



Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen pada Gudang JNE Madukoro

Carolina Savitri Ajeng Margono^{1*}, Raully Sijabat², Shofif Sobaruddin Akbar³

¹⁻³ Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas PGRI Semarang

Email : carolinasavitri18@gmail.com ^{1*}, raulysijabat@upgris.ac.id ², shofif.s.akbar@gmail.com ³

*Penulis Korespondensi : carolinasavitri18@gmail.com ¹

Abstract. Service quality is a critical issue faced by service providers, as it plays a significant role in shaping customer satisfaction and maintaining customer trust for future services. A decline in service quality over time may negatively affect customers' perceptions and loyalty. Therefore, this study aims to examine the effect of service quality dimensions on customer satisfaction. This research employed a quantitative approach using primary data collected through a survey method. The sampling technique used was probability sampling with a random sampling method, involving 98 customers as research respondents. Data were analyzed using SPSS version 24. The service quality dimensions analyzed in this study were Tangible, Reliability, Responsiveness, Assurance, and Empathy. The results of the analysis revealed that Tangible and Responsiveness did not have a significant effect on customer satisfaction. In contrast, Reliability, Assurance, and Empathy were found to have a significant positive influence on customer satisfaction. These findings indicate that customers place greater importance on service accuracy, employee competence, trustworthiness, and personal attention. Therefore, service providers are encouraged to prioritize improvements in Reliability, Assurance, and Empathy to enhance customer satisfaction and sustain long-term customer relationships.

Keywords: : Assurance; Customers Satisfaction; Empaty; Reliability; Responsiveness.

Abstrak. Kualitas layanan merupakan isu penting yang dihadapi oleh setiap penyedia jasa karena berperan besar dalam membentuk kepuasan pelanggan serta menjaga kepercayaan pelanggan terhadap layanan di masa depan. Penurunan kualitas layanan dari waktu ke waktu dapat berdampak negatif pada persepsi dan loyalitas pelanggan. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk mengkaji pengaruh dimensi kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan data primer yang diperoleh melalui metode survei. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah probability sampling dengan metode random sampling, dengan jumlah responden sebanyak 98 pelanggan. Data dianalisis menggunakan program SPSS versi 24. Dimensi kualitas layanan yang dianalisis meliputi Tangible, Reliability, Responsiveness, Assurance, dan Empathy. Hasil penelitian menunjukkan bahwa dimensi Tangible dan Responsiveness tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Sebaliknya, dimensi Reliability, Assurance, dan Empathy memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Temuan ini menunjukkan bahwa pelanggan lebih menekankan pada ketepatan layanan, kompetensi dan kepercayaan terhadap penyedia jasa, serta perhatian personal yang diberikan. Oleh karena itu, penyedia layanan disarankan untuk memfokuskan peningkatan pada aspek Reliability, Assurance, dan Empathy guna meningkatkan kepuasan pelanggan dan menjaga hubungan jangka panjang dengan pelanggan.

Kata kunci: Daya Tanggap; Empati; Jaminan; Kehandalan; Kepuasan Pelanggan.

1. LATAR BELAKANG

Perkembangan teknologi dan meningkatnya aktivitas ekonomi digital mendorong pertumbuhan sektor transportasi dan jasa pengiriman barang. Kehadiran e-commerce sebagai pola transaksi baru telah meningkatkan kebutuhan masyarakat terhadap layanan pengiriman yang cepat, aman, dan andal. Kondisi tersebut memicu persaingan yang semakin ketat antarperusahaan jasa ekspedisi, sehingga kualitas pelayanan menjadi faktor strategis dalam

mempertahankan kepuasan pelanggan dan keberlanjutan perusahaan (Lincincia, B., Tinneke, K., & Tumbel, 2022).

Kualitas pelayanan berperan penting dalam membentuk kepuasan pelanggan, karena pelayanan yang sesuai dengan harapan akan meningkatkan kepercayaan dan loyalitas pelanggan. Konsep kualitas pelayanan umumnya diukur melalui lima dimensi, yaitu bukti fisik, kehandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati. Kelima dimensi tersebut menjadi indikator utama dalam menilai sejauh mana perusahaan mampu memenuhi kebutuhan dan harapan pelanggan secara optimal.

JNE Express merupakan salah satu perusahaan jasa pengiriman terbesar di Indonesia dengan jaringan distribusi yang luas. Di Kota Semarang, Gudang JNE Madukoro memiliki peran penting dalam proses sortir dan distribusi paket, khususnya untuk wilayah sekitar. Namun, data komplain pelanggan selama enam bulan terakhir tahun 2024 menunjukkan adanya fluktuasi dan peningkatan keluhan, disertai dengan penilaian rendah pada ulasan Google Maps. Kondisi ini mengindikasikan adanya permasalahan dalam kualitas pelayanan yang berpotensi menurunkan kepuasan pelanggan.

Di sisi lain, hasil penelitian terdahulu terkait pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan masih menunjukkan temuan yang tidak konsisten pada setiap dimensi pelayanan. Adanya perbedaan hasil penelitian tersebut menunjukkan research gap yang perlu dikaji kembali dengan data terbaru dan konteks objek yang berbeda. Oleh karena itu, penelitian ini penting dilakukan untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan di Gudang JNE Madukoro sebagai upaya memberikan kontribusi empiris dan rekomendasi perbaikan pelayanan bagi perusahaan.

2. KAJIAN TEORITIS

Kepuasan Pelanggan

Kepuasan menggambarkan target perusahaan guna mengembangkan suatu produk atau jasa. Pelanggan mengharapkan jika kebutuhan keinginannya terlampaikan dengan memperoleh pelayanan yang memuaskan. Menurut Kant & Jaiswal (2017) kepuasan pelanggan adalah pondasi kunci keberhasilan pemasaran melalui basis pelanggan yang puas memainkan peran penting dalam memperoleh daya saing perusahaan (Malik, S., Muhammad, K., & Waheed, 2023). Berdasarkan pernyataan yang telah diuraikan, dapat disimpulkan yakni kepuasan pelanggan merupakan ketidakberadaan perbedaan ditengah-tengah keinginan pelanggan dengan kinerja perusahaan yang diperolehnya sewaktu menjadi pelanggan.

Kepuasan pelanggan adalah evaluasi purnabeli antara persepsi terhadap kinerja alternatif produk atau jasa yang dipilih memenuhi atau melebihi harapan (Tjiptono, 2019). Menurut Irawan terdapat 5 faktor utama pada kepuasan pelanggan yaitu :

- a. Kualitas produk atau jasa
- b. Harga
- c. Kualitas pelayanan
- d. Faktor emosional
- e. Kemudahan mendapatkan produk atau jasa tersebut

Kualitas Pelayanan

Menurut (Alma, 2019) kualitas pelayanan adalah syarat kelangsungan hidup perusahaan, tingginya kualitas yang diberikan akan mencerminkan pada aspek kepuasan para pelanggan. 5 unsur guna menentukan kualitas pelayanan

- a. Bukti Fisik (*Tangibel*)
- b. Keandalan (*Reliability*)
- c. Daya Tanggap (*Responsiveness*)
- d. Jaminan (*Assurance*)
- e. Empati (*Emphaty*)

3. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan di Gudang JNE Madukoro. Populasi penelitian adalah pelanggan yang menerima barang melalui Gudang JNE Madukoro, dengan jumlah sampel sebanyak 96 responden yang ditentukan menggunakan teknik probability sampling dengan metode simple random sampling. Data yang digunakan merupakan data primer yang dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner berskala Likert lima poin, baik secara langsung maupun daring. Variabel kualitas pelayanan diukur melalui lima dimensi, yaitu bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati, sedangkan kepuasan pelanggan diukur melalui kesesuaian harapan, minat pembelian ulang, kesediaan merekomendasikan, dan kepuasan emosional. Analisis data dilakukan menggunakan bantuan SPSS melalui tahapan analisis deskriptif, uji validitas dan reliabilitas, uji asumsi klasik, serta pengujian hipotesis menggunakan uji t dan uji F, dengan model analisis regresi linier berganda untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Hasil Pengujian Validitas

Tabel 1. Hasil Uji Validitas

Variabel	Item	r hitung	r tabel	Keterangan
Bukti Fisik	BF1	0,915	0,201	Valid
	BF2	0,901	0,201	Valid
	BF3	0,859	0,201	Valid
	BF4	0,857	0,201	Valid
Kehandalan	KH1	0,886	0,201	Valid
	KH2	0,806	0,201	Valid
	KH3	0,907	0,201	Valid
	KH4	0,887	0,201	Valid
Daya Tanggap	DT1	0,784	0,201	Valid
	DT2	0,902	0,201	Valid
	DT3	0,908	0,201	Valid
	DT4	0,767	0,201	Valid
Jaminan	JM1	0,927	0,201	Valid
	JM2	0,879	0,201	Valid
	JM3	0,890	0,201	Valid
	JM4	0,896	0,201	Valid
Empati	EM1	0,890	0,201	Valid
	EM2	0,874	0,201	Valid
	EM3	0,878	0,201	Valid
	EM4	0,814	0,201	Valid
Kepuasan Pelanggan	KP1	0,877	0,201	Valid
	KP2	0,900	0,201	Valid
	KP3	0,886	0,201	Valid
	KP4	0,800	0,201	Valid

Sumber : Data Olahan SPSS

Instrumen penelitian dinyatakan valid apabila nilai r hitung $\geq r$ tabel pada taraf signifikansi $\alpha = 0,05$. Hasil uji validitas terhadap 94 responden menunjukkan seluruh item memiliki nilai r hitung lebih besar dari r tabel sebesar 0,201, sehingga seluruh instrumen dinyatakan valid dan layak digunakan dalam analisis.

Hasil Uji Reliabilitas

Tabel 2. Hasil Pengujian Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha
Bukti Fisik	0,904
Kehandalan	0,895
Daya Tanggap	0,862
Jaminan	0,920
Empati	0,884
Kepuasan Pelanggan	0,889

Sumber : Data Olahan SPSS

Instrumen dianggap reliabel jika nilai koefisien reliabilitas yang diperoleh minimal mencapai 0,6. Hasil uji reliabilitas yang terlihat pada tabel di atas menunjukkan bahwa masing-masing nilai koefisien reliabilitas lebih besar dari 0,6, sehingga instrumen yang digunakan disimpulkan sebagai instrumen yang reliabel.

Hasil Uji Asumsi

Uji Normalitas

Tabel 3. Hasil Pengujian Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Standardized Predicted Value
	N	96
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.00000000
Most Extreme Differences	Absolute	.087
	Positive	.087
	Negative	-.087
	Test Statistic	.087
	Asymp. Sig. (2-tailed)	.068 ^c

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

Berdasarkan tabel di atas, terlihat bahwa nilai uji signifikansi Kolmogorov-Smirnov adalah 0,68. Karena nilai tersebut lebih besar dari 0,05, maka bisa disimpulkan bahwa data siswa memiliki distribusi normal.

Uji Multikolinearitas

Tabel 4. Hasil Pengujian Multikolinearitas

Model	Tolerance	Collinearity Statistics	
		VIF	
1 (Constant)			
BF		.139	7.173
KH		.117	8.562
DT		.172	5.815
JM		.203	4.925
EM		.169	5.927

a. Dependent Variable: KP

Berdasarkan tabel 4. diatas, menunjukkan bahwa nilai *tolerance* > 0,10 dan juga nilai VIF < 10 sehingga dapat disimpulkan bahwa data sudah terbebas dari multikolinearitas.

Uji Heteroskedastisitas

Tabel 5. Hasil Pengujian Heteroskedastitas

Coefficients ^a					
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	
Model		B	Std. Error	Beta	t
1	(Constant)	.588	.523		1.126
	BF	.002	.090	.007	.027
	KH	.043	.089	.145	.476
	DT	-.093	.076	-.306	-1.218
	JM	-.015	.070	-.050	-.218
	EM	.079	.082	.245	.965

a. Dependent Variable: abs_res

Berdasarkan tabel diatas, dapat diketahui bahwa nilai sig 0,802 lebih besar dari 0,05 sehingga dapat dikatakan tidak terjadi gejala heteroskedastisitas.

Hasil Uji Hipotesis

Uji t

Tabel. 6 Uji t

Coefficients ^a					
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	
Model		B	Std. Error	Beta	T
1	(Constant)	.318	.714		.445
	BF	.136	.124	.128	1.097
	KH	.241	.122	.252	1.974
	DT	.118	.104	.119	1.132
	JM	.166	.096	.168	1.729
	EM	.314	.112	.297	2.797

a. Dependent Variable: KP

Berdasarkan hasil uji t pada taraf signifikansi 10% ($\alpha = 0,1$), diketahui bahwa variabel bukti fisik dan daya tanggap memiliki nilai signifikansi masing-masing sebesar 0,275 dan 0,260, sehingga keduanya tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan dan hipotesis terkait ditolak. Sementara itu, variabel kehandalan, jaminan, dan empati menunjukkan nilai signifikansi sebesar 0,051; 0,087; dan 0,006, yang berada di bawah batas signifikansi 0,1, sehingga ketiga variabel tersebut berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan dan hipotesis terkait diterima.

Uji F

Tabel 7. Uji F

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	700.660	5	140.132	86.875	.000 ^b
	Residual	145.173	90	1.613		
	Total	845.833	95			

a. Dependent Variable: KP

b. Predictors: (Constant), EM, DT, JM, BF, KH

Berdasarkan hasil uji F, diperoleh nilai F hitung sebesar 86,875 dengan tingkat signifikansi 0,000 ($< 0,05$), sehingga model regresi dinyatakan layak digunakan. Hal ini menunjukkan bahwa bukti fisik, kehandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Uji Koefisien Determinasi

Tabel 8. Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.910 ^a	.828	.819	1.270

a. Predictors: (Constant), EM, DT, JM, BF, KH

Berdasarkan hasil koefisien determinasi, diperoleh nilai R sebesar 0,828 yang menunjukkan bahwa variabel bukti fisik, kehandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati mampu menjelaskan kepuasan pelanggan sebesar 82,8%, sedangkan sisanya sebesar 17,2% dipengaruhi oleh variabel lain di luar model penelitian.

Pembahasan***Pengaruh Bukti Fisik Terhadap Kepuasan Pelanggan***

Hasil penelitian menunjukkan bahwa bukti fisik tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan di Gudang JNE Madukoro, yang ditunjukkan oleh nilai uji t sebesar 0,275 ($> 0,1$). Hal ini mengindikasikan bahwa aspek tampilan fisik, seperti gedung, tata letak, dan kebersihan pegawai, bukan faktor utama dalam menentukan kepuasan pelanggan. Berdasarkan metode *three box*, bukti fisik berada pada kategori sedang, yang berarti dinilai cukup baik. Temuan ini sejalan dengan penelitian (Indrawati, A., & Jatmiko, 2017) yang menyatakan bahwa dimensi bukti fisik memiliki pengaruh yang relatif rendah terhadap kepuasan pelanggan dibandingkan dimensi kualitas layanan lainnya, khususnya pada sektor logistik.

Pengaruh Kehandalan Terhadap Kepuasan Pelanggan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kehandalan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan di Gudang JNE Madukoro, yang ditunjukkan oleh nilai signifikansi sebesar 0,051 ($< 0,1$). Hal ini mengindikasikan bahwa kemampuan pegawai dalam memberikan layanan yang andal, termasuk menangani keluhan pelanggan, berkontribusi terhadap kepuasan pelanggan. Berdasarkan analisis three box method, variabel kehandalan berada pada kategori sedang, yang menunjukkan bahwa tingkat kehandalan pelayanan dinilai cukup baik. Temuan ini sejalan dengan penelitian (Siti et al., 2017) yang menyatakan bahwa kehandalan merupakan dimensi penting dalam memengaruhi kepuasan pelanggan pada sektor jasa.

Pengaruh Daya Tanggap Terhadap Kepuasan Pelanggan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa daya tanggap tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan di Gudang JNE Madukoro, yang ditunjukkan oleh nilai signifikansi sebesar 0,260 ($> 0,1$). Hal ini mengindikasikan bahwa kecepatan dan kesigapan pelayanan dipersepsikan sebagai standar minimum dalam layanan logistik sehingga tidak menjadi faktor penentu kepuasan pelanggan. Berdasarkan analisis three box method, daya tanggap berada pada kategori sedang, yang menunjukkan bahwa tingkat daya tanggap pelayanan dinilai cukup baik. Temuan ini sejalan dengan (Sutrisno, & Kurniawan, 2017) yang menyimpulkan bahwa daya tanggap tidak selalu berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

Pengaruh Jaminan Terhadap Kepuasan Pelanggan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa jaminan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan di Gudang JNE Madukoro, dengan nilai signifikansi sebesar 0,087 ($< 0,1$). Berdasarkan analisis three box method, variabel jaminan berada pada kategori sedang, yang menunjukkan bahwa kualitas jaminan layanan dinilai cukup baik namun masih perlu ditingkatkan. Temuan ini sejalan dengan penelitian (Andini, N. P., & Putra, 2019) yang menyatakan bahwa jaminan layanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada sektor jasa.

Pengaruh Empati Terhadap Kepuasan Pelanggan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa empati berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan di Gudang JNE Madukoro, yang ditunjukkan oleh nilai signifikansi sebesar 0,006 ($< 0,1$). Hal ini mengindikasikan bahwa perhatian, kepedulian, serta kemampuan berkomunikasi dengan pelanggan berperan dalam meningkatkan kepuasan pelanggan. Berdasarkan analisis three box method, variabel empati berada pada kategori sedang, yang menunjukkan bahwa tingkat empati pelayanan dinilai cukup baik. Temuan ini sejalan dengan

penelitian (Mulyono, & Ramadhani, 2017) yang menyatakan bahwa empati berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada sektor jasa.

5. KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang berbeda-beda terhadap kepuasan pelanggan di Gudang JNE Madukoro. Variabel bukti fisik dan daya tanggap terbukti tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Sementara itu, variabel kehandalan, jaminan, dan empati menunjukkan pengaruh yang signifikan dan positif terhadap kepuasan pelanggan, yang menandakan bahwa kemampuan memberikan layanan yang andal, rasa aman, serta perhatian dan kepedulian kepada pelanggan menjadi faktor penting dalam meningkatkan kepuasan pelanggan.

Saran

Berdasarkan hasil penelitian, disarankan agar Gudang JNE Madukoro terus meningkatkan kualitas pelayanan, khususnya pada aspek kehandalan, jaminan, dan empati, serta melakukan perbaikan pada aspek bukti fisik dan daya tanggap. Gudang JNE Madukoro diharapkan dapat meningkatkan tanggung jawab terhadap risiko kerusakan atau kehilangan barang, menyediakan jaminan yang jelas bagi pelanggan yang mengajukan komplain, serta meningkatkan empati melalui kemudahan akses layanan, seperti penyesuaian jam operasional. Selain itu, perusahaan juga diharapkan mampu memberikan solusi pengiriman ulang apabila pelanggan belum menerima paket, sehingga kepuasan pelanggan dapat terus ditingkatkan dan jumlah ulasan negatif dapat diminimalkan.

DAFTAR REFERENSI

- Alma, B. (2019). *Manajemen pemasaran dan pemasaran jasa*. Alfabeta.
- Andini, N. P., & Putra, I. G. A. P. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan pada Sektor Jasa. *Jurnal Manajemen Jasa Dan Pelayanan*, 7(1), 45–56.
- Aris, I., & Agung, U. (2019). Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Yang Dimediasi Oleh Kepuasan Pelanggan Jasa Pengiriman Jalur Darat (Studi Kasus Kepuasan Pelanggan JNE Cabang Hijrah Sagan Yogyakarta). *Jurnal of Business and Management Sciences*, 2(3), 2928–2938.

- Indrawati, A., & Jatmiko, R. D. (2017). Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan pada Perusahaan Jasa Logistik. *Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan*, 19(2), 85–94.
- Lincincia, B., Tinneke, K., & Tumbel, M. (2022). Pengaruh Bukti Fisik, Kehandalan, Daya Tanggap, Jaminan, dan Empati terhadap Kepuasan Nasabah PT. Bank Rakyat Indonesia (BRI) Unit Tateli. *Jurnal Productivity*, 3(3), 271–278.
- Malik, S., Muhammad, K., & Waheed, Y. (2023). Nanotechnology: A Revolution in Modern Industry. *Molecules*, 28(2). <https://doi.org/10.3390/molecules28020661>
- Mulyono, & Ramadhani, R. (2017). Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan pada Sektor Jasa. *Jurnal Riset Manajemen*, 6(2), 112–123.
- Nugraha, garda ikhsan. (2023). Cantaka: Jurnal Ilmu Ekonomi dan Manajemen. *Cantaka: Jurnal Ilmu Ekonomi Dan Manajemen*, 152–165.
- Oktarini, R. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna Jasa Aplikasi Gojek Di Kota Tangerang. *Jurnal Sekretari Universitas Pamulang*, 6(2), 248. <https://doi.org/10.32493/skr.v6i2.5541>
- Pratiwi (dalam Afrilliana, 2020). (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan Grab di Kota Palembang. *Jurnal Nasional Manajemen Pemasaran & SDM*, 1(2), 46–55.
- Siti, R., Cahyati, N., & Setiawardani, M. (2017). *Service Quality dan Implikasinya Terhadap Kepuasan Pelanggan*.
- Sutrisno, & Kurniawan, D. (2017). Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 5(2), 123–134.
- Tjiptono. (2019). *Strategi Pemasaran Prinsip & Penerapan*. In Edisi 1.
- Veranita, M., & Hani Hatimatunnisani. (2021). Kualitas Pelayanan Publik Pengaruhnya Terhadap Kepuasan Pelanggan PT PLN (Persero) Rayon Bandung Selatan. *Jurnal E-Bis (Ekonomi-Bisnis)*, 5(1), 249–259. <https://doi.org/10.37339/e-bis.v5i1.580>
- Vonk Noordegraaf, C., & Welles, G. W. H. (2023). Product quality. *Greenhouse Climate Control: An Integrated Approach*, 4(1), 92–97. <https://doi.org/10.4324/9780080914947-10>

Yanuar, M. M., Qomariah, N., & Santoso, B. (2021). Dampak Kualitas Produk, Harga, Promosi, dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan Optik Marlin Cabang Jember. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Indonesia*, 3(1), 61–