

## **PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN HARGA TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN**

**Muhamad Bagus Sihabudin<sup>1</sup>, Ivo Novitaningtyas<sup>2</sup>**

Universitas Tidar<sup>1,2</sup>

[bagusshb@gmail.com](mailto:bagusshb@gmail.com)<sup>1</sup>, [ivo.novitaningtyas@untidar.ac.id](mailto:ivo.novitaningtyas@untidar.ac.id)<sup>2</sup>

### **ABSTRACT**

*This study aims to determine the effect of Service Quality and Price on Customer Loyalty of Pos Indonesia West Jakarta branch. In this study using a quantitative approach with associative methods (cause-effect relationships). The population in this study was Pos Indonesia West Jakarta Branch Customers. The number of samples used in this study was 100 respondents with purposive sampling. Data analyst techniques using SPSS Version 25 with data analysis methods used, namely Validity Test, Reliability Test, Classical Assumption Test, Normality Test, Multicolonearity Test, Heterochedasticity Test, Multiple Linear Analysis and Hypothesis Test. The results of the research obtained that simultaneously the Quality of Service and Price had a positive and significant effect on the Loyalty of Pos Indonesia West Jakarta Branch Customers. Meanwhile, partially only on the price variable, there is a positive and significant influence on the Customer Loyalty of Pos Indonesia West Jakarta Branch.*

**Keywords:** *Quality of Service; Price; Customer loyalty; Pos Indonesia;*

### **PENDAHULUAN**

PT. Pos Indonesia merupakan salah satu BUMN yang bergerak pada layanan jasa pengiriman. Jasa pengiriman Pos Indonesia telah berdiri sejak lama yang hadir di berbagai provinsi di Indonesia. Kehadiran BUMN dalam jasa pengiriman tak perlu diragukan pengalamannya (Dady J. Lumenta, Silvy L. Mandey, 2019). Pos Indonesia tidak hanya berfokus dalam pengiriman logistik tetapi juga melayani berbagai layanan dokumen.

Menurut Larasati & Suryoko (2020) Pada era globalisasi jasa pengiriman berkembang sangat pesat diiringi oleh perubahan gaya hidup masyarakat yang gemar

## **Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan**

**Muhamad Bagus Sihabudin<sup>1</sup>, Ivo Novitaningtyas<sup>2</sup>**

berbelanja online. Perubahan gaya hidup masyarakat yang serba instant menjadi peluang kemunculan kompetitor baru dalam bidang jasa pengiriman. Sehingga banyak jasa pengiriman yang muncul seperti Anteraja, ID Express, J&T Express, Sentral Cargo, Sicepat Express, Indah Cargo, Ninja Express, JNE Express dan masih banyak lainnya (Sudaryana, 2020). Membuat Pos Indonesia berkompetisi untuk terus berpacu dengan kompetitor yang ada.

Menurut Worung et al., (2020) munculnya pesaing jasa pengiriman yang menawarkan layanan cepat sampai dengan harga yang lebih terjangkau menjadi tantangan dan ancaman bagi Pos Indonesia. Sehingga membuat Pos Indonesia harus meningkatkan kualitas pelayanan agar loyalitas pelanggan tidak beralih pada jasa pengiriman lain. Peningkatan kualitas merupakan aspek yang sangat penting untuk keberlangsungan hidup perusahaan (Veronica, 2017). Supaya Pos Indonesia dapat mempertahankan loyalitas pelanggannya di tengah maraknya pesaing jasa pengiriman.

Dari Sisi harga banyak jasa pengiriman kompetitor yang menawarkan layanan waktu pengiriman lebih cepat dengan harga yang terjangkau, jemput paket serta pembayaran ditempat (Bulan, 2016). Layanan tersebut dapat mempersiapkan dalam menghadapi persaingan yang semakin kompetitif dan beragam. Senantiasa akan memberikan dampak yang baik bagi kemajuan perusahaan serta kepuasan terhadap pelanggan agar semakin loyal (Gustiani et al., 2018). Loyalitas pelanggan akan bermanfaat pada pendapatan perusahaan yang akan meningkat dan keberlangsungan perusahaan.

Loyalitas pelanggan yaitu perilaku dimana konsumen memutuskan untuk melakukan pembelian secara berulang terhadap produk yang digunakan saat ini daripada produk lain (Panca et al., 2019). Membangun loyalitas pelanggan berkaitan memberikan kepuasan pelanggan tidak mudah beralih dengan produk pesaing yang menawarkan harga lebih terjangkau (Dady J. Lumenta, Silvy L. Mandey, 2019). Loyalitas pelanggan merupakan aset sangat penting yang harus di kelola dengan baik. Perusahaan dapat menjalin relasi dan hubungan baik dengan pelanggan (Utz et al., 2022).

Berdasarkan Uraian di atas maka permasalahan menarik peneliti untuk meneliti mengenai kualitas pelayanan, harga, dan loyalitas pelanggan pada PT. Pos Indonesia Cabang Jakarta Barat. Dengan tujuan yang ingin dicapai yaitu memberikan informasi dan umpan balik (respon) dari masyarakat terhadap kualitas pelayanan, harga dan loyalitas pelanggan.

## **METODE PENELITIAN**

Objek dalam penelitian ini yaitu PT. Pos Indonesia cabang Jakarta Barat. Waktu penelitian yang dilaksanakan mulai dari bulan Mei 2022 hingga Juli 2022. Dalam penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian asosiatif yang menjelaskan hubungan sebab-akibat variabel independen dan variabel dependen Sugiyono (2015) dalam (Sudaryana, 2020). Sumber data yang digunakan yaitu menggunakan sumber primer yang berupa kuesiner tertutup yang diberikan kepada responden (pelanggan) Pos Indonesia melalui google formulir. Dengan skala pengukuran yang digunakan Skala Likert. Skala yang memiliki kategori strata dan tiap tingkatan tidak memiliki skor yang mutlak. pengambilan sampel dengan purposive sampling jumlah 96,04 dibulatkan menjadi 100 responden pelanggan Pos Indonesia cabang Jakarta Barat, Pada Penelitian ini menggunakan alat analisis SPSS versi 25. Uji statistik yang dilakukan yaitu Uji instrumen (Uji Validitas dan Reliabilitas), Uji Asumsi Klasik, Uji Regresi Linear Berganda, Uji Hipotesis.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **Hasil**

#### **Uji Validitas**

Menurut Sugiyono dalam Fian & Yuniati, (2016) Mengatakan bahwa uji validitas digunakan untuk mengukur tingkat validasi dari pertanyaan yang dijawab dari kuesioner yang disebarkan kepada 100 responden sebagai sampel pada penelitian ini. Tabel r yang digunakan yaitu (koefisien korelasi sederhana) Dua Arah signifikansi 0,05  $Df=(N-2) = 100 \text{ Responden} - 2 = 98$  jadi  $r \text{ Tabel} = 0,1966$

## Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan

Muhamad Bagus Sihabudin <sup>1</sup>, Ivo Novitaningtyas <sup>2</sup>

**Tabel 1**

### Uji Validitas Indikator Pertanyaan pada Variabel Kualitas Pelayanan (X1)

Kualitas Pelayanan (X1)			
Pernyataan	r hitung	r Tabel	Keterangan
1. Memberikan Pelayanan Terbaik	0,855	0,1966	Valid
2. Melayani dengan sopan dan memuaskan.	0,862	0,1966	Valid
3. Memiliki sarana fasilitas (gedung, sistem pembayaran) yang mudah dan memadai.	0,874	0,1966	Valid
4. Memiliki fasilitas ruang tunggu dan ruangan yang nyaman	0,883	0,1966	Valid
5. Memberikan respon pelayanan dengan tanggap dan cepat	0,897	0,1966	Valid
6. Melayani dengan akurat dan mudah dimengerti	0,865	0,1966	Valid
7. Memberikan jaminan pelayanan yang tepat kepada pelanggan	0,719	0,1966	Valid
8. Meyakinkan pelayanan yang memuaskan	0,88	0,1966	Valid
9. Melayani dengan tulus	0,759	0,1966	Valid
10. Melayani dengan ramah	0,799	0,1966	Valid

Sumber : Hasil Olahan Data Primer (2022)

**Tabel 2**

### Uji Validitas Indikator Pertanyaan pada Variabel Harga (X2)

Harga (X2)			
Pernyataan	r hitung	r tabel	Keterangan
1. Harga sesuai dengan manfaat yang diperoleh	0,753	0,1966	Valid
2. Harga lebih murah dibandingkan pesaingnya	0,703	0,1966	Valid
3. Mempertimbangkan faktor harga saat melakukan transaksi	0,715	0,1966	Valid
4. Harga sesuai dengan kualitas yang ditawarkan	0,759	0,1966	Valid

Sumber : Hasil Olahan Data Primer (2022)

**Tabel 3**  
**Uji Validitas Indikator Pertanyaan pada Variabel Loyalitas Pelanggan (Y)**

Loyalitas Pelanggan (Y)			
Pernyataan	r hitung	r tabel	Keterangan
1. Bersedia menggunakan secara berkala	0,786	0,1966	Valid
2. Bersedia menggunakan produk lainnya yang belum pernah dicoba	0,877	0,1966	Valid
3. Memberikan rekomendasi kepada orang lain	0,864	0,1966	Valid
4. Bersedia tidak beralih kepada pesaing	0,783	0,1966	Valid

Sumber : Hasil Olahan Data Primer (2022)

Berdasarkan hasil olahan data primer, seluruh indikator pertanyaan dari variabel dinyatakan valid ( $r \text{ hitung} > r \text{ tabel } 0,1966$ ).

**Tabel 4**  
**Uji Reliabilitas**

Variabel	r hitung	r tabel	Keterangan
Kualitas Pelayanan (X1)	0,965	0,1966	Reliabel
Harga (X2)	0,872	0,1966	Reliabel
Loyalitas Pelanggan (Y)	0,925	0,1966	Reliabel

Sumber : Hasil Olahan Data Primer (2022)

Berdasarkan pada hasil olahan tabel uji reliabilitas, mendapatkan hasil bahwa semua item pertanyaan pada variabel kualitas pelayanan (X1), Harga (X2), dan :Loyalitas Pelanggan (Y) dinyatakan reliabel dengan pembuktian hasil nilai r hitung lebih besar dari r tabel ( $r \text{ hitung} > r \text{ tabel sebesar } 0,1966$ ).

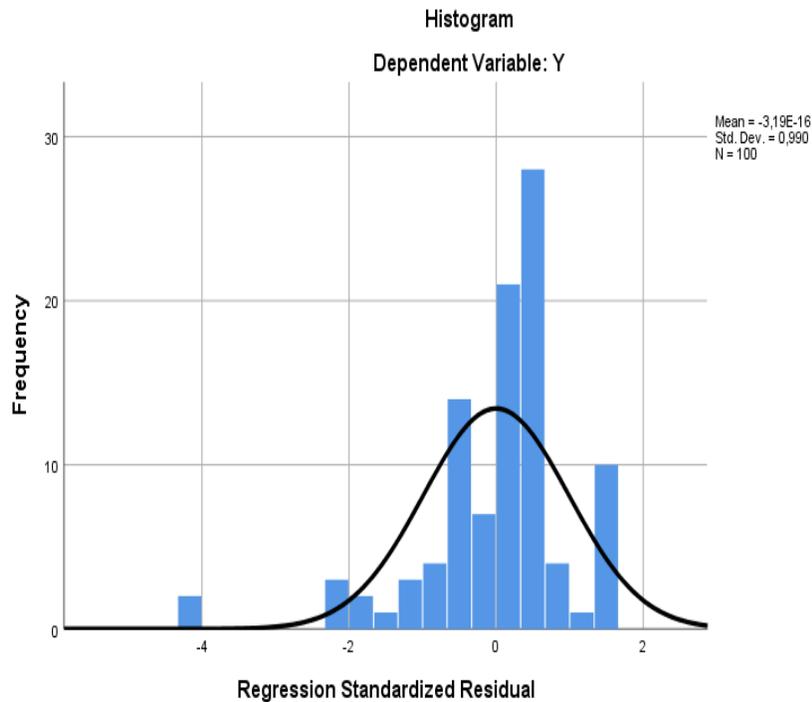
### Uji Normalitas

Memiliki tujuan untuk menguji apakah variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal dalam model regresi.

# Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan

Muhamad Bagus Sihabudin <sup>1</sup>, Ivo Novitaningtyas <sup>2</sup>

## Histogram



Sumber : Olahan Data Primer (2022) menggunakan SPSS Versi 25

Hasil uji normalitas histogram menghasilkan bentuk kurva menggunung maka dapat dikatakan bahwa pola terdistribusi dengan normal.

## Uji Multikolonieritas

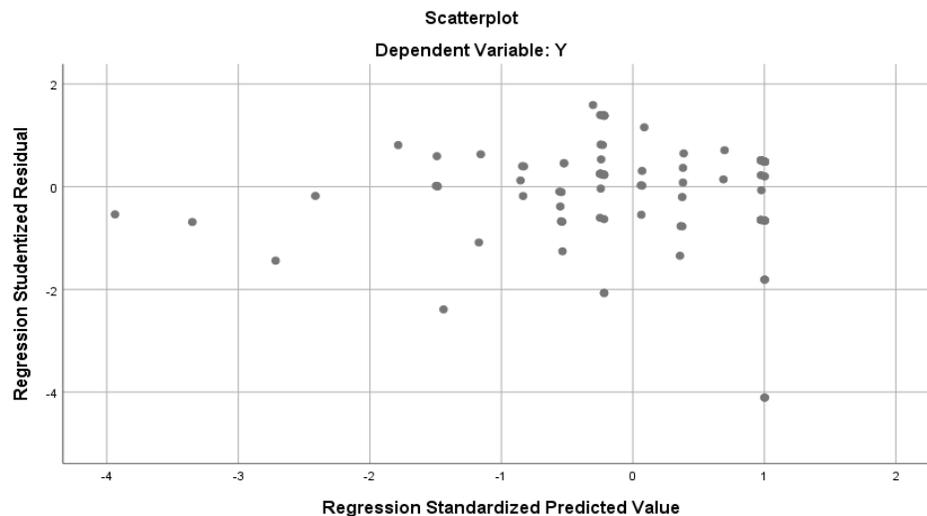
Tabel 5

Variabel	Nilai Tolerance	Ketetapan	Nilai VIF	Ketetapan	Syarat
Kualitas Pelayanan (X1)	0.670	< 1	1,493	< 10	Tidak terjadi Multikolinieritas
Harga (X2)	0.670	< 1	1,493	< 10	Tidak terjadi Multikolinieritas

Sumber : Hasil Olahan Data Primer (2022) menggunakan SPSS Versi 25

Berdasarkan pada tabel uji multikolonieritas mendapatkan hasil nilai VIF setiap variabel bebas mendapat nilai tolerance 0,670 dan nilai VIF 1,493. Dapat dikatakan bahwa tidak terjadi multikolonieritas.

## Uji Heteroskedastisitas



**Gambar 1**  
**Grafik Scatter Plot**

Sumber : Olahan Data Primer (2022) menggunakan SPSS Versi 25

Hasil uji Heteroskedastisitas pada grafik scatter plot menunjukkan bahwa titik-titik menyebar secara acak baik di bagian atas maupun bagian bawah pada angka 0 pada sumbu Y, ini berarti tidak terjadi heteroskedastisitas pada model regresi sehingga model ini layak untuk dipakai.

## Analisis Regresi Linier Berganda

Menurut Lubis & Andayani dalam Yulianingsih & Novitaningtyas, (2021) mengemukakan bahwa analisis linear berganda dapat digunakan untuk mencari tahu seberapa besar pengaruh yang ditimbulkan dari variabel independen terhadap variabel dependen, baik pengaruh secara langsung maupun pengaruh tidak langsung.

## Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan

Muhamad Bagus Sihabudin <sup>1</sup>, Ivo Novitaningtyas <sup>2</sup>

**Tabel 6**  
**Analisis Regresi Linier Berganda**  
**Coefficients**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
Constant	2,409	2,449		0,984	0,328
Kualitas Pelayanan (X1)	0,007	0,065	0,011	0,110	0,912
Harga (X2)	0,777	0,133	0,583	5,823	0,000

a. Dependent Variable: Y (Loyalitas Pelanggan)

Sumber : Olahan Data Primer (2022) menggunakan SPSS Versi 25

### Uji Hipotesis T Parsial

Nilai t Tabel yang digunakan dalam penelitian ini sebesar 1,988

**Tabel 7**  
**Hasil Uji T pada Variabel Kualitas (X1) Pelayanan terhadap Y**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
Constant	2,409	2,449		0,984	0,328
Kualitas Pelayanan (X1)	0,007	0,065	0,011	0,110	0,912

Sumber : Hasil Olahan Data Primer (2022) menggunakan SPSS Versi 25

Berdasarkan olahan data diatas mendapatkan nilai signifikansi sebesar  $0,912 > 0,05$  dan  $t_{hitung}$  sebesar  $0,110 < t_{tabel}$  sebesar 1,988. Maka dapat disimpulkan bahwa pada variabel Kualitas Pelayanan (X1) tidak berpengaruh signifikan secara parsial (sebagian) terhadap Loyalitas Pelanggan (Y) pada Pos Indonesia Cabang Jakarta Barat.

**Tabel 8**  
**Hasil Uji T pada Variabel Harga (X2) terhadap Y**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
Constant	2,409	2,449		0,984	0,328
Harga (X2)	0,777	0,133	0,583	5,823	0,000

Sumber : Hasil Olahan Data Primer (2022) menggunakan SPSS Versi 25

Berdasarkan olahan data diatas mendapatkan nilai signifikansi  $0,000 < 0,05$  dan  $t_{hitung}$  sebesar  $5,823 >$  dari  $t_{tabel}$  1,988. Maka dapat disimpulkan bahwa pada variabel Harga (X2) berpengaruh positif dan signifikan secara parsial (sebagian) terhadap Loyalitas (Y) pada Pos Indonesia Cabang Jakarta Barat.

### Uji F Simultan

**Tabel 9**  
**Hasil Uji F Simultan ANOVA<sup>a</sup>**

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	640,968	2	320,484	25,867	,000b
	Residual	1201,782	97	12,390		
	Total	1842,750	99			

Dependent Variable: Y<sub>a</sub>

Predictors: (Constant), X<sub>2</sub>, X<sub>1</sub><sub>b</sub>

## **Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan**

**Muhamad Bagus Sihabudin<sup>1</sup>, Ivo Novitaningtyas<sup>2</sup>**

Sumber : Hasil Olahan Data Primer (2022) menggunakan SPSS Versi 25

Berdasarkan olahan data diatas mendapatkan nilai signifikansi sebesar  $0,000 <$  dari  $0,05$  dan  $F_{hitung}$  sebesar  $25,867 >$  dari  $F_{tabel}$  sebesar  $3,09$ , Maka dapat disimpulkan bahwa variabel independen Kualitas Pelayanan (X1) dan Harga (X2) secara simultan (gabungan) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan (Y) Pos Indonesia Cabang Jakarta Barat.

### **Pembahasan**

Pengujian H1 ditolak melalui uji hipotesis T Parsial memperoleh nilai sebesar  $0,912 > 0,05$  dan  $t_{hitung}$  sebesar  $0,110 < t_{tabel}$  sebesar  $1,988$ . Maka variabel Kualitas Pelayanan (X1) tidak berpengaruh signifikan Secara Parsial (sebagian) terhadap Loyalitas Pelanggan (Y) pada Pos Indonesia Cabang Jakarta Barat. Hasil ini tidak mendukung penelitian yang dilakukan oleh oleh Gustiani et al., (2018) yang membahas analisis pengaruh kualitas jasa, nilai yang dirasakan, citra merek melalui kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan, dalam variabel kualitas jasa terhadap loyalitas pelanggan mendapatkan hasil bahwa kualitas jasa berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. *Peneliti* berpendapat bahwa meskipun hasil yang diperoleh tidak mendukung penelitian terdahulu, Pos Indonesia cabang Jakarta Barat tetap harus memperhatikan Kualitas Pelayanan, karena Kualitas pelayanan yang baik dan memuaskan tentunya dapat memberikan kepuasan yang akan mendatangkan loyalitas pelanggan untuk melakukan transaksi secara berkala di kemudian hari.

Pengujian H2 diterima melalui uji hipotesis T Parsial mendapatkan nilai signifikansi  $0,000 < 0,05$  dan  $t_{hitung}$  sebesar  $5,823 >$  dari  $t_{tabel}$   $1,988$ .. Maka variabel Harga (X2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas (Y) pada Pos Indonesia Cabang Jakarta Barat Secara parsial. Hasil ini didukung oleh penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Pertiwi & Zebua, (2021) yang membahas pengaruh citra merek, harga dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas konsumen, mendapatkan

hasil bahwa pada variabel harga terhadap loyalitas konsumen berpengaruh signifikan. *Peneliti* mengindikasikan bahwa semakin perusahaan mempertahankan harga yang telah ditetapkan, maka loyalitas pelanggan Pos Indonesia cabang Jakarta Barat akan semakin meningkat sehingga akan memunculkan peluang untuk bertambahnya loyalitas pelanggan di masa mendatang dari harga yang dipertahankan tersebut agar dapat bisa bersaing dengan kompetitor sejenis yang banyak bermunculan pada saat ini.

Pengujian H3 diterima melalui uji hipotesis F Simultan mendapatkan nilai signifikansi sebesar  $0,000 < \text{dari } 0,05$  dan  $F_{hitung}$  sebesar  $25,867 > \text{dari } F_{tabel}$  sebesar  $3,09$ . Maka variabel independen Kualitas Pelayanan (X1) dan Harga (X2) Secara Simultan (gabungan) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan (Y) Pos Indonesia Cabang Jakarta Barat. Hasil ini didukung oleh penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Bulan (2016) yang membahas mengenai pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap loyalitas konsumen, dalam variabel kualitas pelayanan dan harga terhadap loyalitas konsumen, mendapatkan hasil bahwa kualitas pelayanan dan harga secara simultan berpengaruh terhadap loyalitas konsumen. *Peneliti* memberikan indikasi bahwa pelanggan Pos Indonesia merasa puas akan pelayanan yang diberikan oleh karyawan dan harga yang ditetapkan oleh Pos Indonesia cabang Jakarta Barat sebagai pihak yang menawarkan jasa pengiriman, harga yang ditawarkan sesuai dengan kualitas dan manfaat yang diperoleh dan harga lebih murah dibandingkan pesaingnya sehingga dapat memperbesar daya tarik loyalitas pelanggan yang akan menjaga serta memperbesar terjadinya loyalitas pelanggan untuk mendapatkan manfaat yaitu keberlangsungan hidup perusahaan Pos Indonesia cabang Jakarta Barat semakin berkelanjutan lebih baik di kemudian hari.

## **SIMPULAN**

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis menggunakan analisis data panel, dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut : (1) Kualitas Pelayanan tidak berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan pada Pos Indonesia Cabang Jakarta Barat. (2)

## **Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan**

**Muhamad Bagus Sihabudin<sup>1</sup>, Ivo Novitaningtyas<sup>2</sup>**

Terdapat pengaruh positif dan signifikan Harga terhadap Loyalitas Pelanggan pada Pos Indonesia Cabang Jakarta Barat Secara parsial. (3) Terdapat Pengaruh Positif Signifikan Kualitas Pelayanan dan Harga Secara Simultan (gabungan) terhadap Loyalitas Pelanggan (Y) pada Pos Indonesia Cabang Jakarta Barat.

### **DAFTAR PUSTAKA**

- Bulan, T. (2016). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Loyalitas Konsumen Pada PT. Tiki Jalur Nugraha Ekakurir Agen Kota Langsa. *Jurnal Manajemen Dan Keuangan Unsam*, 5(2), 592–602.
- Dady J. Lumenta, Silvya L. Mandey, R. J. J. (2019). Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pt. *Jurnal EMBA*, 2(3), 1550–1562.
- Ernanda, D. (2017). *PENGARUH STORE ATMOSPHERE, HEDONIC MOTIVE DAN SERVICE Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya*. 6.
- Fian, J. Al, & Yuniati, T. (2016). Pengaruh Kepuasan Dan Kepercayaan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Auto 2000 Sungkono Surabaya. *Ilmu Dan Riset Manajemen*, 5(6), 1–18.
- Gustiani, D., Putri, D., & Santoso, S. B. (2018). ANALISIS PENGARUH KUALITAS JASA, NILAI YANG DIRASAKAN, CITRA MEREK MELALUI KEPUASAN PELANGGAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN (Studi Pada PT. Pos Indonesia (Persero)). *Diponegoro Journal Of Management*, 7(1), 1–13. [Http://Ejournal-S1.Undip.Ac.Id/Index.Php/Dbr](http://Ejournal-S1.Undip.Ac.Id/Index.Php/Dbr)
- Herawaty, M. T., Rahman, A., Rohimah, L., Taruna, H. I., Dwi, E., & Suleman, D. (2022). *The Influence Of Service Quality And Price On Alfamart Consumer Loyalty With Customer Satisfaction As Mediation Variables*. 03, 246–257.
- Larasati, F., & Suryoko, S. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Citra Merek Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan (Studi Pada Pengguna Jasa Pengiriman Surat Kilat Khusus PT. Pos Indonesia Di Kota Semarang). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 9(4), 530–538.
- Lesmana, R. (2019). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap

- Kepuasan Konsumen Pt. Radekatama Piranti Nusa. *Jurnal Pemasaran Kompetitif*, 2(2), 115. <https://doi.org/10.32493/jpkpk.v2i2.2464>
- Panca, U., Probolinggo, M., Pelanggan, L., & Belakang, L. (2019). *Kualitas Jasa Dan Promosi Dalam Meningkatkan Loyalitas Pelanggan Di PT POS Indonesia ( Persero ) Kota Probolinggo*.
- Pertiwi, G., & Zebua, Y. (2021). *The Influence Of Brand Image , Price And Quality Of Service On Consumer Loyalty Of The Rantauprapat Shoe Stand*. 7055–7066.
- Ramya, N. (2019). *Development*. May.
- Sudaryana, Y. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepercayaan Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Kantor Pos Indonesia (Persero) Kota Tangerang. *Journal Of Management Review*, 4(1), 447–455.
- Tj, H. W., & Wahyoedi, S. (2022). *Study Of Brand Image , Creative Marketing In Mediating Product Quality And Service Quality On Consumer Loyalty At Mcdonald ' S Dki Jakarta Area During The Covid-19 Pandemic*. 23(1), 4612–4621.
- Utz, M., Johanning, S., Roth, T., Bruckner, T., & Strüker, J. (2022). From Ambivalence To Trust: Using Blockchain In Customer Loyalty Programs. *International Journal Of Information Management*, February, 102496. <https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2022.102496>
- Veronica, D. (2017). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Journal Development*, 5(1), 55–69. <https://doi.org/10.53978/jd.v5i1.45>
- Worung, G. L., Pelleng, F. A. O., & Kelles, D. (2020). Analisis Kualitas Pelayanan Pos Indonesia Cabang Tanawangko. *Journal Of Productivity*, 1(5), 430–435.
- Yulianingsih, T., & Novitaningtyas, I. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan Berdasarkan Dimensi SERVQUAL Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Waroeng Spesial Sambal Cabang Magelang. *Manajemen Dan Bisnis*, 12, 139–152.