

Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pelanggan Serta Loyalitas Pelanggan Di PT Adi Sarana Armada Tbk (Assa Rent) Cabang Surabaya

Novi Eko Haryono¹, Wulandari Harianti¹, Rika Yulianti²

¹PT Adi Sarana Armada Tbk (ASSA Rent) Cabang Surabaya

²STIE Mahardhika Surabaya

Email: noviecoharyono@gmail.com

Abstrak

Kemajuan suatu perusahaan dapat dilihat dari loyalitas pelanggan yang diterima perusahaan, salah satunya PT Adi Sarana Armada Tbk (ASSA RENT) Cabang Surabaya. Sehingga peneliti melakukan penelitian terhadap pengaruh kualitas pelayanan, kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan bagian juru mudi. Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini yaitu penelitian kuantitatif. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah pelanggan PT Adi Sarana Armada Tbk, dengan sampel sebanyak 30 responden. Metode yang digunakan dalam menganalisa data yaitu uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik (uji normalitas, uji multikolinieritas dan uji heteroskedastisitas) serta uji hipotesis (analisa regresi linear berganda, uji t (uji parsial), uji F dan koefisien determinasi). Sehingga diperoleh persamaan sebagai berikut dimana $Y=0,203+0,495X_1+0,38X_2+\varepsilon$ dengan koefisien determinasi sebesar 48,6%.

Kata kunci : kualitas pelayanan, kepuasan pelanggan, loyalitas pelanggan

Pendahuluan

Kemajuan suatu perusahaan bisa diamati berdasarkan loyalitas pelanggan yang diterima perusahaan. PT ASSA Rent ialah salah satu dari sejumlah perusahaan terbesar yang beroperasi pada bidang penyedia jasa juru mudi, penyedia jasa logistik, bidang balai lelang, bidang pembangunan, bidang investasi, bidang penyelenggara pos komersial, serta bidang jasa pengurusan transportasi. Perusahaan yang bergerak di bidang jasa juru mudi ini, dalam menyikapi loyalitas dari pelanggannya, akan menuntut kualitas pelayanan para karyawan terhadap konsumennya sangat baik. Sehingga hal tersebut akan memberi acuan apakah para pelanggan puas pada kualitas layanan yang diberikan dari perusahaan jasa tersebut. Dimana loyalitas pelanggan ini akan

dipengaruhi berbagai variabel seperti variabel kualitas pelayanan, variabel kepuasan pelanggan serta variabel loyalitas pelanggan. Hal tersebutlah yang mendasari peneliti sangat tertarik dalam menganalisa perusahaan berdasarkan variabel-variabel tersebut.

Tinjauan Pustaka

Manajemen ialah proses penyelenggaraan bermacam kegiatan untuk menerapkan sebuah tujuan dan sebuah kemampuan seseorang yang menduduki jabatan sebagai manajer untuk memperoleh sebuah hasil (Feriyanto, dkk, 2017: 4).

Manajemen pemasaran ialah rangkaian dari proses penganalisisan, perencanaan, pengadaan, pengawasan, pengendalian sebuah aktivitas pemasaran yang bertujuan mewujudkan tujuan perusahaan (Indrasari, 2019: 8).

Kualitas pelayanan ialah sebuah keadaan dinamis yang memberi pengaruh terhadap jasa, proses, produk, lingkungan, manusia yang melampaui ekspektasi (Fandy Tjiptono dalam Nadra, 2017: 13). Karakteristik pelayanan terdiri dari (Norman dalam Fikri, 2016: 121) :

- a. Pelayanan itu itu bisa diraba.
- b. Pelayanan berbeda dengan barang jadi.
- c. Pelayanan faktanya mencakup perilaku sesungguhnya. Aktivitas konsumsi maupun produksi dalam layanan tidak bisa terpisah.

Kualitas pelayanan terdiri dari 5 dimensi atau indikator, yaitu (Fandy Tjiptono dalam Nadra, 2017: 14) :

- a. Keandalan, yaitu potensi melakukan pelayanan dengan akurat dan meyakinkan.
- b. Ketanggapan, yaitu kesediaan membantu konsumen serta memberi jasa secara tepat serta cepat.
- c. Jaminan, yaitu berperilaku sopan, pemahaman pengetahuan dan kemampuan dalam mengutarakan keyakinan serta kepercayaan.
- d. Empati, yaitu sebuah sikap dalam mengutarakan perhatian yang lebih khusus pada konsumen.
- e. Benda berwujud, yaitu perlengkapan, karyawan, komunikasi serta penampilan fisik.

Kepuasan pengguna jasa dapat dibangun dari peningkatan kualitas layanan. Hal ini dapat dilakukan, apabila melakukan hal-hal sebagai berikut yaitu (Aviliani dan Wilfridus dalam Fikri, 2016: 122) :

- a. Organisasi menciptakan komitmen bersama-sama dalam membangun visi untuk memperbaiki layanan.
- b. Memperkecil batasan-batasan antar pihak manajemen dan pengguna jasa.
- c. Memberikan kesempatan pada pemakai jasa agar menyampaikan keluhan, contohnya *hot line* bebas pulsa.
- d. Menerapkan serta mengembangkan *proactive* , *accountable*, dan *partnership marketing* sesuai dengan kondisi pemasaran.

Kepuasan pelanggan merupakan perasaan pelanggan sesudah mendapatkan jasa atau produk yang diterima dengan ekspektasinya (Umar dalam Indrasari, 2019: 82). Indikator yang digunakan dalam mengukur kepuasan terdiri dari (Lubis, 2018: 4):

- a. Kepastian jadwal layanan yang diberikan
- b. Keadilan dalam mendapatkan layanan
- c. Kompetensi
- d. Syarat pelayanan
- e. Prosedur pelayanan

Untuk mengukur kepuasan pelanggan maka harus mengetahui tipe kepuasan dan ketidakpuasan pelanggan, yang terdiri dari (Tjiptono dalam Fikri, 2016: 122):

- a. *Demanding customer satisfaction*
Adalah jenis kepuasan tinggi dengan menunjukkan kepercayaan dan optimism.
- b. *Stable customer satisfaction*
Jenis ini menunjukkan sikap menuntut dari konsumen tetapi aspirasinya secara pasif.
- c. *Resigned customer satisfaction*
Jenis ini menunjukkan kepuasan konsumen tetapi bukan dari segi pemenuhan ekspektasi melainkan tidak baik untuk mengharapkan sesuatu yang berlebihan.
- d. *Stable customer dissatisfaction*
Tipe ini merupakan tipe yang tidak puas dan cenderung tidak bersikap apapun.
- e. *Demanding customer dissatisfaction*
Tipe ini menunjukkan perilaku yang menuntut dan aspirasinya aktif. Akan tetapi jika mereka tidak berkenan, maka akan menimbulkan protes.

Loyalitas pelanggan merupakan komitmen yang tinggi saat membeli jasa/produk walaupun terdapat pengaruh kondisi ataupun usaha para pemasar dalam mengubah *habit*. Sehingga sangat dipastikan bahwa konsumen akan melakukan pembelian secara simultan (Oliver dalam Natasya, 2018: 29). Indikator loyalitas pelanggan terdiri dari penggunaan jasa kembali dan merekomendasikan merek tersebut pada orang lain (Tjiptono dalam

Rofiah, 2017: 75). Sedangkan karakteristik loyalitas pelanggan terdiri dari (Griffin dalam Fikri, 2016: 123) :

- a. Membeli secara stimultan
- b. Membeli antar lini jasa ataupun produk
- c. Memberikan rekomendasi terhadap pihak lainnya
- d. Tidak tertarik dengan produk ataupun jasa dari pesaing

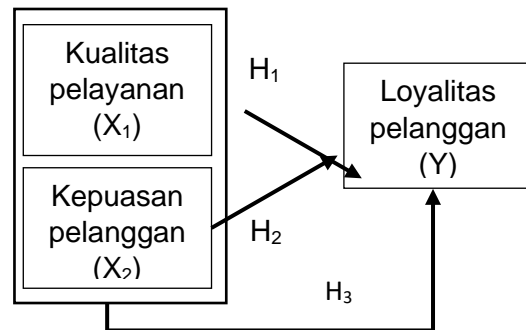
Faktor yang mempengaruhi loyalitas pelanggan ialah (Nadra, 2017: 27) :

- a. Kualitas
- b. Kemasan
- c. Harga
- d. Kenyamanan

Cara mengukur loyalitas pelanggan terdiri dari (Ahmad Mardalis dalam Natasya, 2018 : 34) :

- a. Urutan pilihan
Urutan pilihan ini sering digunakan dalam penelitian dengan menggunakan metode data *scanner supermarket*. Urutan pilihan ini berbentuk loyalitas yang tidak terpisah yang terdiri dari loyalitas yang tidak stabil dan tanpa loyalitas.
- b. Proporsi pembelian (*propotion of purchase*)
Cara ini dilakukan dengan melakukan uji proporsi pembelian total pada suatu kelompok produk dengan analisa data melalui panel konsumen
- c. Preferensi (*preference*)
Ha tersebut dilakukan dengan cara menilai komitmen psikologis ataupun pernyataan preferensinya.
- d. Komitmen (*commitment*)
Komitmen ini terbentuk dari hubungan pembelian hasil akibat dari keterlibatan ego dengan produk yang bernilai penting.

Berdasarkan penelitian ada 3 variabel yang saling berhubungan, yang bisa diamati pada skema Gambar berikut :



Gambar 1 Hubungan variabel X_1 , X_2 , X_3 dan Y

Hipotesis yang dirumuskan pada penelitian berdasar penelitian terdahulu maupun tinjauan pustaka yang sudah disampaikan sebelumnya, ialah:

- a. H_1 = Terdapatnya pengaruh secara individual dari kualitas pelayanan pada loyalitas pelanggan.
- b. H_2 = Adanya pengaruh secara individual dari kepuasan pelanggan pada loyalitas pelanggan.
- c. H_3 = Adanya pengaruh secara bersamaan dari kualitas pelayanan serta kepuasan pelanggan pada loyalitas pelanggan.

Metode Penelitian

Berdasarkan pendekatan, penelitian bertujuan untuk mengetahui hubungan antar variabel kualitas pelayanan, kepuasan pelanggan, loyalitas pelanggan sehingga terdapat bentuk hubungan sebab akibat dalam penelitian ini.

Populasi yang digunakan pada penelitian ialah pelanggan PT Adi Sarana Armada yang mempergunakan jasa *driver* di sebuah perusahaan X yang berlokasi di Gresik, yang bergerak di bidang retail dengan jumlah 30 anggota. Bila jumlah populasi <100 individu, sehingga jumlah sampel dipilih dengan menyeluruh. Namun bila populasi >100 individu, sehingga dapat dipilih 10-15% ataupun 20-25% dari jumlah populasi (Arikunto dalam Sifa, 2017: 69). Sehingga sampel yang digunakan juga berjumlah 30 anggota. Teknik pemilihan

sampel pada penelitian akan dilaksanakan dengan acak.

Skala pengukuran yang dipergunakan pada penelitian ialah skala *Likert*, merupakan skala yang digunakan dalam mengukur persepsi, sikap, pendapat mengenai fenomena sosial (Sugiyono dalam Naldo, 2020: 69).

Tabel 1 Kriteria Penilaian berdasarkan skala Likert

No.	Kriteria Penilaian	Skor
1	Sangat Setuju	Lima
2	Setuju	Empat
3	Ragu-ragu	Tiga
4	Tidak Setuju	Dua
5	Sangat Tidak Setuju	Satu

Teknik pengumpulan data yang dipergunakan pada penelitian ialah :

- a. Observasi
Dalam pengumpulan data ini diperlukan teknik observasi untuk mempermudah peneliti dalam melakukan pengamatan. Pengamatan ini dapat berupa pencatatan terhadap keadaan serta perilaku objek penelitian. Sehingga peneliti dapat melakukan analisa untuk mengetahui kondisi yang terjadi di area lingkungan penelitian.
- b. Wawancara
Wawancara bertujuan untuk mendapatkan data ataupun informasi yang dilakukan secara langsung atau lisan. Hal ini bertujuan agar terjadi interaksi langsung antara peneliti dengan objek peneliti, sehingga objek peneliti secara nyaman akan memberikan keterangan-keterangan dari hasil pertanyaan yang diajukan oleh peneliti.
- c. Dokumentasi
Dokumentasi bertujuan dalam melengkapi data yang diperoleh melalui hasil wawancara dan observasi, yang biasanya berupa foto kegiatan selama penelitian ini berlangsung. Dokumentasi ini membantu peneliti untuk memberikan

informasi secara akurat dengan keadaan yang sebenarnya yang terjadi di lingkungan itu sendiri.

- d. Kuisisioner
Kuisisioner atau yang dikenal dengan angket bertujuan untuk mendapatkan hasil analisa dari penelitian ini. Dimana responden diharapkan untuk menjawab pertanyaan sesuai dengan teknik pengukuran skala *Likert*. Kemudian dari hasil kuisisioner tersebut akan diolah menggunakan aplikasi SPSS 26.

Sumber data dalam penelitian dapat dilihat dalam skema di bawah seperti berikut:

- a. Data primer
Data ini diperoleh melalui hasil wawancara dan kuisisioner. Dimana hasil dari pengumpulan data tersebut nantinya akan diolah secara statistic.
- b. Data sekunder
Data diperoleh melalui hasil observasi, dokumentasi serta literatur mengenai objek penelitian seperti sejarah perusahaan, struktur organisasi, visi misi, tugas perusahaan, dll.
Analisis data terdiri dari beberapa uji sebagai berikut :
 - a. Uji Validitas. Uji ini dipakai guna mengetahui validnya kuisisioner. Kuisisioner dinyatakan valid jika pertanyaan dalam kuisisioner bisa menjelaskan suatu hal yang hendak diukur dari kuisisioner itu (Ghozali dalam Naldo, 2020: 70).
 - b. Uji Reliabilitas. Sebuah metode yang dipakai dalam mengukurreliabel atau tidaknya sebuah kuisisioner. Kuisisioner dinyatakan reliabel jika jawaban itu stabil antar waktu (Ghozali dalam Naldo, 2020: 71)
Uji Asumsi Klasik, terdiri dari uji normalitas, uji multikolinieritas dan uji heteroskedastisitas. Uji normalitas bertujuan guna mengetahui apakah pada model regresi, variabel pengganggu ataupun residual distribusinya normal atau tidak (Ghozali dalam Naldo, 2020: 72). Uji

multikolinieritas digunakan guna memahami apakah model regresi ada hubungan antar variabel bebas atau tidak (Ghozali dalam Naldo, 2020: 72). Uji heteroskedastisitas merupakan suatu metode uji dalam memahami terjadinya perbedaan *variance* dari residual antar pengamatan pada sebuah model regresi (Ghozali dalam Naldo, 2020: 72). Tahapan terakhirnya yaitu uji hipotesis terdiri dari analisis regresi linear berganda, uji t, uji F dan koefisien determinasi. Analisis regresi linear berganda bertujuan untuk mengetahui kekuatan korelasi antar dua ataupun lebih variabel *independent* terhadap variabel *dependent* (Sugiyono dalam Naldo, 2020: 73). Uji t digunakan untuk membuktikan sejauh apa satu variabel *independent* pada variabel *dependent* yang lain (Ghozali dalam Naldo, 2020: 73). Uji F bertujuan dalam menunjukkan apakah semua variabel bebas memiliki pengaruh secara bersamaan pada variabel tergantung (Ghozali dalam Naldo, 2020: 74). Dan koefisien determinasi digunakan dalam mengukur sejauh apa potensi model untuk menjelaskan variasi variabel terikat (Ghozali dalam Naldo, 2020: 75).

Analisis Hasil Penelitian dan Pembahasan

Perusahaan ini didirikan sejak tanggal 17 Desember 1999 bernama PT Quantum Megahtama Motor. Di awal mula, ASSA hanya beroperasi dalam bidang usaha penyewaan kendaraan yang memiliki jaringan nasional. Identitas Perseroan dilaksanakan kembali tanggal 7 September 2009 dari perubahan nama Perseroan menjadi PT Adi Sarana Armada dengan ASSA merupakan merek dagang utama yang mengganti ADIRA Rent. Perubahan identitas perusahaan adalah salah satu komitmen ASSA dalam memberikan solusi penyewaan kendaraan terintegrasi dalam tingkatan nasional. baik jasa penyewaan

jangka pendek ataupun panjang, layanan logistik, sistem pengelolaan kendaraan sampai penyediaan jasa juru mudi profesional (PT ASSA Rent, 2016: 37).

Hasil analisis regresi linear berganda pada penelitian diperoleh persamaan yaitu:

$$Y = 0,203 + 0,495X_1 + 0,388X_2 + \epsilon$$

Hal ini menunjukkan bahwa apabila variabel kualitas pelayanan, kepuasan pelanggan diasumsikan konstan sehingga variabel loyalitas pelanggan sebesar 0,203. Dalam persamaan tersebut, menandakan bahwasanya bertambah tinggi kualitas pelayanan sehingga kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan akan mengalami peningkatan, begitupun sebaliknya. Jika bertambah baik kepuasan pelanggan sehingga loyalitas pelanggan dan kualitas pelayanan akan mengalami peningkatan, begitupun sebaliknya.

Berlandaskan hipotesis yang sudah diajukan sebelumnya, setelah dilakukan uji t (uji parsial), berdasarkan dasar pengambilan keputusan nilai signifikansi dapat ditarik kesimpulan bahwa hipotesis H_1 dan H_2 ditolak karena nilai $Sig > 0,05$. Maka tidak ada pengaruh parsial antara variabel kualitas pelayanan, kepuasan pelanggan dengan loyalitas pelanggan. Sedangkan menurut hasil uji F, berdasarkan dasar pengambilan keputusan nilai signifikansi dapat ditarik kesimpulan bahwa hipotesis H_4 ditolak karena nilai $Sig < 0,05$. Artinya variabel kepuasan pelanggan, kualitas pelayanan dengan loyalitas pelanggan. Sedangkan untuk uji koefisien determinasi, nilai koefisien determinasinya diperoleh sebesar 0,486 yang artinya variabel kepuasan pelanggan, kualitas pelayanan dengan bersamaan berpengaruh pada variabel loyalitas pelanggan sebanyak 48,6%. Sementara sisa, dipengaruhi variabel lainnya yang dalam permasalahan ini tidak diteliti oleh peneliti karena banyaknya keterbatasan yang ada, yaitu sebesar 51,4%.

Berdasarkan hasil uji t tidak terdapat pengaruh secara individual antar loyalitas pelanggan dengan kepuasan pelanggan. Hasil senada berdasarkan hasil dari

penelitian yang dilakukan Triana (2017) dengan judul “Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Pelanggan (Studi Kasus pada Pelanggan D’Besto Mangun Jaya 2 Tambun Selatan)”.

Selanjutnya dari hasil uji t tidak terdapat pengaruh secara parsial antara kepuasan pelanggan dengan loyalitas pelanggan. Hal ini sesuai dengan hasil dari penelitian yang dilakukan oleh Putra (2020) dengan judul “Pengaruh Kualitas dan Kepuasan Pelanggan Loyalitas Pelanggan pada PT Adi Sarana Armada, Tbk Cabang Medan”. Berdasarkan hasil peneliti tersebut dikatakan bahwa kepuasan pelanggan juga tidak memiliki pengaruh secara parsial pada loyalitas pelanggan. Hal tersebut membuktikan kualitas pelanggan tidak memiliki pengaruh besar pada loyalitas pelanggan pengguna produk jasa di PT ASSA Rent, Tbk. Maka dari kesimpulan tersebut dapat dikatakan bahwa kurangnya kepuasan pengguna konsumen terhadap jasa yang diberikan oleh PT ASSA Rent, Tbk. Hal ini harus digunakan sebagai acuan PT ASSA Rent untuk memperbaiki kinerja karyawannya. Jika pelanggan merasa senang dimana keinginan yang diharapkan dari jasa yang diberikan karyawan PT ASSA Rent Tbk, lebih baik maka ini akan mempengaruhi variabel loyalitas pelanggan. Pelanggan tersebut akan merasa puas apabila keinginannya bisa terpenuhi ataupun harapannya mereka bisa terlampaui. Sehingga akan terjadi pemakaian jasa berulang kali.

Sedangkan bagi hasil F dikatakan bahwa adanya pengaruh signifikan secara simultan kepuasan pelanggan, kualitas pelayanan pada loyalitas pelanggan. Hal tersebut sesuai penelitian yang dilakukan Widyarani (2020) berjudul “Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan di Pizza HUT Soekarno Hatta Malang “. Dimana peneliti tersebut juga mengungkapkan hasil yang sama dengan penelitian yang saya lakukan. Berdasarkan dasar dari *true loyalty* dimana kualitas pelayanan dan customer satisfaction adalah

hal yang paling utama dari input dalam proses sebuah jasa (Adam dalam Widyarani, 2020 : 98).

Penutup

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan dapat ditarik kesimpulan bahwa tidak ada pengaruh parsial antara variabel kualitas pelayanan, kepuasan pelanggan dengan loyalitas pelanggan. Akan tetapi variabel kualitas pelayanan, kepuasan pelanggan, loyalitas pelanggan memberi pengaruh secara simultan. Untuk variabel kualitas pelayanan, kepuasan pelanggan secara bersamaan berpengaruh pada variabel loyalitas pelanggan sebanyak 48,6%. Sementara sisa, dipengaruhi oleh variabel lainnya yang dalam permasalahan ini tidak diteliti oleh peneliti karena banyaknya keterbatasan yang ada, yaitu sebesar 51,4%.

Saran dalam penelitian adalah:

- 1) Untuk peneliti seterusnya diharapkan agar dapat menambah variabel yang lain sehingga penelitian akan lebih lengkap dan akurat.
- 2) Bagi karyawan diharapkan untuk lebih memperbaiki kinerja karyawannya kualitas pelayanan sehingga dapat meningkatkan perkembangan bisnis perusahaan ke depannya.

Daftar Pustaka

- Feriyanto, Andri dan Endang Shyta Triana. 2017, *Pengantar Manajemen (3 in 1) Untuk Mahasiswa dan Umum*, Mediatara, Yogyakarta.
- Fikri, Sirhan, Wahyu Wiyani dan Agung Suwandaru, 2016, *Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan dan Loyalitas Mahasiswa*, Jurnal Bisnis dan Manajemen Vol. 3, No. 1, Hal 120-134.
- Indrasari, Meithiana, 2019, *Pemasaran & Kepuasan Pelanggan*, Unitomo Press, Surabaya.
- Lubis, 2018, *Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kinerja Karyawan terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus pada KOPMA UMS)*,

- Universitas Muhammadiyah Surakarta, Surakarta.
- Nadra, Nyimas, 2017, *Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan pada CV. Sinar Surya Palembang*, Universitas Muhammadiyah Palembang, Palembang.
- Naldo, Rio, 2020, *Pengaruh Kompensasi, Lingkungan Kerja Non Fisik dan Kepuasan Kerja terhadap Kinerja Karyawan Bagian Driver (Juru Mudi) pada PT. Adi Sarana Armada Tbk. (ASSA Rent) Cabang Pekanbaru*, UIN Suska Riau, Riau.
- Natasya, Kristina Deta, 2018, *Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Loyakutas Konsumen denfan Kepuasan Konsumen sebagai Variabel Mediasu (Studi Kasus pada Konsumen Bengkel Setia Motor Ruki Cikande Permai Blok A1 No 2 – Kota Serang Provinsu Banten*, Universitas Sanata Dharma, Yogyakarta.
- PT Assa Rent, 2016, *Laporan Tahunan Annual Report 2016: Terdepa dalam Usaha Melalui Inovasi Berkesinambungan*, PT Adi Sarana Armada Tbk, Jakarta.
- Putra, Zuliansah dan Edi Winata, 2020, *Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan pada PT. Adi Sarana Armada, Tbk Cabang Medan*, Jurnal Studi Manajemen, Vol. 2, No. 3, Hal 141-147.
- Rofiah, 2017, *Kualitas Pelayanan dan Pengaruhnya terhadap Loyalitas Pelanggan yang Di Mediasi oleh Kepuasan di Bank Muamalat Jombang*, Jurnal EKSIS Vol. 12, No. 1, Hal 69-82.
- Sifa, Nenden Nurul, 2017, *Pengaruh Budaya Organisasi dan Disiplin Kerja terhadap Kinerja Pegawai pada Dinas Komunikasi dan Informatika Provisi Jawa Barat*, Universitas Pasundan: 2017.
- Trianah, Lilik, Diah Pramitasri dan Siti Zahrani Marichs, 2017, *Pengaruh Kualitas PELayanan terhadap Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Pelanggan (Studi Kasus pada Pelanggan D'Besto Mangun Jaya 2 Tambun Selatan)*, Jurnal STEI Ekonomi, Vol. 26, No. 01, Hal: 105-122.
- Widyarani, Radianti Armadana dan Ita Rifiani Permatasari. 2020, *Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan di Pizza HUT Soekarno Hatta Malang*, Jurnal Aplikasi Bisnis, Vol. 6, No. 1, Hal: 97-100.