sehingga kedua belah pihak akan saling percaya.

Dari hasil penelitian diketahui adanya pengaruh positif dan signifikan *Customer Bonding* terhadap Loyalitas Pelanggan pada PT. JIKI (Jasa Inspeksi Kelistrikan Indonesia) wilayah UP3 Bali Utara. Hal ini dibuktikan dengan  $T_{hitung}$  sebesar 2,111 dibandingkan dengan nilai  $T_{tabel} = 1,661$  ternyata nilai  $T_{hitung} > T_{tabel}$  ( $2,111 > 1,661$ ) dan nilai signifikansi yang diperoleh sebesar  $0,037 < 0,05$ . Dengan demikian  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima. Ini berarti bahwa pada taraf kepercayaan ( $\alpha$ ) = 5%, secara parsial *Customer Bonding* (X2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan (Y). Hal ini bermakna, jika terjadi peningkatan *Customer Bonding* (X2) maka akan meningkatkan Loyalitas Pelanggan (Y).

Berdasarkan perhitungan di atas, maka dengan demikian hipotesis yang menyatakan bahwa *Customer Bonding* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan pada PT. JIKI (Jasa Inspeksi Kelistrikan Indonesia) wilayah UP3 Bali Utara teruji kebenarannya. Hal ini menandakan bahwa seluruh indikator yang terdapat dalam pernyataan kuesioner terkait variabel *Customer Bonding* mampu memberikan pengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan di PT. JIKI (Jasa Inspeksi Kelistrikan Indonesia) wilayah UP3 Bali Utara.

**Tabel 4. Koefisien Determinasi**

| <b>Model Summary</b> |                   |          |                   |                            |
|----------------------|-------------------|----------|-------------------|----------------------------|
| Model                | R                 | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate |
| 1                    | .848 <sup>a</sup> | .718     | .713              | 1.450                      |

a. Predictors: (Constant), Customer Bonding (X2), Kualitas Pelayanan (X1)

Sumber: Data diolah 2023

Berdasarkan Tabel 2 di atas diperoleh nilai korelasi (R) sebesar 0,848 serta dijelaskan pula besarnya persentase pengaruh antara variabel independent (X) terhadap variabel dependent (Y) yang disebut Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) dan merupakan hasil dari pengkuadratan R. Dari output di atas diperoleh Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) sebesar 0,718. Hal ini bermakna bahwa pengaruh

variabel independent Kualitas Pelayanan (X1) dan *Customer Bonding* (X2) sebesar 71,8% sedangkan sisanya 28,2% dipengaruhi oleh variabel lainnya di luar model penelitian.

**Tabel 5. Hasil Uji F**

| ANOVA <sup>a</sup> |            |                |    |             |        |                   |
|--------------------|------------|----------------|----|-------------|--------|-------------------|
| Model              |            | Sum of Squares | df | Mean Square | F      | Sig.              |
| 1                  | Regression | 281.744        | 2  | 140.872     | 38.276 | .000 <sup>b</sup> |
|                    | Residual   | 357.006        | 97 | 3.680       |        |                   |
|                    | Total      | 638.750        | 99 |             |        |                   |

a. Dependent Variable: Loyalitas Pelanggan (Y)

b. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan (X1), Customer Bonding (X2)

Sumber: Data diolah, 2023

Meningkatkan loyalitas pelanggan dapat dilakukan melalui berbagai cara dan dipengaruhi oleh berbagai faktor yang sangat bervariasi. Ritonga dan Pane (2020:35) menyatakan, kualitas pelayanan merupakan kemampuan yang dimiliki penyedia jasa dalam menyampaikan jasa yang bertujuan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan dari pelanggan serta ketepatan dalam penyampaian sebagai bentuk mengimbangi harapan yang dikehendaki oleh pelanggan selaku konsumen. Sedangkan, *Customer bonding* menurut Richard Cross dan Javet Smith (dalam Huda, 2020:249) adalah proses yang dilakukan oleh perusahaan dalam membangun dan mempertahankan seluruh kepercayaan yang diberikan oleh pelanggan. Melalui kedua variabel tersebut dapat saling menguntungkan satu sama lain terhadap loyalitas pelanggan.

Dari hasil penelitian menunjukkan bahwa Kualitas Pelayanan dan *Customer Bonding* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan pada PT JIKI Wilayah UP3 Bali Utara. Hal ini dapat dibuktikan dengan nilai  $F_{tabel}$  sebesar 3,090 dan nilai  $F_{hitung}$  sebesar 38,276, sehingga jika dibandingkan nilai  $F_{hitung} > F_{tabel}$  ( $38,276 > 3,090$ ) serta nilai signifikansi yang diperoleh sebesar  $0,000 < 0,05$  sehingga  $H_0$  ditolak dan  $H_3$  diterima. Hal ini bermakna bahwa Kualitas Pelayanan (X1) dan *Customer Bonding* (X2) berpengaruh secara simultan dan signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan (Y). Oleh karena itu, hipotesis yang menyatakan bahwa Kualitas Pelayanan (X1) dan *Customer Bonding* (X2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan (Y) teruji kebenarannya. Selanjutnya, berdasarkan tabel Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) yang ditunjukkan dalam nilai *R Square* sebesar 0,718. Hal ini bermakna bahwa pengaruh variabel independent Kualitas Pelayanan (X1) dan *Customer Bonding* (X2) mempengaruhi sebesar 71,8% sedangkan sisanya 28,2% dipengaruhi oleh variabel atau faktor lainnya di luar model penelitian.

---

## Simpulan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Kualitas Pelayanan dan *Customer Bonding* secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan pada PT. JIKI Wilayah UP3 Bali Utara. Melihat hasil penelitian, PT. JIKI Wilayah UP3 Bali Utara meningkatkan ketanggapan karyawan terhadap penyelesaian keluhan dari pelanggan. PT. JIKI Wilayah UP3 Bali Utara dapat mempercepat proses pembuatan SLO agar pelanggan selalu ingat dengan jasa pembuatan SLO di PT. JIKI Wilayah UP3 Bali Utara. PT. JIKI Wilayah UP3 Bali Utara memberikan pelayanan terbaik dan menjaga kualitas produk agar pelanggan tetap menjaga kepercayaan untuk menggunakan jasa PT. JIKI Wilayah UP3 Bali Utara dalam pembuatan SLO. pihak Manajemen PT. JIKI Wilayah UP3 Bali Utara untuk lebih meningkatkan kembali kualitas pelayanan yang diberikan kepada pelanggan serta meningkatkan hubungan baik (*customer bonding*) dengan pelanggan demi meningkatkan loyalitas pelanggan terhadap perusahaan ditengah persaingan global.

## Daftar Pustaka

- Al Fajri, H., & Pradana, M. (2021). The Effect of Service Quality and Customer Trust on Customer Loyalty Freezy Cake. *Proceeding of Management*, 8(6), 8690–8701.
- Amalia, E., & Wibowo, T. S. (2021). Pengaruh Kepercayaan, Karakteristik Pelayanan Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Kantor Pos Surabaya Pusat. *Journal of Sustainability Business Research*, 2(2), 286–293.
- Anggraini, F., & Budiarti, A. (2020). Pengaruh Harga, Promosi, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Dimediasi Kepuasan Pelanggan Pada Konsumen Gojek. *Jurnal Pendidikan Ekonomi (JUPE)*, 8(3), 86–94. <https://doi.org/10.26740/jupe.v8n3.p86-94>
- Aprirusman, S., & Zulfikar, R. (2020). Loyalitas Pelanggan yang Dibangun Dari Adanya Customer Bonding dan Penetapan Harga (Studi Kasus Pada Pelanggan Coffe Shop Payung Seduh, Bandung). *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1–8.
- Dharmmesta, B. S. (1999). Loyalitas Pelanggan: Sebuah Kajian Konseptual sebagai Panduan bagi Peneliti. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Indonesia*, 14(3), 73–88.
- Gustini, S., Suryani, A. N., & Mahendri, A. (2022). Pengaruh costumer bonding terhadap loyalitas konsumen pada Kedai Remaja Sekayu. *Jurnal Manajemen Kompeten*, 5(1), 13–26.
- Hermawan, D. J., & Junaidi, J. (2022). Loyalitas Pelanggan Di Tinjau Dari Costumer Bounding Dan Citra Merek Pada Pt.Surya Inti Putra Pahlawan Probolinggo. *Yudishtira Journal : Indonesian Journal of Finance and Strategy Inside*, 2(1), 43–56. <https://doi.org/10.53363/yud.v2i1.22>
- Huda, M. (2020). Pengaruh Customer Intimacy, Customers Experience, Customer Satisfaction Dan Customer Bonding Terhadap Loyalitas Nasabah Pada Bank Bri Syariah Kcp Panda'an Pasuruan Miftahul. *Ad-Deenar: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 4(02), 243–260. <https://doi.org/10.30868/ad.v4i02.903>
- Irfan Muzailani, Azis Fathoni, L. B. H. (2019). Effect of Compensation, Work Environment and Leadership on Work Satisfaction and Its Impact on Employee Loyalty in CV. Trendys Advertising Tegal. *Journal of Management*, 5(5), 1–11.
- Jaelani, E. (2018). Pengaruh Bauran Promosi terhadap Keputusan Pembelian Online pada



- Konsumen Tokopedia di Bandung. *Jurnal Sains Manajemen & Akuntansi*, *X*(2), 57–64.
- Jihad, M. A. (2019). Pemanfaatan Metode Technique for Order Preference By Similiarity To Ideal Solution (Topsis) Untuk Menentukan Pelanggan Terbaik. *Jurnal Informasi Dan Komputer*, *7*(1), 1–6. <https://doi.org/10.35959/jik.v7i1.117>
- K, D. M., & Trimannah. (2022). Faktor-Faktor Determinan Yang Mempengaruhi Loyalitas Konsumen Indomie Di Wilayah Propinsi Jawa Tengah Oleh: Dian Marhaeni K dan Trimannah. *UNISSULA: World Class Islamic Cyber University*, 1–20.
- Kereh, G., & Bogar, W. (2022). Efek Customer Bonding Dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Pelanggan Produk Scarlett Di Tondano. *JRMA (Jurnal Riset Manajemen Dan Akuntansi)*, *10*(03), 179–189.
- Laksono, B., Aliami, S., & Soeprajitno, E. D. (2022). Sinergi Strategi Customer Bonding Untuk Mempertahankan Loyalitas Pelanggan Di Pizza Hut Delivery Kota Kediri. In *Prosding Seminar Nasional Manajemen, Ekonomi dan Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis UNP Kediri* (pp. 495–503).
- Lismawati, & Arrozi, M. (2020). Pengaruh Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Dimediasi Oleh Trust Dan Switching Barrier Pada Pengguna Kartu Telkomsel Simpati. *JCA Ekonomi*, *1*(2), 574–581.
- Lolang, En. (2014). ) yaitu hipotesis yang akan diuji. Biasanya, hipotesis ini merupakan pernyataan yang menunjukkan bahwa suatu parameter populasi memiliki nilai tertentu. *Jurnal Kip*, *3*(3), 685–696.
- Lukitaningsih, A. (2013). Perkembangan Konsep Pemasaran: Implementasi dan Implikasinya. *Jurnal MAKSIPRENEUR*, *III*(1), 21–35.
- Mahira, Hadi, P., & Nastiti, H. (2021). Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Indihome. *Journal Of Communication Education*, *2*(1), 1267–1283. <https://doi.org/10.58217/joce-ip.v15i1.226>
- Maulana, W., & Putri, D. L. P. (2018). Pengaruh Customer Relationship Management (Crm) Terhadap Loyalitas Pelanggan Xl Axiata Sampang. *Jurnal Manajemen & Kewirausahaan*, *3*(2), 225–238.
- Mineral, K. E. dan S. D. (2023). *Lembaga Inspeksi Teknik Kementrian ESDM Indonesia. Kementrian Energi Dan Sumber Daya Mineral.*
- Nanincova, N. (2019). Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Noach Cafe and Bistro. *Agora*, *7*(2), 1–5.
- Ningsih, S., & Dukalang, H. H. (2019). Penerapan Metode Suksesif Interval pada Analsis Regresi Linier Berganda. *Jambura Journal of Mathematics*, *1*(1), 43–53. <https://doi.org/10.34312/jjom.v1i1.1742>.