



Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Mitra Ninja Xpress Sukamanah Kota Tasikmalaya

Siti Yumna Nabilla Qatrunnada¹, Cecep Hermana²

^{1,2}Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Singaperbangsa

Abstract

Received: 23 Desember 2022

Revised: 26 Desember 2022

Accepted: 28 Desember 2022

Loyalty is a measure of a customer's relationship to a product or service. This measure is able to describe whether or not a customer may switch to another brand. Customer loyalty can also be affected by Quality of Service and Trust. Good service quality if accompanied by trust is expected to increase customer loyalty to Mitra Ninja Xpress Sukamanah Kota Tasikmalaya. This research was conducted using descriptive and verifiable methods. The sample used was a simple random sampling method with a total sample of 305 respondents from a population of 1,271. The partial effect of service quality on customer loyalty was 0.227 or 22.7% and the partial effect of trust on customer loyalty was 0.568 or 56.8%. This shows a significant partial influence between quality of service and trust on customer loyalty. Service quality and trust have a significant influence, both partially and simultaneously on Customer Loyalty. The total effect of service quality and trust on customer loyalty was 0.452 or 45.2% and the remaining was 0.548 or 54.8% the influence of other variables not studied in this study.

Keywords: *Customer loyalty, trust, service quality, management.*

(*) Corresponding Author: nabila@gmail.com

How to Cite: Qatrunnada, S. Y., & Hermana, C. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Mitra Ninja Xpress Sukamanah Kota Tasikmalaya. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 9(1), 503-512. <https://doi.org/10.5281/zenodo.7551125>

PENDAHULUAN

Perkembangan dan perubahan di zaman sekarang membawa dampak yang cukup besar pada berbagai bidang dari ekonomi industri menuju ekonomi jasa. Salah satunya yaitu perkembangan dan perubahan akan pengiriman dan penerimaan barang yang dapat dilakukan dengan cepat, mudah dan aman. Dengan meningkatnya perkembangan di masa kini, maka kebutuhan akan jasa pengiriman barangpun juga semakin meningkat. Jadi, tidak hanya industri manufaktur saja yang mendominasi aktivitas perekonomian di seluruh dunia, namun industri jasa turut juga memegang peranan cukup penting.

Bisnis pengiriman barang merupakan salah satu bisnis yang sedang menjadi primadona di tanah air kita pada tahun ini. Peluang usaha ekspedisi pun semakin cerah yang disebabkan oleh pertumbuhan pasar e-commerce. Adanya sistem berbelanja melalui online ini mendukung hadirnya perusahaan-perusahaan jasa pengiriman barang atau kurir sehingga masyarakat dapat dengan mudah menikmati berbelanja di pasar e-commerce.

Salah satu layanan penyedia jasa ekspedisi di Indonesia yaitu Ninja Xpress. Ninja Xpress adalah perusahaan jasa ekspedisi yang mulai beroperasi pada



tahun 2014 di Singapura. Perusahaan ini merupakan afiliasi dari Ninja Van. Ninja Van, melakukan ekspansi ke Indonesia dengan membuka layanan kurir berbasis aplikasi bernama Ninja Xpress. Perusahaan ini memberikan jasa pengiriman dan penerimaan paket berbasis teknologi yang menawarkan sistem komputasi waktu nyata juga COD.

Meskipun telah banyak memberikan kontribusi kepada masyarakat untuk proses pengiriman barang dari seller kepada pembeli atau pengiriman perorangan, masih tetap ada keluhan dari masyarakat, seperti damage product (kerusakan produk pada pengiriman barang), disaster (bencana alam atau kerusakan lainnya), cross label (salah pelabelan alamat, kode barang, dan lain-lain) beberapa kesalahan yang terjadi memungkinkan barang tidak sampai ke tujuan atau mengalami retur ke pengirimnya.

Kresna B. D. (2012) dalam Jaka Atmaja (2018) mengemukakan bahwa “Sebagaimana perusahaan sengaja memanjakan konsumen melalui pelayanan yang diberikan bahkan dewasa ini konsumen sudah dianggap sebagai raja dan konsumen juga dianggap sebagai bagian dari perusahaan yang harus segera dipenuhi kebutuhan serta keinginannya seperti dilayani secara cepat dan akurat”

Membangun loyalitas konsumen juga tidaklah mudah apalagi menghendaknya secara cepat karena loyalitas tidak muncul secara tiba-tiba melainkan memerlukan strategi untuk mencapainya. Konsumen yang loyal biasanya sudah merasa puas dengan produk atau jasa yang pernah diterimanya, Qomariah (2016) dalam Sofiati, dkk (2018).

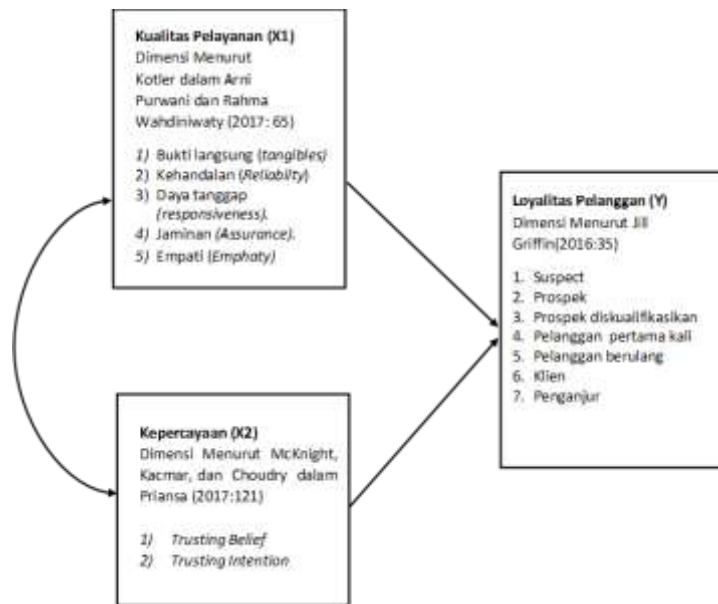
Menurut Sangadji dan Sopiah (2013:201) dalam Maulana Rajab Hasanuddin (2020:41) menyatakan bahwa “kepercayaan adalah kekuatan pengetahuan yang dimiliki oleh konsumen dan semua yang dibuat konsumen bahwa produk mempunyai objek, atribut, dan manfaat”. Pengertian di atas mengartikan bahwa “kepercayaan (trust) sebagai kemauan untuk bergantung pada penjual yang dapat dipercaya”.

METODOLOGI PENELITIAN

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif dan verifikatif (*path analysis*) dengan pendekatan kuantitatif. yang menjadi populasi penelitian ini adalah data pelanggan dari November 2020 sampai September 2021 yaitu sebanyak 1.271 pelanggan. Penarikan sampel yang dilakukan penulis yaitu dengan perhitungan rumus Slovin untuk mengetahui jumlah sampel yang akan diteliti dari pelanggan Jasa Mitra Ninja Xpress Sukamanah Kota Tasikmalaya yang memiliki populasi jumlahnya 1.271 orang pelanggan. Berdasarkan populasi yang sudah ditentukan, peneliti mengambil sampel dengan menggunakan teknik sampling yaitu *random (probability)* dengan metode *Simple Random Sampling*.

HASIL & PEMBAHASAN

Berdasarkan kajian literatur diatas mengenai hubungan variabel independen dan variabel dependen, maka dapat digambarkan kerangka sebagai berikut:



Variabel Penelitian:

Kualitas Pelayanan (X1)

Kepercayaan (X2)

Loyalitas Pelanggan (Y)

Hipotesis Penelitian:

- 1) H1: Terdapat korelasi antara Kualitas Pelayanan dengan Kepercayaan pada Mitra Ninja Xpress Sukamanah.
- 2) H2: Terdapat pengaruh parsial antara Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan terhadap Loyalitas Pelanggan Mitra Ninja Xpress Sukamanah.
- 3) H3: Terdapat pengaruh simultan antara Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan terhadap Loyalitas Pelanggan Mitra Ninja Xpress Sukamanah.

Uji Keabsahan Data

1. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas

Tabel Hasil Uji Validitas Dan Reliabilitas

Variabel	<i>r</i> hitung	<i>r</i> kritis	Keterangan
Kualitas Pelayanan	0,727	0,6	Valid
Kepercayaan	0,694	0,6	Valid
Loyalitas Pelanggan	0,670	0,6	Valid

Darit tabel hasil pengujian reliabilitas diatas, diketahui bahwa untuk setiap variabel $> 0,60$, sehingga variabel Kualitas Pelayanan memiliki *r* hitung 0,727, variabel Kepercayaan memiliki *r* hitung 0,694, variabel Loyalitas Pelanggan memiliki *r* Hitung 0,670 maka semua variabel dinyatakan reliabel.

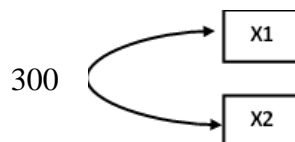
2. Hasil Uji Normalitas

Tabel Hasil Uji Normalitas

		Unstandardized Residual
N		305
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	0,0000000
	Std. Deviation	2,13602542
Most Extreme Differences	Absolute	0,049
	Positive	0,034
	Negative	-0,049
Test Statistic		0,049
Asymp. Sig. (2-tailed)		.076 ^{c,d}

Berdasarkan tabel hasil uji normalitas data menunjukkan bahwa hasil seluruh data yang digunakan baik atau berdistribusi normal yang dapat diperhatikan pada Asymp. Sig. (2-tailed) memiliki nilai 0,076 yang mana nilai tersebut lebih besar dari 0,05.

Analisis Verifikatif (*Path Analysis*) Korelasi Antara Variabel Bebas



Analisis Hasil yang diperoleh besaran koefisien korelasi diantara variabel (X1) dan (X2) didapat nilai sebesar 0,300 yang berarti mempunyai tingkat hubungan yang rendah.

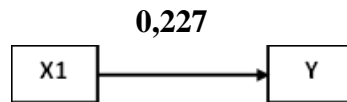
Analisis Jalur (*Path Analysis*)

Tabel Koefisien Jalur

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	14,665	1,508		9,721	0,000
	x1	0,169	0,033	0,227	5,075	0,000
	x2	0,457	0,036	0,568	12,725	0,000

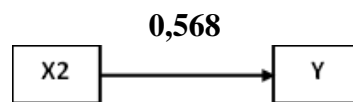
Tabel tersebut menunjukkan nilai koefisien jalur variabel Kualitas Pelayanan (X1) dan Kepercayaan (X2) terhadap Loyalitas Pelanggan (Y). Nilai koefisien jalur tersebut masing-masing dijelaskan sebagai berikut:

Koefisien Jalur Variabel Kepercayaan (X1) Terhadap Loyalitas Pelanggan (Y)



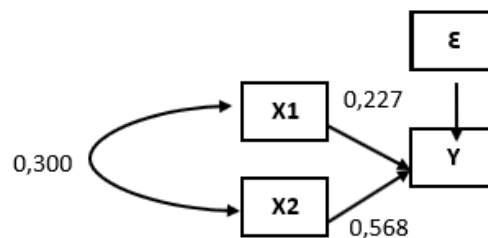
Berdasarkan hasil analisis diatas maka diketahui besarnya koefisien jalur dari kualitas pelayanan (X1) terhadap loyalitas pelanggan (Y) pada Mitra Ninja Xpress Sukamanah Kota Tasikmalaya sebesar 5,2%, artinya kualitas pelayanan dapat menjelaskan perannya untuk meningkatkan loyalitas pelanggan pada Mitra Ninja Xpress Sukamanah Kota Tasikmalaya sebesar 5,2%.

Koefisien Jalur Variabel Kepercayaan (X2) Terhadap Loyalitas Pelanggan (Y)



Berdasarkan hasil analisis diatas maka diketahui besarnya koefisien jalur dari kepercayaan (X2) terhadap loyalitas pelanggan (Y) pada Mitra Ninja Xpress Sukamanah Kota Tasikmalaya sebesar 32,3%, artinya kepercayaan dapat menjelaskan perannya untuk meningkatkan loyalitas pelanggan pada Mitra Ninja Xpress Sukamanah Kota Tasikmalaya sebesar 32,3%.

Koefisien Jalur Variabel Kualitas Pelayanan (X1) dan Kepercayaan (X2) Terhadap Loyalitas Pelanggan (Y)



Berdasarkan gambar 4.38 menunjukkan bahwa besaran derajat asosiatif atau koefisien jalur variabel kepercayaan (0,568) lebih tinggi dibandingkan dengan variabel kualitas kepercayaan (0,227), artinya bahwa kepercayaan (X2) lebih berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan (Y) dibandingkan dengan kualitas pelayanan (X1). Adapun persamaan jalurnya adalah sebagai berikut:

$$Y = 0,227X1 + 0,568X2 + \epsilon$$

Pengujian Hipotesis

Korelasi Antara Kualitas Pelayanan (X1) dengan Kepercayaan (X2)

Harga t hitung yang dihasilkan adalah 5,474 dibandingkan dengan t tabel pada tingkat kesalahan 5% $db = (n-2) 305 - 2 = 303$ maka diperoleh t tabel = 1,968 dengan demikian diketahui t hitung (5,474) > t tabel (1,968) maka dapat dinyatakan bahwa H_0 ditolak, artinya terdapat hubungan antara kualitas pelayanan (X1) dengan Kepercayaan (X2).

Uji Hipotesis Secara Parsial Kualitas Pelaynan (X1) Terhadap Loyalitas Pelanggan (Y)

Untuk pengaruh kualitas pelaynan (X1) secara parsial terhadap loyalitas pelanggan (Y) dengan tingkat signifikan (α) = 5% degree of freedom (df) = $(n-2) = 305 - 2 = 303$ diperoleh $t_{tabel} = 1,968$ dan sig 0,000. Pengaruh X1 secara pasial terhadap Y dapat diperlihatkan pada tabel berikut ini:

Struktur	Sig.	α	t_{hitung}	t_{tabel}	Kesimpulan
ρ_{yx1}	0,000	0,05	5,075	1,968	H_0 ditolak

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan nilai sig (0,000) < α (0,05) dan t hitung (5,075) > t tabel maka H_0 ditolak. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan (X1) secara parsial berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan (Y).

Uji Hipotesis Secara Parsial Kepercayaan (X2) Terhadap Loyalitas Pelanggan (Y)

Untuk pengaruh kepercayaan (X2) secara parsial terhadap loyalitas pelanggan (Y) dengan tingkat signifikan (α) = 5% degree of freedom (df) = $(n-2) = 305 - 2 = 303$ diperoleh $t_{tabel} = 1,968$ dan sig 0,000. Pengaruh X2 secara pasial terhadap Y dapat diperlihatkan pada tabel berikut ini:

Struktur	Sig.	α	t_{hitung}	t_{tabel}	Kesimpulan
ρ_{yx2}	0,000	0,05	12,725	1,968	H_0 ditolak

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan nilai sig (0,000) < α (0,05) dan t hitung (12,725) > t tabel maka H_0 ditolak. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan (X2) secara parsial berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan (Y).

Uji Hipotesis Secara Simultan Kualitas Pelayanan (X1) dan Kepercayaan (X2) Terhadap Loyalitas Pelanggan (Y)

Untuk Kualitas Pelayanan (X1) dan kepercayaan (X2) secara simultan terhadap Loyalitas Pelanggan (Y) dengan tingkat signifikan (α) = 5% degree of

freedom $df_1 = (k-1) = (3-1) = 2$ dan $df_2 = (n-k) = (305-3) = 302$ diperoleh $f_{tabel} = 3,026$. Sedangkan f_{hitung} dapat dilihat dari tabel dibawah ini:

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1142,608	2	571,304	124,391	.000 ^b
	Residual	1387,032	302	4,593		
	Total	2529,639	304			

Berdasarkan tabel diatas, menunjukkan $f_{hitung} = 124,391$ dan $sig. = 0,000$. Pengaruh X_1 dan X_2 secara simultan terhadap Y diperlihatkan pada tabel berikut ini:

Struktur	Sig.	α	f_{hitung}	f_{tabel}	Kesimpulan
Pyx1x2	0,000	0,05	124,391	3,026	Ho ditolak

Tabel diatas menunjukkan bahwa nilai $sig(0,000) < \alpha(0,05)$ dan $f_{hitung}(124,391) > f_{tabel}(3,026)$, maka H_0 ditolak. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan (X_1) dan Kepercayaan (X_2) berpengaruh simultan terhadap Loyalitas Pelanggan (Y).

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian di atas dapat diambil kesimpulan sebagai berikut. Terdapat korelasi antara kualitas pelayanan dengan kepercayaan pada Mitra Ninja Xpress Sukamanah Kota Tasikmalaya yaitu sebesar 0,300. Hal ini menunjukkan bahwa korelasi kualitas pelayanan dan kepercayaan berada dalam kategori rendah. Terdapat pengaruh parsial dari kualitas pelayanan dan kepercayaan sebesar 0,277 atau 27,7% dan 0,568 atau 56,8% terhadap loyalitas pelanggan. Dan total pengaruh simultan kualitas pelayanan dan kepercayaan terhadap loyalitas pelanggan adalah sebesar 0,452 atau sebesar 45,2% dan sisanya sebesar 0,548 atau sebesar 54,8% pengaruh dari variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Maka H_1 , H_2 , dan H_3 bisa dinyatakan diterima.

DAFTAR PUSTAKA

Buku :

- Aditama, R.A. 2020. *Pengantar Manajemen: Teori dan Aplikasi*. Badan Penerbit AE Publishing, Malang.
- Assauri, S. (2016). *Manajemen Operasi Produksi Pencapaian Sasaran Organisasi Berkesinambungan (3rd ed.)*. Malang: Raja Grafindo Persada.
- Barlian, Eri. 2016. *Metodologi Penelitian Kualitatif & Kuantitatif*. Badan Penerbit Sukabina Press, Padang.

- Donni Juni Priansa. 2017. *Komunikasi Pemasaran Terpadu Pada Era Media Sosial*. Bandung: CV Pustaka Setia.
- Dr. Drs. H. Rifa'i Abubakar, M.A. 2020. *Pengantar metodologi Penelitian*. Badan Penerbit SUKA-Press UIN Sunan Kalijaga.
- Ghozali, Imam. 2018. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro: Semarang.
- Griffin, J., (2016), *Customer Loyalty, Menumbuhkan dan Mempertahankan Kesetiaan Pelanggan*. Alih Bahasa Dwi Kartini Yahya. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Amstrong. 2016. *Principles of Marketing Sixteenth Edition Global Edition*. England. Pearson Education Limited.
- Siyoto, Sandu. 2015. *Dasar Metodologi Penelitian*. Badan Penerbit Literasi Media Publishing, Karanganyar.
- Sugiyono, 2018. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Badan Penerbit Alfabeta Bandung.
- Sugiyono, 2019 *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Badan Penerbit Alfabeta Bandung.
- Syahza, Almasdi. 2021. *Metodologi Penelitian (Edisi Revisi Tahun 2021)*. Badan Penerbit UR Press, Pekanbaru.
- Tjiptono, 2019. *Strategi Pemasaran Prinsip & Penerapan*. Edisi 1. Yogyakarta. Andy.
- Tjiptono, Fandy dan Gregorius, Chandra. 2017. *Pemasaran Strategik*. Edisi ke-3. Yogyakarta: Andi (Anggota IKAPI).

Jurnal :

- A. Ganiyu, 2017. "*Customer Satisfaction And Loyalty: A Study Of Interrelationships And Effects In Nigerian Domestic Airline Industry*," Oradea Journal of Business and Economics, University of Oradea, Faculty of Economics, vol. 2.
- Arni Purwanti dan Rahma Wahdiniwaty. 2017. *Analisis Kualitas Pelayanan, Kepercayaan, Dan Kewajaran Harga Pengaruhnya Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Cinderella School Of English For Children Di Bandung*. Jurnal Ilmiah Magister Manajemen UNIKOM Bandung, 11 November 2019, 62 – 75.
- Atmaja, Jaka. 2018. *Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Nasabah Terhadap Loyalitas Pada Bank BJB*. Jurnal Ecodemica, Vol. 2 No. 1.
- Damsir, M. L. 2019. *Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Konsumen Layanan Indihome di Pekanbaru*. Jurnal Ekonomi dan Ilmu Spsial. UIN Sultan Syarif. Riau.
- Danesh, S.N., Nasab, S.A., dan Ling, K.C. (2012). *The Study of Customer Satisfaction, Customer Trust and Switching Barriers on Customer Retention*

in Malaysia Hypermarkets. International Journal of business and Management. Vol. 7, No. 7

- Fathiyahrohmah, Annisa 2021. *PENGARUH KERAGAMAN PRODUK DAN PELAYANAN TERHADAP NILAI PELANGGAN SERTA DAMPAKNYA PADA KEPUASAAN KONSUMEN.* Artikel Program Magister Manajemen Fakultas Pascasarjana Universitas Pasundan, Bandung.
- Firman Fernanda, F.F. Tuti Hastuti, dan Bambang Budiantono. 2021. *Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan Dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi Pada Pt. Satria Antarana Prima Tbk Di Malang).* Conference on Economic and Business Innovation. Hal. 1.
- Hariadji, Roekma. 2018. *PENGARUH KUALITAS LAYANAN, KUALITAS PRODUK, DAN KEPERCAYAAN NASABAH TERHADAP LOYALITAS NASABAH MELALUI KEPUASAN NASABAH.* Jurnal Ilmiah Ekbank, Volume 1 Nomor 2.
- Hidayah, Ida., Ariefiantoro, Trguh., dan Dwi Widi Pratito Sri Nugroho. *Analisis Strategi Bauran Pemasaran Dalam Meningkatkan Volume Penjualan (Studi Kasus Pada Pudanis Di Kaliwungu).* 2021. Jurnal Ilmiah Bidang Ilmu Ekonomi Vol. 19, No. 1, Hal. 78.
- Martina Rahmawati Masitoh, Hermansyah Andi Wibowo, dan Khairul Ikhsan. 2019. *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pelanggan, dan Kepercayaan Merek Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Pengguna Aplikasi Mobile Shopee.* Jurnal Sains Manajemen Volume 5, Nomor 1. Hal. 101.
- Maulana Rajab Hasanuddin, N. Rachma, dan Budi Wahono. 2020. *Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Dan Kepercayaan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan (Pada Pelanggan Kedai Kopi Mr Beard Coffee Jl, Saxophone No. 47 Tunggal Wulung Lowokwaru Malang).* e – Jurnal Riset Manajemen PRODI MANAJEMEN. Hal. 39.
- Mohiharapon Diza, dan Imelda W.J Ogi. 2016. *Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Konsumen. (Studi pada PT. FLF Grtoup).* EMBA.Vol.4.No.1.
- Morgan & Hunt, 2014. “*The commitment-trust theory of relationship marketing*”, Journal of Marketing, Vol. 58 No. 3, pp. 20-38.
- Pratama, Angga., Lismiatun, Eka Rahim, Khoirunisa , dan Frans Bonar Sihite. 2020. *Memperkenalkan Manajemen Produksi Dan Sumber Daya Manusia Yang Baik Pada Petani Dalam Memproduksi Apel Menjadi Produksi Manisan Pada Petani Apel Di Desa Sumbergede, Bumiaji.* Jurnal LOKABMAS Kreatif Vol. 01, No. 01, Hal.85.
- Rahman, Arif. 2016. *Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan terhadap Loyalitas Pelanggan dengan Kepuasan Pelanggan sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Pelanggan CV.AHASS Brahma Motor).* Jurnal.

- Ratna Yunita Dewi dan Sri Yanthy Yosepha. 2020. *Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Konsumen Pada Jasa Pengiriman J&T Express*. JURNAL ILMIAH MAHASISWA MANAJEMEN UNSURYA VOL. 1, NO. 1. Hal. 82.
- Ratnasari, Ina dan Damayanti, Sri. 2020. *PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN KEPERCAYAAN PASIEN TERHADAP KEPUASAN PASIEN RAWAT INAP KELAS 1 PESERTA BPJS DI RSUD KARAWANG*. Cakrawala Management Business Journal. Vol. 3, No 20.
- Riza Azzah Syafawati. 2020. *Analisis Perilaku Konsumen, Produsen Dan Pasar Dalam Islam Pada Masyarakat Riza Azzah Syafawati*. JURNAL EKONOMI ISLAM, Hal. 129.
- Sofiati, iis., Qomariah, Nurul., dan Hermawan, Haris. 2018. *DAMPAK KUALITAS PELAYANAN TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN IMPACT OF SERVICE QUALITY ON CONSUMER LOYALTY*. JSMBI (Jurnal Sains Manajemen Dan Bisnis Indonesia) Vol. 8 No. 2.
- Supertini, N.P.S., Telagawathi, N.L.W.S., dan Yulianthini, N.N. 2020. *PENGARUH KEPERCAYAAN DAN KEPUASAN PELANGGAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PADA PUSAKA KEBAYA DI SINGARAJA*. Jurnal Manajemen dan Bisnis, Vol 2 No. 1.
- Tiong, Piter. 2018. *PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PT. PRIMAGUM SEJATI DI MAKASSAR*. SEIKO Journal of Management and Business. VOL. 1 NO. 2.
- Tri Yulistiyawati Evelina, Shinta Maharani Trievena, dan Ahmad Fauzi. *Pelatihan Manajemen Pemasaran Industri Rumah Tangga Raket Tenis Meja*. 2019. Jurnal Pengabdian Polinema Kepada Masyarakat Vol. 7 No. 1, Hal. 8.
- Trisusanti, Yelii. 2017. *Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Nasabah (Studi Pada Bank Bni Syariah Kantor Cabang Pekanbaru)*. JOM FISIP Vol.4 No. 2. Hal. 8.

Situs:

- media.ninjavan.co/id/. 19 Agustus 2021. *Layani Lebih Dari 110 Juta Pengiriman ke seluruh Indonesia, NinjaXpress Catatkan Peningkatan hingga 80% Pengiriman Pada Semester 1 2021*. Diakses pada 2 Februari 2022.