



Pengaruh Kualitas Layanan Dan Nilai Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan PT Pelindo Multi Terminal Branch Jamrud

Hanoum Nabila¹, Siti Aisah²

^{1, 2}Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi IBMT Surabaya

Abstract

Received: 27 November 2023
Revised: 08 Desember 2023
Accepted: 15 Desember 2023

Penelitian ini untuk mengetahui lebih lanjut tentang Pengaruh Kualitas Layanan Dan Nilai Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan pada PT Pelindo Multi Terminal Branch Jamrud yang berlokasi di Jl. Perak Utara Kota Surabaya. Loyalitas pelanggan merupakan bentuk kesetiaan pelanggan terhadap sebuah produk atau jasa. Maka dari itu PT Pelindo Multi Terminal branch Jamrud terus memanfaatkan dan mengembangkan digitalisasi dalam mempertahankan loyalitas pelanggan dengan meningkatkan kualitas layanan jasa yang diberikan kepada pelanggan. Metode penelitian yang digunakan yaitu metode kuantitatif. Dengan jumlah sampel yang diambil 120 responden. Populasi penelitian menggunakan teknik pengambilan sampel non probability dan purposive sampling. Analisis data yang digunakan yaitu SPSS (Statistical Program for Social Science). Untuk teknik pengambilan data dengan menyebarkan kuesioner online melalui whatsapp yang diisi oleh Pengguna Jasa PT Pelindo Multi Terminal Branch Jamrud. Hasil analisis menggunakan SPSS menunjukkan dari 3 variabel, ada 1 variabel yaitu Kualitas Layanan yang tidak berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan yaitu sebesar $0,310 > 0,05$ dengan nilai t hitung $1,019 > t$ tabel $1,98045$. Kesimpulan dalam penelitian ini adalah Kualitas Layanan tidak berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan pada PT Pelindo Multi Terminal Branch Jamrud. Nilai Pelanggan berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan pada PT Pelindo Multi Terminal Branch Jamrud. Kualitas Layanan dan Nilai Pelanggan berpengaruh secara simultan terhadap Loyalitas Pelanggan pada PT Pelindo Multi Terminal Branch Jamrud.

Keywords: Loyalitas Pelanggan, Kualitas Layanan, Nilai Pelanggan

(*) Corresponding Author: hanoumnabila205@gmail.com

How to Cite: Nabila, H., & Aisah, S. (2023). Pengaruh Kualitas Layanan Dan Nilai Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan PT Pelindo Multi Terminal Branch Jamrud. <https://doi.org/10.5281/zenodo.10427089>.

PENDAHULUAN

Pelabuhan ialah sebagai pintu masuk atau pintu keluar barang dari negara atau daerah tertentu. Pelabuhan juga merupakan rantai dari proses perdagangan dunia, baik perdagangan antar pulau ataupun internasional. Dimana pelabuhan memegang peranan penting bagi perekonomian negara atau suatu daerah.

Pelabuhan merupakan simpul transportasi yang menghubungkan titik-titik perpindahan baik angkutan penumpang maupun muatan barang dari satu moda angkutan ke moda angkutan lainnya. Semua kegiatan yang dilakukan di pelabuhan memiliki peranan masing-masing dalam berbagai jenis bidang seperti perekonomian, perikanan dan pertahanan. Maka dari itu pelabuhan terus memaksimalkan fungsi pelabuhan itu sendiri agar bisa terus berkembang mengikuti perkembangan jaman.

PT Pelindo Multi Terminal Branch Jamrud memiliki *core values*. *Core values* merupakan nilai-nilai utama yang harus senantiasa menjadi pedoman setiap

insan atau sumber daya manusia BUMN. *Core values* tertuang pada surat edaran Menteri BUMN SE-7/MBU/07/2020 tentang nilai-nilai utama (*Core values*) Sumber Daya Manusia BUMN pada tanggal 1 Juli 2020. Terdapat 6 (enam) nilai yaitu :

1. Amanah : Memegang teguh kepercayaan yang diberikan.
2. Kompeten : Terus belajar dan mengembangkan kapabilitas.
3. Harmonis : Saling peduli dan menghargai perbedaan.
4. Loyal : Berdedikasi dan mengutamakan kepentingan bangsa dan negara.
5. Adaptif : Terus berinovasi dan antusias dalam menggerakkan ataupun menghadapi perubahan
6. Kolaboratif : Membangun kerjasama yang sinergis.

PT Pelindo Multi Terminal Branch Jamrud yang bergerak dibidang jasa kepelabuhanan yang menyediakan jasa pelayanan seperti *stevedoring*, *cargodoring* dan *receiving delivery* hingga jasa lainnya. PT Pelindo Multi Terminal Branch Jamrud juga merupakan terminal kargo umum dan curah kering yang berada di area Pelabuhan Tanjung Perak Jawa Timur.

Selain kualitas pelayanan, kepuasan pelanggan juga termasuk faktor pendukung yang dapat membentuk pelanggan menjadi loyal. Menurut Kotler dan Keller (2016) loyalitas pelanggan ialah komitmen yang dipegang secara mendalam untuk membeli atau mendukung kembali produk atau jasa yang disukai di masa depan.

Salah satu faktor lain yang mempengaruhi loyalitas pelanggan ialah nilai pelanggan. Nilai pelanggan adalah sebuah persepsi pelanggan terhadap nilai atas kualitas yang ditawarkan relatif tinggi dari pesaing akan mempengaruhi tingkat loyalitas pelanggan, semakin tinggi persepsi nilai yang didapat pelanggan, semakin besar kemungkinan terjadinya hubungan jangka panjang.

PT Pelindo Multi Terminal juga memperkuat program transformasi dengan berbagai macam upaya untuk terus meningkatkan layanan jasa kepelabuhanan melalui penggunaan dukungan digitalisasi sistem informasi pada layanan operasional perusahaan. Tutar Direktur Operasi Pelindo Multi Terminal Ridwan Sani Siregar “Proses transformasi layanan operasional berbasis *planning & control* telah dimulai di beberapa branch di Pelindo Multi Terminal yang di *control* secara terpusat melalui *Multipurpose Terminal Control Center (MTCC)*”. Tak hanya itu MTCC juga semakin meningkatkan *awareness* pelaksanaan *Health, Safety, Security and Environment (HSSE)* melalui pemantauan *real-time* terhadap segala kegiatan kepelabuhanan melalui akses CCTV, sehingga dapat mengurangi risiko kecelakaan kerja. Bagi Drajat Sulisty, MTCC menjadi wujud komitmen SPMT untuk dapat memenuhi keinginan dan harapan pengguna jasa. MTCC ini akan memberikan jaminan kepastian waktu layanan (*Fixed time*), kepastian biaya (*Fixed cost*) dan kepastian keamanan (*Safety*) atas layanan kepelabuhanan yang diterima. Tiga hal tersebut dapat mendorong penurunan waktu tambat kapal/*Port stay*.

Berdasarkan penjelasan di atas tentang PT Pelindo Multi Terminal Branch Jamrud, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul “Pengaruh Kualitas Layanan Dan Nilai Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan PT Pelindo Multi Terminal Branch Jamrud”

METODE PENELITIAN

Metode penelitian kuantitatif ialah penelitian dengan mengambil data dalam jumlah yang banyak. Seperti puluhan, ratusan atau ribuan dikarenakan populasi responden penelitian kuantitatif yang sangat luas. Menurut Sugiyono (2018) data kuantitatif merupakan metode penelitian yang berdasarkan *positivistic* (data yang konkrit). Data penelitian ini berupa angka-angka yang diukur menggunakan statistik sebagai alat uji penghitungan, yang berkaitan dengan masalah yang diteliti untuk mendapatkan kesimpulan. Dimana filsafat *positivistic* ini digunakan pada populasi atau sampel tertentu.

Jenis penelitian yang akan digunakan peneliti adalah penelitian kuantitatif. Peneliti menggunakan metode kuantitatif bertujuan untuk menguji pengaruh kualitas layanan dan nilai pelanggan terhadap loyalitas pelanggan dengan hipotesis-hipotesis yang spesifik dari teori-teori yang sudah ada. Sehingga dapat mengumpulkan data-data yang dapat mendukung hipotesis tersebut.

Populasi dalam penelitian ini yaitu seluruh pelanggan pengguna jasa PT Pelindo Multi Terminal *Branch* Jamrud. Berdasarkan data yang diperoleh dari peneliti adalah populasi dalam penelitian ini yaitu berjumlah 138 pelanggan pengguna jasa.

Pada penelitian ini teknik yang digunakan dalam pengambilan sampel yang berdasarkan populasi yaitu menggunakan teknik *Non-probability Sampling* dan teknik *Purposive Samplig*. Menurut Sugiyono (2018) *Non-probability Sampling* adalah teknik pengambilan sampel dengan tidak memberi peluang yang sama pada setiap kelompok populasi saat akan dipilih sebagai sampel. Dan teknik *Purposive Sampling* menurut Sugiyono (2018) yaitu pengambilan sampel dengan menggunakan beberapa pertimbangan-pertimbangan tertentu sesuai dengan kriteria yang diinginkan untuk menentukan jumlah sampel yang akan diteliti.

Menurut Ferdinand (2014) dalam metode SEM (*Structural Equation Model*) jumlah sampel yang dibutuhkan paling sedikit 5 kali jumlah variabel indikator. Sehingga untuk menentukan jumlah sampel pada penelitian ini, peneliti menggunakan rumus perhitungan SEM dengan berdasarkan penjumlahan indikator yang berjumlah 12 indikator. Maka berdasarkan hasil dari rumus SEM diperoleh jumlah sampel dalam penelitian ini yaitu sebanyak 120 responden.

Pengumpulan data dilakukan dengan menyebarkan kuesioner yang berisikan pernyataan-pernyataan berdasarkan indikator yang sudah ditentukan. Setiap item instrument diukur dengan skala *likert*, lalu pengujian data dilakukan menggunakan teknik analisa data program SPSS.

Teknik analisis yang dilakukan menggunakan analisis regresi linear berganda dengan uji statistik yang dipakai dalam penelitian ini ialah uji validitas, uji realibilitas, uji hipotesis, uji simultan dan uji koefisien determinasi. Dan uji asumsi klasik yaitu uji multikolinearitas, uji heterokedastisitas dan uji normalitas.

HASIL & PEMBAHASAN

Hasil

Berdasarkan hasil pengolahan data dari seluruh pernyataan dapat dikatakan valid. Dikarenakan nilai *r* tabel lebih besar dari nilai *r* hitung. Sehingga variabel kualitas layanan, nilai pelanggan dan loyalitas pelanggan memiliki nilai *r* hitung lebih dari 0,1793 maka dinyatakan item pernyataan yang digunakan valid.

Hasil dari uji realibilitas menyatakan bahwa seluruh variabel realiable, hal ini dikarenakan *cronbach's alpha* lebih dari 0,80.

1. Uji Regresi Linear Berganda

Tabel 1. Uji Regresi Linear Berganda

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2,807	1,243		2,258	,026
	Kualitas Layanan	,066	,064	,099	1,019	,310
	Nilai Pelanggan	,548	,076	,699	7,219	,000

a. Dependent Variable: Loyalitas Pelanggan

Sumber : Olahan peneliti

Berdasarkan tabel 1 menunjukkan hasil perhitungan regresi linear berganda dalam penelitian ini yaitu :

$$Y = 2,807 + 0,066 (X1) + 0,548 (X2)$$

Dapat dikatakan persamaan regresi linear berganda diatas kualitas layanan tidak berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan sedangkan nilai pelanggan berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan.

1. Koefisien regresi variabel kualitas layanan sebesar 0,066 yang artinya variabel independen lainnya tetap dan kualitas layanan mengalami kenaikan satu satuan maka loyalitas pelanggan akan mengalami kenaikan positif (+) sebesar 0,066. Semakin naik kualitas layanan maka loyalitas pelanggan akan meningkat.
2. Koefisien regresi variabel nilai pelanggan sebesar 0,548 yang artinya variabel independen lainnya tetap dan nilai pelanggan mengalami kenaikan satu satuan maka loyalitas pelanggan akan mengalami kenaikan positif (+) sebesar 0,548. Semakin naik nilai pelanggan maka loyalitas pelanggan akan meningkat.

2. Uji Hipotesis (uji t)

Tabel 2. Uji Hipotesis (uji t)

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2,807	1,243		2,258	,026
	Kualitas Layanan	,066	,064	,099	1,019	,310
	Nilai Pelanggan	,548	,076	,699	7,219	,000

a. Dependent Variable: Loyalitas Pelanggan

Sumber :

Olahan peneliti

Berdasarkan tabel 2 dapat disimpulkan bahwa diketahui nilai signifikansi untuk pengaruh kualitas layanan (X1) terhadap loyalitas pelanggan (Y) adalah sebesar 0,310 > 0,05 dengan nilai t hitung 1,019 > t tabel 1.98045. Maka dapat disimpulkan bahwa H1 tidak diterima yang berarti tidak terdapat pengaruh kualitas layanan (X1) terhadap loyalitas pelanggan (Y).

Diketahui nilai signifikansi untuk pengaruh nilai pelanggan (X2) terhadap loyalitas pelanggan (Y) adalah sebesar $0,000 < 0,05$ dengan nilai t hitung $7,219 < t$ tabel 1.98045. Maka dapat disimpulkan bahwa H2 diterima yang berarti terdapat pengaruh nilai pelanggan (X2) terhadap loyalitas pelanggan (Y).

3. Uji Simultan (uji f)

Tabel 3. Uji Simultan (uji f)

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	456,757	2	228,378	91,006	,000 ^b
	Residual	293,610	117	2,509		
	Total	750,367	119			

a. Dependent Variable: Loyalitas Pelanggan

b. Predictors: (Constant), Nilai Pelanggan, Kualitas Layanan

Sumber : Olahan peneliti

Berdasarkan tabel 3 menunjukkan nilai signifikansi untuk pengaruh variabel kualitas layanan (X1) dan nilai pelanggan (X2) secara signifikan atau secara simultan terhadap variabel loyalitas pelanggan (Y) adalah $0,000 < 0,05$ dengan nilai F hitung $91,006 > F$ tabel 2,68. Maka dapat disimpulkan bahwa kualitas layanan (X1) dan loyalitas pelanggan (X2) secara simultan pengaruh terhadap variabel loyalitas pelanggan (Y).

4. Uji Koefisien Determinan

Tabel 4. Uji Koefisien Determinan

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,780 ^a	,609	,602	1,584

a. Predictors: (Constant), Nilai Pelanggan, Kualitas Layanan

Sumber : Olahan peneliti

Berdasarkan tabel 4.8.3 menunjukkan nilai R adalah 0,780 jadi dapat disimpulkan bahwa hubungan antara kualitas layanan (X1) dan nilai pelanggan (X2) terhadap variabel loyalitas pelanggan (Y) sangat kuat dan nilai R Square sebesar 0,609 dapat disimpulkan bahwa pengaruh variabel kualitas layanan (X1) dan nilai pelanggan (X2) terhadap variabel loyalitas pelanggan (Y) adalah sebesar 60,9 %.

Hasil Uji Asumsi Klasik

5. Uji Multikolinearitas

Tabel 5. Uji Multikolinearitas

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized	t	Sig.	95.0% Confidence Interval for B		Correlations			Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Coefficients			Lower Bound	Upper Bound	Zero-order	Partial	Part	Tolerance	VIF
1	(Constant)	2,878	1,240		2,321	,022	,422	5,335					
	Kualitas Layanan	,054	,065	,082	,832	,407	-,075	,183	,656	,077	,048	,349	2,864
	Nilai Pelanggan	,558	,077	,712	7,266	,000	,406	,711	,778	,558	,421	,349	2,864

a. Dependent Variable: Loyalitas Pelanggan

Sumber : Olahan peneliti

Dari tabel 5 menunjukkan bahwa nilai *tolerance* $0,349 < 0,10$ dan nilai VIF $2,864 < 10,00$ dapat disimpulkan bahwa tidak terjadinya multikolinearitas antar variabel independen yaitu X1 dan X2. Dimana data yang baik seharusnya tidak terdapat multikolinearitas

6. Uji Heteroskedastisitas

Tabel 6. Uji Heteroskedastisitas

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized	t	Sig.
		B	Std. Error	Coefficients		
1	(Constant)	,916	,800		1,144	,255
	Kualitas Layanan	-,047	,042	-,175	-1,124	,263
	Nilai Pelanggan	,063	,050	,198	1,274	,205

a. Dependent Variable: RES2

Sumber : Olahan peneliti

Berdasarkan tabel 6 dapat disimpulkan bahwa nilai signifikansi X1 0,263 dan X2 0,205 bisa dikatakan nilai signifikansi dari dua variabel tersebut $> 0,05$ maka sesuai dengan uji glejser dinyatakan tidak terjadi gejala heteroskedastisitas.

7. Uji Normalitas

Tabel 7. Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		120
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	1,56209370
Most Extreme Differences	Absolute	,095
	Positive	,061
	Negative	-,095
Test Statistic		,095
Asymp. Sig. (2-tailed)		,010 ^c

- a. Test distribution is Normal.
- b. Calculated from data.
- c. Lilliefors Significance Correction.

Sumber : Olahan peneliti

Berdasarkan tabel 7 nilai asymp sig (2-tailed) sebesar $0,10 > 0,05$ maka dapat disimpulkan bahwa residual berdistribusi normal.

Pembahasan

1. Pengaruh kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan PT Pelindo Multi Terminal Branch Jamrud Nilam Mirah

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti, mendapatkan hasil uji untuk pengaruh kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan tidak berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan dengan hasil nilai signifikansi pengaruh kualitas layanan (X1) terhadap loyalitas pelanggan (Y) yaitu sebesar $0,310 > 0,05$ dengan nilai t hitung $1,019 > t$ tabel $1,98045$. Maka dapat disimpulkan bahwa H1 tidak diterima yang berarti tidak terdapat pengaruh kualitas layanan (X1) terhadap loyalitas pelanggan (Y). Pengujian ini sama dengan hasil jurnal dari Willyanto Agiesta, Achmad Sajidin dan Perwito (2021) yang berjudul “Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan KA Lokal Bandung Raya” dengan hasil pengujian kualitas dengan uji t kualitas layanan tidak berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan.

2. Pengaruh nilai pelanggan terhadap loyalitas pelanggan PT Pelindo Multi Terminal Branch Jamrud

Berdasarkan penelitian yang sudah dilakukan oleh peneliti, mendapatkan hasil uji untuk pengaruh nilai pelanggan (X2) terhadap loyalitas pelanggan (Y) berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan dengan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$ dengan nilai F hitung $91,006 > F$ tabel $2,68$. Maka dapat disimpulkan bahwa kualitas layanan (X1) dan loyalitas pelanggan (X2) secara simultan pengaruh terhadap variabel loyalitas pelanggan (Y). Pengujian ini sama dengan hasil jurnal dari Sitti Subekti dengan judul “Pengaruh Kualitas Layanan Dan Nilai Pelanggan Terhadap Loyalitas Penumpang Garuda Indonesia di Bandar Udara Radin Inten II Lampung” dengan hasil pengujian nilai pelanggan berpengaruh signifikan positif terhadap loyalitas penumpang.

Hasil yang sama juga didapatkan pada jurnal milik I Made Agistia dan I Nyoman Nurcaya (2019) dengan judul “Pengaruh Kualitas Layanan dan Nilai Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan” dengan hasil pengujian nilai pelanggan berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan sehingga semakin baik nilai pelanggan semakin tinggi tingkat loyalitas pelanggan.

3. Pengaruh Kualitas Layanan Dan Nilai Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan

Dalam penelitian ini menunjukkan hasil dari kualitas layanan, dan nilai pelanggan berpengaruh secara simultan terhadap loyalitas pelanggan. Dimana hasil yang sama didapatkan pada jurnal milik Sitti Subekti (2019) dengan judul “Pengaruh Kualitas Layanan dan Nilai Pelanggan Terhadap Loyalitas Penumpang Garuda Indonesia di Bandar Udara Radin Inten II Lampung” dengan hasil pengujian kualitas layanan dan nilai pelanggan secara simultan berkontribusi signifikan terhadap loyalitas penumpang Garuda Indonesia di Bandar Udara Radin Inten II Lampung.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil dari penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan di atas maka dapat diambil kesimpulan yaitu :

1. Kualitas Layanan tidak berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan pada PT Pelindo Multi Terminal *Branch* Jamrud.
2. Nilai Pelanggan berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan pada PT Pelindo Multi Terminal *Branch* Jamrud.
3. Kualitas Layanan dan Nilai Pelanggan berpengaruh secara simultan terhadap Loyalitas Pelanggan pada PT Pelindo Multi Terminal *Branch* Jamrud.

DAFTAR PUSTAKA

- Agiesta, Willyanto., Sajidin, Achmad., dan Perwito. 2021. “Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan terhadap loyalitas Pelanggan KA Lokal Bandung Raya.” *Jurnal Ilmiah Manajemen Ekonomi dan Akuntansi* 5(2):1653-1664.
- Agistia, I Made Meta., dan Nurcaya, I Nyoman. 2019. “Pengaruh Kualitas Layanan dan Nilai Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan.” *E-Jurnal Manajemen* 8(1):7219 – 7252.
- Arikunto, Suharsimi. 2013. *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Danang, Sunyoto. 2013. *Metodologi Penelitian Akuntansi*. Bandung: PT Refika Aditama Anggota Ikapi.
- Ferdinand, Augusty. 2014. *Metode Penelitian Manajemen*. Semarang: BP Universitas Diponegoro.
- Ghozali, Imam. 2017. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit UNDIP.
- Ghozali, Imam. 2018. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS* 25. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Haghkhah, Azam., Rasoolimanesh, S. Mostafa., dan Asgari, Ali A. 2020. “Effects of Customer Value and Service Quality on Customer Loyalty: Mediation Role of Trust and Commitment in Business-To business Context.” *Management Research and Practice* 12(1):27-47.
- Hurriyati, Ratih 2015. *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*. Bandung. Alfabeta.

- Kotler, Phillip., dan Keller, Kevin Lane. 2016. *Manajemen Pemasaran*. Edisi 12 Jilid 1 & 2. Jakarta: PT. Indeks.
- Mawardi, Amma. 2022. "Kualitas Pelanggan sebagai Dampak dari Peningkatan Kualitas Pelayanan dan Nilai Pelanggan (Studi Pada Sekolah Sepak Bola Cendrawasih Purwakarta)." *E-Qien Jurnal Ekonomi dan Bisnis* 9(2):47-52
- Nurhayati, Ade., dan Nurhalimah, Nuni. 2019. "Pengaruh Kualitas Pelayanan & Nilai Pelanggan terhadap Kepuasan Pelanggan." *Eqien-Journal of Economics and Business* 6(2):1-5.
- Oliver, Richard L. 2014. *Satisfaction: A Behavioral Perspective on the Consumer*. Routledge.
- Paputungan, Tatinaya., Tamengkel, Lucky F., dan Punuindong, Aneke Y. 2022. "Pengaruh Nilai Pelanggan dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan PT. Telkom Kotamobagu." *Productivity* 3(2):181-186.
- Rofflin, Eddy. 2021. *Populasi, Sampel, Variabel*. Jawa Tengah.
- Sari, Devi Cornelia., dan Marlien, R.A. 2019. "Pengaruh Kualitas Layanan, Kepercayaan, dan Nilai Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi Nasabah Tabungan Bank BNI Syariah Cabang Semarang)." *Proceeding Sendi_U*, 497-501.
- Setiawan, Desy Amaliati., Husen, Irfan Arif., Yuliansyah, Rahmat ., dan Wasif, Said Khaerul. 2022. "Pengaruh Promosi, Kualitas Pelayanan, dan Nilai Pelanggan Terhadap Kepuasan Konsumen Gojek (Studi Kasus ini di Wilayah Kelurahan Cipinang Besar Utara)." *Jurnal Inovasi Penelitian* 2(9):3131-3148.
- Siyoto, Sandu., dan Sodik, Ali. 2015. *Dasar Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: Literasi Media Publishing.
- Subekti, Sitti. 2019. "Pengaruh Kualitas Layanan dan Nilai Pelanggan terhadap Loyalitas Penumpang Garuda Indonesia di Bandar Udara Radin Inten II Lampung." *Warta Penelitian Perhubungan* 31(2):93-104.
- Sugiyono. 2016. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, R&D*. Bandung: IKAPI.
- Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: CV Alfabeta.
- Sugiyono. 2018. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: CV Alfabeta.
- Sugiyono. 2020. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Sujarweni, V Wiratna. 2020. *Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Baru.
- Sunyoto, Danang. 2016. *Metodologi Penelitian Akuntansi*. Bandung: PT Refika Aditama Anggota Ikapi.
- Tjiptono, Fandi. 2014. *Service, Quality & Satisfaction*. Edisi 3. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Umar, Husein. 2013. *Metode Penelitian untuk Skripsi dan Tesis*. Jakarta: Rajawali.