



**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, CITRA PERUSAHAAN, KEPUASAN
KONSUMEN DAN PENANGANAN KOMPLAIN TERHADAP LOYALITAS
PELANGGAN J&T EXPRESS SINGOSARI**

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat
Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen

Oleh

Zahrok'u Syarofah

NPM. 21701081210



Telah Disetujui

Pada Tanggal: 5 April 2021

Penyusun Pembimbing 1

Dosen Pembimbing 2

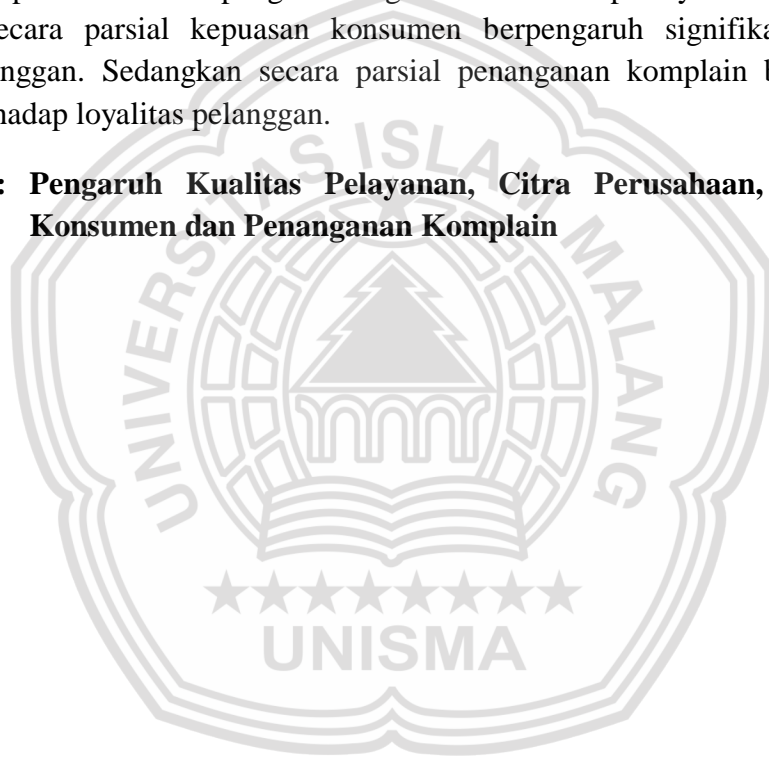
ARIFIN SE,MM.

ALFIAN BUDI PRIMANTO SAB,MBA,CPM(A)

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan, citra perusahaan, kepuasan konsumen dan penanganan komplain. Objek penelitian ini adalah masyarakat Singosari dengan jumlah sampel 102 responden yang pernah melakukan pengiriman terhadap *J&T Express*. Teknik pengambilan sampel menggunakan Purposive Sampling. Teknik pengumpulan data menggunakan angket dan alat analisis data. Berdasarkan hasil analisis penelitian parsial kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Sedangkan secara parsial kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Sedangkan secara parsial citra perusahaan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Sedangkan secara parsial kepuasan konsumen berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Sedangkan secara parsial penanganan komplain berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan.

Kata Kunci: Pengaruh Kualitas Pelayanan, Citra Perusahaan, Kepuasan Konsumen dan Penanganan Komplain



Abstrack

This study aims to determine the effect of service quality, company image, customer satisfaction and complaint handling. The object of this research is the Singosari community with a sample size of 102 respondents who have made deliveries to J&T Express. The sampling technique used purposive sampling. Data collection techniques using questionnaires and data analysis tools. Based on the results of partial research analysis, service quality has a significant effect on customer loyalty. While partially service quality has a significant effect on customer loyalty. Meanwhile, partially, company image has a significant effect on customer loyalty. While partially customer satisfaction has a significant effect on customer loyalty. Meanwhile, the partial handling of complaints has a significant effect on customer loyalty.

Keywords: Effect of Service Quality, Company Image, Customer Satisfaction and Complaint Handling.

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Saat ini kita memasuki di zaman logistik revolusi industri 4.0 . Revolusi industri 4.0 menerapkan konsep otomatisasi yang dilakukan oleh teknologi tanpa memerlukan tenaga kerja manusia dalam pengaplikasiannya. Logistik di era industri 4.0 sudah bertumbuh secara signifikan mulai 2018 dan diperkirakan akan berlanjut dalam beberapa tahun mendatang, berkat perkembangan *e-commerce*. Semakin menjamurnya *e-commerce* yang menguasai pasar industri secara global, pertumbuhan perusahaan Logistik di Era Industri 4.0 juga berbanding lurus kemajuannya karena perusahaan logistik diharapkan mampu menunjang keberlangsungan *e-commerce* yang semakin hari semakin meningkat peminatnya. Besarnya minat masyarakat Indonesia dalam berbelanja online mengakibatkan transaksi belanja online dan laju pengiriman barang tercatat meningkat. Hal ini tidak lepas dari meningkatnya populasi pengguna internet dan menjamurnya toko online. Di Malang misalnya, merupakan salah satu kota dengan pengguna internet yang cukup besar di Indonesia. Malang sendiri merupakan kota pendidikan dengan banyaknya pelajar yang kreatif sehingga kegiatan jual beli online tumbuh dengan subur. Maraknya transaksi jual beli online (*e-commerce*) ini yang menjadikan bisnis jasa pengiriman menjadi bisnis yang menjanjikan. Berdasarkan hal tersebut terdapat banyak sekali perusahaan logistik yang memberikan fasilitas beraneka ragam, namun saat ini ada satu perusahaan

pendatang terbilang paling favorit yang digunakan oleh konsumen yakni *J&T Express*.

Salah satu fenomena yang menjadi penyebab timbulnya loyalitas pelanggan pada *J&T Express* Singosari ini karena akses transportasi. Dimana masyarakat Singosari yang berada di wilayah pedesaan apabila ingin mengirim barang lebih terjangkau, selain itu *J&T Express* juga menyediakan penjemputan barang langsung kepada konsumen secara gratis. Upaya ini tentunya untuk meningkatkan kepuasan dan loyalitas konsumen.

J&T Express merupakan perusahaan pengiriman paket kilat (*express delivery*) di Indonesia yang didirikan pada tahun 2015 oleh Jet Lee dan Tony Chen. Hadir sebagai perusahaan *express* baru di Indonesia. *J&T Express* memperkenalkan dirinya sebagai perusahaan jasa ekspedisi yang berbasis teknologi. Mampu memenuhi kebutuhan konsumen dengan inovasi pelayanan baru. Melayani pengiriman ke seluruh pedalaman kota, antar Provinsi dan Internasional. Menyediakan layanan pengambilan barang dan mengantar dengan cepat ke konsumen pada waktu yang bersamaan. Meskipun termasuk perusahaan baru dibidangnya, *J&T Express* optimis dapat menjadi perusahaan *express* yang menjadi pilihan pertama masyarakat Indonesia dengan mengandalkan inovasi teknologi pada sistem pengiriman, pelayanan yang mengutamakan tanggung jawab sebagai komitmen, serta harga yang terjangkau dengan kualitas premium. Sebagai perusahaan jasa pengiriman paket kilat berbasis teknologi, *J&T Express* terus menjaga kinerja bisnisnya dengan fokus pada perbaikan sistem logistik Indonesia. Dengan tantangan keterbatasan

infrastruktur dan teknologi khususnya di daerah-daerah pelosok Indonesia, *J&T Express* berkomitmen untuk mengembangkan infrastruktur agar proses pengiriman menjadi lebih cepat (sumber : Wikipedia).

Jasa pengiriman adalah suatu organisasi laba atau perusahaan yang bergerak di bidang jasa dalam pengiriman. Pengiriman yang dilakukan berupa barang, paket dan dokumen dapat dikirim untuk tujuan domestik maupun internasional melalui jalur darat, laut dan udara. Kemajuan teknologi pun menjadikan perusahaan jasa pengiriman memiliki sistem kerja yang modern. Salah satu keunggulan yang dimiliki perusahaan jasa pengiriman saat ini adalah sistem *Online tracking*. Pada sistem ini perusahaan maupun konsumen dapat dengan mudah melacak keberadaan barang yang dikirim. Industri jasa pengiriman barang di Indonesia dikuasai oleh beberapa merek besar, antara lain Pos Indonesia, JNE, TIKI, J&T dan berbagai perusahaan jasa pengiriman lainnya. Barang yang dapat dikirim meliputi paket, dokumen dan lain-lain sesuai dengan standar persyaratan barang yang dapat dikirim masing-masing jasa pengiriman.

Pandemi Covid-19 memberikan dampak signifikan terhadap berbagai sektor industri. Namun, tak dapat dipungkiri jika sektor logistik jadi salah satu industri yang tak hanya mampu bertahan di tengah pandemi tapi tumbuh signifikan. Hal ini didukung adanya perubahan perilaku masyarakat untuk berbelanja melalui *e-commerce*, dan memanfaatkan jasa pengiriman paket sebagai solusi di tengah keterbatasan saat ini. Menurut data dari RedSeer, penggunaan layanan *e-commerce* selama pandemi Covid-19 meningkat tajam

sebanyak 69%. Imbasnya, berbagai penyedia jasa logistik di Indonesia turut mencatat kenaikan volume pengiriman barang. Lonjakan permintaan jasa pengiriman tersebut lantas menjadi salah satu peluang bisnis yang menjanjikan bagi masyarakat di tengah pandemi Covid-19. Oleh karena itu, banyak orang yang akhirnya memutuskan untuk agen atau *point of sales* yang bermitra dengan jasa pengiriman tertentu (sumber: <https://ekonomi.bisnis.com>).

Jasa/layanan (*service*) adalah semua kegiatan aktivitas maupun kinerja yang dapat ditawarkan secara langsung kepada konsumen tetapi tidak mempunyai nilai yang nyata dan juga tidak bisa dianggap sebagai hak milik siapa pun. Beberapa tahun silam, jasa logistik merupakan sebagai sarana penting untuk mempermudah kegiatan kiriman barang atau paket ke lokasi yang jauh dari jangkauan masyarakat, terutama dengan munculnya *e-commerce*.

Loyalitas merupakan sesuatu yang timbul tanpa adanya paksaan tetapi timbul dengan sendirinya. Menurut Giffin yang dikutip oleh Sangadji dan Shopiah (2013:104) menyatakan bahwa :“Loyalitas lebih mengacu pada wujud perilaku unit-unit pengambilan keputusan untuk melakukan pembelian secara terus menerus terhadap barang atau jasa dari suatu perusahaan yang dipilih”. Pelanggan yang loyal pada suatu produk tertentu akan memberikan prioritas pertama dalam berbelanja pada produk tersebut. Hal ini dapat berlangsung dalam jangka panjang dan berakhir pada saat terjadi ketidakcocokan yang akan memutus ikatan kuat antara pelanggan dengan produk. Loyalitas pelanggan memiliki hubungan kausal dengan kualitas jasa. Terjadinya loyalitas merk pada

konsumen disebabkan adanya pengaruh kepuasan atau ketidakpuasan pelanggan terhadap merek tersebut yang terakumulasi secara terus-menerus disamping adanya persepsi tentang kualitas.

Loyalitas Pelanggan dapat didapatkan oleh perusahaan melalui Kualitas pelayanan. Kualitas pelayanan menurut Kotler dalam Lupiyoadi (2014:7) “kualitas pelayanan adalah setiap tindakan atas kegiatan yang dapat ditawarkan oleh satu pihak kepada pihak lain, pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan perpindahan kepemilikan apapun. Produksi jasa mungkin berkaitan dengan produk fisik atau tidak. Kualitas pelayanan berpusat pada pemenuhan kebutuhan dan keinginan serta ketepatan penyampaian untuk mengimbangi harapan pelanggan. Kualitas pelayanan merupakan suatu *profit strategy* untuk menarik lebih banyak konsumen baru, mempertahankan konsumen yang ada, menghindari berpindahnya konsumen dan menciptakan keunggulan khusus. Perusahaan yang mengutamakan kualitas pelayanan yang baik akan berdampak pada kepuasan pelanggan. Kualitas pelayanan sebagai usaha untuk mewujudkan kenyamanan terhadap konsumen agar konsumen merasa mempunyai nilai yang lebih dari yang diharapkan. Harapan konsumen merupakan faktor penting, kualitas layanan yang lebih dekat untuk kepuasan konsumen akan memberikan harapan lebih dan sebaliknya. Dengan adanya kualitas pelayanan yang telah diberikan, maka secara tidak langsung kepuasan konsumen akan terwujud.

Setiap perusahaan selalu berusaha membangun citranya yang positif di mata pelanggan. Menurut Kotler dan Killer (2012:274) Citra merupakan

seperangkat keyakinan, ide dan kesan yang dimiliki oleh seseorang terhadap suatu objek. Setiap perusahaan mempunyai citra, sebanyak jumlah orang yang memandangnya. Citra perusahaan datang dari konsumen/pelanggan perusahaan, pelanggan potensial dan pihak-pihak lain yang memiliki kepedulian terhadap perusahaan tersebut. Oleh karena itu, citra dapat dikatakan sebagai suatu hal yang harus dibangun secara terus menerus. Dengan kata lain, citra tidak dengan sendirinya terjadi begitu saja tanpa ada upaya-upaya yang dilakukan perusahaan untuk membangun image positif perusahaan di mata pelanggan.

Untuk dapat membuat pelanggan loyal bukan merupakan hal yang mudah, terdapat beberapa yang perlu di perhatikan oleh perusahaan. Salah satu faktor yang mempengaruhi loyalitas pelanggan adalah citra perusahaan. Menurut Tjiptono (2015:49), *Corporate Image* (Citra Perusahaan) adalah deskripsi asosiasi dan keyakinan konsumen terhadap perusahaan tertentu. Jadi dapat disimpulkan bahwa citra perusahaan adalah hasil dari sebuah proses dimana pelanggan telah membandingkan berbagai atribut yang dimiliki perusahaan. Selain berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan, citra perusahaan juga berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan. Hal ini bertujuan agar konsumen memiliki pemikiran yang positif dan tidak ragu untuk kembali membeli produk atau jasa dari perusahaan.

Dalam menjalankan suatu usaha bisnis, para pelaku bisnis tidak akan pernah bisa lepas dari keluhan pelanggan. Kebanyakan orang beranggapan keluhan merupakan ancaman yang dapat menyudutkan. Saat ini, keluhan lebih diartikan

sebagai sesuatu yang tidak menyenangkan atau sesuatu yang mengganggu, Yessy (2013:1108). Padahal keluhan itu yang menjadikan usaha semakin berkembang karena bisa megevaluasi kekurangan bisnis tersebut. Proses penanganan keluhan yang baik dapat mempengaruhi loyalitas pelanggan sehingga tidak berpindah ke pihak lain. Jadi dapat disimpulkan bahwa penanganan keluhan merupakan upaya dari perusahaan dalam mencari maupun memberikan solusi kepada pelanggan yang mengadu akibat dari kegagalan jasa, sehingga pelanggan yang kecewa dapat diminimalisir untuk tidak melakukan komunikasi negative kepada orang lain dan tidak melakukan publisitas dimedia cetak maupun internet dalam hal menjelekkan perusahaan.

Berdasarkan latar belakang di atas, maka penelitian ini mengambil judul **“Pengaruh Kualitas Layanan, Citra Perusahaan, Kepuasan Konsumen dan Penanganan Komplain Terhadap Loyalitas Pelanggan Jasa Pengiriman *J&T Express Singosari*”**.

1.2 Rumusan Masalah

Dari latar belakang tersebut dapat disimpulkan pertanyaan untuk penelitian ini adalah:

- a. Apakah Kualitas Layanan, Citra Perusahaan, Kepuasan Konsumen dan Penanganan Komplain berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan jasa pengiriman *J&T Express Singosari*?
- b. Apakah Kualitas Layanan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan jasa pengiriman *J&T Express Singosari*?

- c. Apakah Citra Perusahaan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan jasa pengiriman *J&T Express Singosari*?
- d. Apakah Kepuasan Konsumen berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan jasa pengiriman *J&T Express Singosari*?
- e. Apakah Penanganan Komplain berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan jasa pengiriman *J&T Express Singosari*?

1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian

1.3.1 Tujuan Penelitian

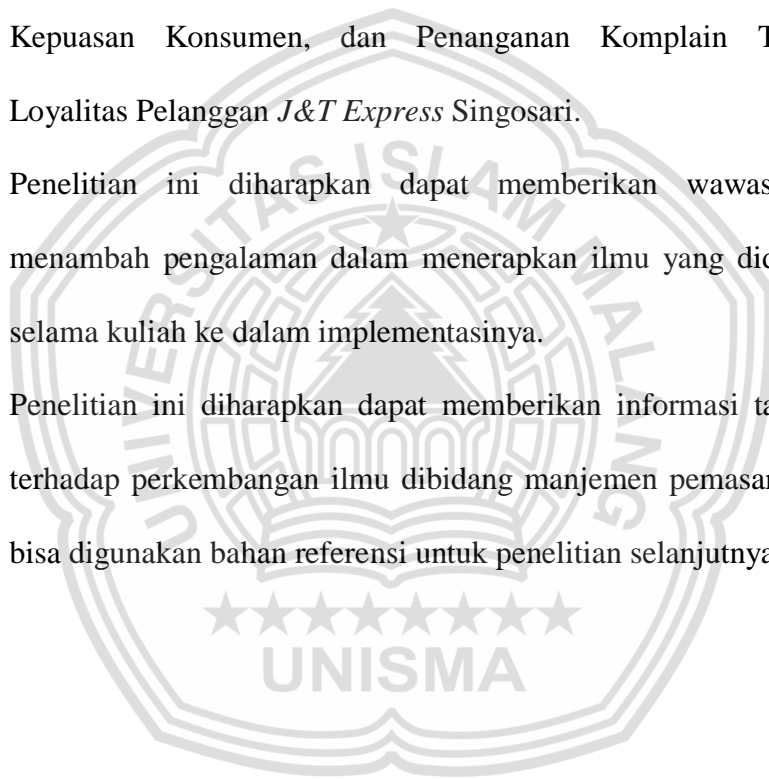
Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk menjawab pertanyaan yang timbul di perumusan masalah yaitu :

- a. Untuk menganalisis pengaruh Kualitas Layanan, Citra Perusahaan, Kepuasan Konsumen dan Penanganan Komplain terhadap loyalitas pelanggan jasa pengiriman *J&T Express Singosari*.
- b. Untuk menganalisis pengaruh Kualitas Layanan terhadap loyalitas pelanggan jasa pengiriman *J&T Express Singosari*
- c. Untuk menganalisis pengaruh Citra Perusahaan terhadap loyalitas pelanggan jasa pengiriman *J&T Express Singosari*
- d. Untuk menganalisis pengaruh Kepuasan Pelanggan terhadap loyalitas pelanggan jasa pengiriman *J&T Express Singosari*
- e. Untuk menganalisis pengaruh Penanganan Komplain terhadap loyalitas pelanggan jasa pengiriman *J&T Express Singosari*

1.3.2 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi pembaca, baik sebagai praktisi, akademis atau pemerhati pemasaran, manfaat penelitian ini adalah sebagai berikut :

- a. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan masukan untuk pihak terkait dalam hal Pengaruh Kualitas Pelayanan, Citra Perusahaan, Kepuasan Konsumen, dan Penanganan Komplain Terhadap Loyalitas Pelanggan *J&T Express* Singosari.
- b. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan dan menambah pengalaman dalam menerapkan ilmu yang didapatkan selama kuliah ke dalam implementasinya.
- c. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi tambahan terhadap perkembangan ilmu dibidang manajemen pemasaran serta bisa digunakan bahan referensi untuk penelitian selanjutnya.





BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 SIMPULAN

Tujuan penelitian ini adalah untuk meneliti apakah Variabel Kualitas Pelayanan, Citra Perusahaan, Kepuasan Konsumen dan Penanganan Komplain berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan. Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan mengenai Kualitas Pelayanan, Citra Perusahaan, Kepuasan Konsumen dan Penanganan Komplain terhadap Loyalitas Pelanggan sebagai berikut :

1. Bahwa terdapat pengaruh antara Kualitas Pelayanan, Citra Perusahaan, Kepuasan Konsumen dan Penanganan Komplain terhadap Loyalitas Pelanggan
2. Variabel Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan
3. Variabel Citra Perusahaan berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan
4. Variabel Kepuasan Konsumen berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan
5. Variabel Penanganan Komplain berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan

5.2 Keterbatasan

Adanya keterbatasan-keterbatasan dalam pengerjaan penelitian ini yaitu:

1. Hanya dilakukannya selama 5 bulan penelitian ini
2. Penelitian dilakukan di saat adanya pandemi *Covid-19*
3. Penelitian ini kesulitan dalam pengambilan sampel dikarenakan tidak adanya data ril populasi mahasiswa FEB Universitas Islam Malang yang menggunakan *J&T Express*.

5.3 Saran

Saran yang dapat diberikan melalui hasil penelitian ini agar mendapatkan hasil yang lebih baik adalah:

1. Untuk penelitian selanjutnya Jumlah responden di tambah dan diakuratkan untuk memperoleh informasi yang lebih akurat.
2. Untuk penelitian selanjutnya sebaiknya menambah Variabel yang lain agar mendapatkan nilai Uji Statistik koefisien determinasi yang lebih besar yang menunjukkan tingkat pengaruh X terhadap Y semakin kuat.



DAFTAR PUSTAKA

- Abubakar, AN, Siregar, 2010, Kualitas Pelayanan Penyuluhan dan Kepuasan Petani dalam Penanganan dan Pengolahan Hasil Ubi Jalar , Jurnal Penyuluhan Pertanian 5(1).
- Agustina, V, 2012, Analisa pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pelanggan, dan Nilai Pelanggan dalam Meningkatkan Loyalitas Pelanggan JOGLO SEMAR BUS (Studi Pada Wilayah Semarang Town Office). Skripsi. Semarang. Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro Semarang.
- Danang, 2012, Manajemen Sumber Daya Manusia. Jakarta: PT Buku Seru.
http://repository.upi.edu/17628/4/S_MBS_1001311_Bibliography
- Ekonomi, 2020, Laris Manis Bisnis Agen Jasa Pengiriman di Tengah Pandemi, Diakses 29 November 2020.
<https://ekonomi.bisnis.com/read/20200928/12/1297525/laris-manis-Wikipedia>. Diakses 29 November 2020. [bisnis-agen-jasa-pengiriman-di-tengah-pandemi](https://www.bisnis.com/bisnis-agen-jasa-pengiriman-di-tengah-pandemi).
- Tjiptono.Fandy, 2012, Strategi Pemasaran, ed. 3, Yogyakarta.
- Firmansyah, David, Prihandono, Dorajatun, 2018, Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Perceived Value terhadap Loyalitas Pelanggan dengan Kepuasan. Management Analysis Journal7 (1): 120-128.
<https://journal.unnes.ac.id/sju/index.php/maj/article/view/20638> diakses Juni,2019.
- Fitriyah, 2015, Pengaruh Kepercayaan *Merk*, *Switching Cost* dan Kepuasan Konsumen Terhadap Loyalitas Konsumen Pada PT. TIKI di Semarang. Jurnal. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Dian Nuswantoro Semarang.
- Ghozali. Imam, 2013, Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21 Update PLS Regresi. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gies, 2017, Pengaruh Citra Perusahaan (*Corporate Image*) Dan Penanganan Keluhan (*Complaint Handling*) Terhadap Loyalitas Pelanggan (*Loyalty*) Natasha Skincare Di Kota Padang. <https://osf.io/qbnyr>
- Gregory, R. James & Jack G.wiechman, 2011, Pemasaran Ritel (Edisi Kesebelas).
- Hurriyati. Ratih, 2015, “Bauran Pemasaran Dan Loyalitas Konsumen”, Penerbit Cv. Alfabeta, Bandung.

- Iddrisu, A., M., I. K. Nooni, Fianko, K. S., and W. Mensah, 2015, Assessing the Impact of Service Quality on Customer Loyalty: A Case Study of The Cellular Industry of Ghana, *British Journal of Marketing Studies*, Vol. 3., No. 6., July., pp. 15 – 30.
- Kotler. Keller, L. 2012, *Manajemen Pemasaran*, Jilid Kedua, Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip and Kevin Lane Keller, 2016, *Marketing Managemen*, 15th Edition, Pearson Education, Inc.
- Lovelock. Christopher, 2010, *Pemasaran Jasa*, Edisi 7, Jilid 1, Erlangga: Jakarta
- Lupiyoadi. Hamdani, 2014, *Manajemen Pemasaran Jasa*, Jakarta. Salemba Empat
- Mulya, 2019, Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kinerja Layanan, Kepercayaan, dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Konsumen Pada Jasa Pengiriman Barang JNE Kota Tegal Kantor Pusat. *Jurnal. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pancasakti Tegal*.
- Nazarudin, 2019, Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas nasabah Pt Bank Rakyat Indonesia cabang Padang. <https://osf.io/hcsw2>
- Nugroho, 2013, Pengaruh Citra Perusahaan dan Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan PT. Jalur Nugraha Eka Kurir (JNE) di Cirebon. *Jurnal. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Swadaya Gunung Jati Cirebon*.
- Prihastuti, S. 2018, Pengaruh kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen terhadap loyalitas pelanggan pada agen ekspedisi jne-01 metro. *Jurnal. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bandar Lampung*.
- Priyono, Achmad A., 2015, *Analisis Data Dengan SPSS*. Malang :Badan Penerbit Fakultas Ekonomi Universitas Islam Malang
- Roziq, 2016, Pengaruh Kepuasan dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Pelanggan Jasa Layanan Pengiriman Barang JNE Pendowo di Malang. *Jurnal. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya*.
- Sangadji, E.M., dan Sopiah, 2013, *Prilaku Konsumen Pendekatan Praktis Disertai Himpunan Jurnal Penelitian*. Yogyakarta: Penerbit Andi Terpadu Pada Era Media Sosial. Bandung: CV Pustaka Setia



Sujana, 2018, Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada PT. Pos Cabang Singaraja. Jurnal. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pendidikan Ganesha Singaraja.

Sugiyono, 2015, Metode Penelitian Kombinasi (Mix Methods). Bandung: Alfabeta.

Sugiyono, 2011, Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. Bandung: Afabeta

Yessy Artanti, Lestari Ningsih. 2013. Pengaruh Penanganan Keluhan Terhadap Loyalitas Nasabah PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk. Dengan Kepuasan Nasabah Sebagai Variabel Perantara (Studi Pada Nasabah Bank Muamalat Cabang Surabaya. Jurnal Manajemen Bisnis. Volume 14. Nomor 2.

Wahjono, Sentot Imam., 2010, Perilaku Organisasi, Graha Ilmu, Yogyakarta

Wikipedia, 2020, https://en.wikipedia.org/wiki/J&T_Express

