

## PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN PADA ICLEAN LAUNDRY DI KABUPATEN TANGERANG

Nana Permana<sup>1</sup>, Ade Yusuf<sup>2</sup>  
Manajemen, Universitas Pamulang, Tangerang Selatan  
E-mail: \*[nanapermana14@gmail.com](mailto:nanapermana14@gmail.com)<sup>1</sup>, [dosen02604@upam.ac.id](mailto:dosen02604@upam.ac.id)<sup>2</sup>

### ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen terhadap loyalitas konsumen pada Iclean Laundry baik secara parsial maupun simultan. Metode yang digunakan adalah kuantitatif. Teknik pengambilan sampel berjumlah 155 responden. Analisis data menggunakan uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, analisis regresi, analisis koefisien korelasi, analisis koefisien determinasi dan uji hipotesis. Hasil penelitian ini adalah kualitas pelayanan (X1) berpengaruh signifikan terhadap loyalitas konsumen (Y). kepuasan konsumen (X2) berpengaruh signifikan terhadap loyalitas konsumen (Y). kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen berpengaruh signifikan terhadap loyalitas konsumen.

### Kata kunci

**Kuaitas Pelayanan, kepuasan konsumen dan Loyaitas konsumen**

### ABSTRACT

*The aim of this research is to determine the influence of service quality and consumer satisfaction on consumer loyalty to Iclean Laundry, both partially and simultaneously. The method used is quantitative. The sampling technique consisted of 155 respondents. Data analysis uses validity tests, reliability tests, classical assumption tests, regression analysis, correlation coefficient analysis, coefficient of determination analysis and hypothesis testing. The results of this research are that service quality (X1) has a significant effect on consumer loyalty (Y). consumer satisfaction (X2) has a significant effect on consumer loyalty (Y). Service quality and consumer satisfaction have a significant effect on consumer loyalty.*

### Keywords

***Service Quality, Customer Satisfaction and Customer Loyalty***

## 1. Latar Belakang

Perkembangan pesat dalam dunia bisnis berjalan sejalan dengan perubahan zaman dan peningkatan tuntutan hidup yang semakin ketat. Dampaknya terlihat melalui munculnya beragam jenis usaha baru yang digagas oleh masyarakat, termasuk usaha laundry kiloan yang menjadi fenomena saat ini. Keberadaan usaha ini, yang berkembang pesat di setiap wilayah terutama di perkotaan, memberikan kontribusi positif terhadap kebutuhan konsumen yang sibuk dengan rutinitas pekerjaan mereka. Jasa laundry kiloan menjadi solusi efektif untuk mendukung kebutuhan mencuci pakaian, dan bisnis ini terus tumbuh serta menyebar ke berbagai lokasi, dari tempat terpencil hingga pusat keramaian. Usaha cuci kiloan ini nampaknya telah menjadi bagian integral dari gaya hidup masyarakat, khususnya bagi mereka yang sibuk dengan pekerjaan dan mencari cara praktis untuk mengatasi beban pekerjaan yang tinggi.

Iclean Laundry Berdiri pada tahun 2016, yang didirikan oleh Ibu Sarah Savitri dan diteruskan hingga sekarang. Sebelumnya Pada tahun 2012 Beliau bekerja di salah satu usaha Laundry di Tangerang kota sebagai SPV selaku penanggung jawab cabang yang beliau pegang. Pada tahun 2015 beliau termotivasi untuk membuka usaha Laundry-nya

sendiri dan baru terealisasi pada tahun 2016 hingga sekarang. Seiring berjalannya waktu bisnis usaha Laundry kiloan terus mengalami peningkatan dan banyak konsumen yang datang menggunakan jasa Laundry khususnya dari daerah Cisauk, BSD dan sekitarnya. Namun pada tahun belakangan ini banyak ditemukan konsumen yang masih mengeluhkan terhadap kualitas pelayanan yang diberikan oleh Iclean Laundry. tersebut menyebabkan penurunan terhadap Loyalitas konsumen untuk memakai jasa Iclean Laundry. Penurunan konsumen akan mengakibatkan pengaruh pada nilai penjualan perusahaan. Berikut data jumlah konsumen pada Tahun 2022 :

**Tabel 1 Data konsumen Iclean Laundry di Kabupaten Tangerang Tahun 2022**

No	Bulan	Jumlah Konsumen 2022
1	Januari	68
2	Februarui	71
3	Maret	57
4	April	64
5	Mei	60
6	Juni	46
7	Juli	62
8	Agustus	45
9	September	42
10	Oktober	38
11	September	35
12	Desember	31
	<b>Total</b>	<b>619</b>

Berdasarkan tabel 1.4 di atas dapat dilihat bahwa terjadi fluktuatif terhadap Loyalitas konsumen pada Iclean Laundry. Loyalitas konsumen merupakan suatu hal yang sangat berharga demi mempertahankan keberadaan konsumennya tersebut untuk tetap berjalannya suatu bisnis atau usaha. Jika konsumen tidak dapat terpuaskan akan berdampak buruk bagi usaha itu sendiri, seperti menurunnya pendapatan dan hilangnya konsumen.

Menurut Tjiptono (2016:59) menyatakan bahwa "Kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan". Definisi lain kualitas pelayanan menurut Wyckof dalam Lovelock yang dikutip oleh Tjiptono (2016:270) merupakan tingkat keunggulan (excellence) yang diharapkan dan pengendalian atas keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan.

Menurut Kotler dan Keller (2016:177) menyatakan bahwa kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja (atau hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja (atau hasil) yang diharapkan. Menurut Tjiptono (2018) dalam Syafira & Nirmalasari (2023:294) kepuasan konsumen adalah perasaan yang dirasakan oleh pelanggan sebagai akibat dari terpenuhinya harapan dan keinginan dari pelanggan atas produk yang dibelinya serta dapat memiliki manfaat yang tepat.

Sedangkan menurut Griffin (2010) dalam Robby (2017:351) loyalitas pelanggan adalah seorang konsumen dikatakan setia atau loyal apabila konsumen menunjukkan perilaku pembelian secara teratur atau terdapat suatu kondisi dimana mewajibkan konsumen membeli paling sedikit dua kali dalam selang waktu tertentu. Definisi lain

dari Tjiptono (2011) dalam Robby (2017:353) loyalitas pelanggan adalah pembelian ulang semata mata menyangkut pembelian merek tertentu yang sama secara berulang kali. Loyalitas adalah kesetiaan konsumen yang diberikan kepada produk tersebut bahwa produk tersebut telah memenuhi kebutuhan konsumen. Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Konsumen Terhadap Loyalitas Konsumen Pada Iclean Laundry baik secara parsial maupun secara simultan

## 2. METODE PENELITIAN

Jenis penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif, yakni analisis dengan menggunakan rumus-rumus statistik untuk menguji hipotesis yang diajukan. Sugiyono (2017:7) menjelaskan bahwa analisis kuantitatif adalah analisis yang bersifat hitungan berupa angka dengan menetapkan rumus-rumus statistik untuk menguji kebenaran data teori dan hipotesis. Lokasi yang diambil pada penelitian ini yaitu Di Iclean Laundry Kp.Ciberlut RT 03/RW 02, Desa Cibogo, Kec.Cisauk, Kab. Tangerang, Banten 15340 Populasi pada penelitian ini adalah seluruh adalah jumlah Konsumen Iclean Laundry yang berjumlah 619 (diambil dari data jumlah konsumen tahun 2022 Menurut Sugiyono (2022:218) "probability sampling adalah teknik pengambilan sampel yang memberikan peluang yang sama bagi setiap unsur (anggota) populasi untuk dipilih menjadi anggota sampel, diperoleh jumlah sampel penelitian sebesar 155 orang. Analisis data menggunakan uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, analisis regresi, analisis koefisien korelasi, analisis koefisien determinasi dan uji hipotesis.

## 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

### 3.1 Uji Validitas

Tabel 2 Hasil Uji Validitas Berdasarkan Variabel Kualitas Pelayanan (X1)

No	Item Pernyataan	r hitung	r tabel	Keputusan
1	Penampilan karyawan / petugas bersih dan rapih	0.781	0.157	Valid
2	Ruangan / semua area di Iclean Laundry tertata dengan rapih	0.833	0.157	Valid
3	Karyawan / petugas memberikan perhatian kepada semua customer	0.841	0.157	Valid
4	Karyawan / petugas memiliki kesungguhan dalam merespon setiap permintaan customer	0.776	0.157	Valid
5	Karyawan / petugas dengan sigap mau membantu customer	0.694	0.157	Valid
6	Karyawan / petugas dapat menangani segala keluhan customer	0.766	0.157	Valid

7	Karyawan / petugas mampu melayani customer dengan baik	0.802	0.157	Valid
8	Karyawan / petugas cekatana dalam menangani kebutuhan customer	0.820	0.157	Valid
9	Karyawan / petugas dapat memberikan pelayanan yang nyaman saat customer berkunjung ke Iclean Laundry	0.750	0.157	Valid
10	Karyawan / petugas memiliki pengetahuan informasi terkait produk dan layanan di Iclean Laundry	0.844	0.157	Valid

*Sumber : Data primer diolah SPSS 26. 2023*

Berdasarkan tabel diatas, dapat diketahui bahwa semua pernyataan pada kuesioner variabel kualitas produk dinyatakan valid, karena rhitung > r tabel (0,157) maka semua pernyataan dapat digunakan sebagai alat pengumpulan data.

**Tabel 3 Hasil Uji Validitas Berdasarkan Variabel Kepuasan (X2)**

No	Item Pernyataan	r hitung	r table	Keputusan
1	Saya memiliki pengetahuan yang baik tentang Iclean Laundry	0.833	0.157	Valid
2	Saya memahami jenis pelayanan yang ada pada Iclean Laundry	0.808	0.157	Valid
3	Saya senang dengan pelayanan yang diberikan oleh Iclean Laundry	0.771	0.157	Valid
4	Semua pelayanan yang diberikan Iclean Laundry sesuai dengan SOP yang ditentukan oleh pihak Manajemen.	0.823	0.157	Valid
5	Saya akan tetap mengunjungi Iclean Laundry jika Ingin mencuci Pakaian.	0.818	0.157	Valid
6	Konsumen termotivasi dan berpartisipasi dalam promosi yang disediakan oleh Iclean Laundry	0.837	0.157	Valid

Sumber : Data primer diolah SPSS 26. 2023

Berdasarkan tabel diatas, dapat diketahui bahwa semua pernyataan pada kuesioner variabel kepuasan dinyatakan valid, karena rhitung > rtabel (0,157) maka semua pernyataan dapat digunakan sebagai alat pengumpulan data.

**Tabel 4 Hasil Uji Validitas Berdasarkan Variabel Loyalitas Konsumen(Y)**

No	Item Pernyataan	r hitung	r tabel	Keputusan
1	Konsumen cenderung kembali menggunakan Layanan Iclean Laundry	0.850	0.157	Valid
2	Konsumen merasa terhubung dengan layanan ini karena karyawan/petugas selalu memperhatikan intruksi khusus terkait pencucian	0.822	0.157	Valid
3	Konsumen tertarik untuk tetap menggunakan Layanan Iclean Laundry	0.805	0.157	Valid
4	Konsumen memiliki motivasi yang kuat untuk mempertahankan kesetiaan dan hubungan jangka Panjang dengan Layanan Iclean Laundry	0.886	0.157	Valid
5	Konsumen memberikan saran dan merekomendasikan kepada orang lain untuk menggunakan Layanan Iclean Laundry	0.856	0.157	Valid
6	Konsumen memberikan pengalaman positif dengan Iclean Laundry kepada orang lain.	0.879	0.157	Valid

Sumber : Data primer diolah SPSS 26. 2023

Berdasarkan tabel diatas, dapat diketahui bahwa semua pernyataan pada kuesioner variabel Loyalitas konsumen dinyatakan valid, karena rhitung > rtabel (0,157) maka semua pernyataan dapat digunakan oleh peneliti.

### 3.2 Uji Reliabilitas

**Tabel 5 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Independen dan Dependen**

No	Variabel	Cronbach Alpha	Standard Cronbach Alpha	Keputusan
1	Kualitas Pelayanan (X1)	0.932	0,600	Reliabel
2	Kepuasan Konsumen (X2)	0.898	0,600	Reliabel
3	Loyalitas Konsumen (Y)	0.922	0,600	Reliabel

Sumber : Data primer diolah SPSS 26. 2023

Berdasarkan hasil pengujian pada tabel diatas, diketahui bahwa variabel Kualitas Pelayanan (X1), Kepuasan Konsumen (X2) dan Loyalitas Konsumen (Y) dinyatakan

reliabel, hal ini dibuktikan dengan masing-masing variable memiliki nilai Cronbach Alpha lebih dari > 0,60.

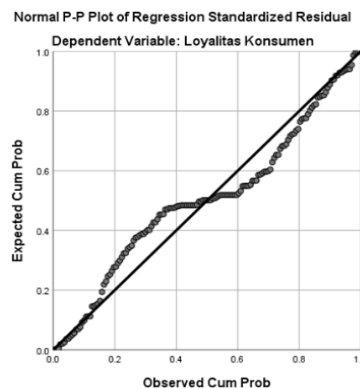
### 3.3 Uji Normalitas

**Tabel 6 UJI NORMALITAS DENGAN Kolmogorov-smirnov Test**

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		Unstandardized Residual
N		155
Normal Parameter <sup>a,b</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.53724093
Most Extreme Differences	Absolute	.110
	Positive	.105
	Negative	-.110
Test Statistic		.110
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 <sup>c</sup>
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		
c. Lilliefors Significance Correction.		

Sumber : Data primer diolah SPSS 26. 2023

Berdasarkan hasil pengujian pada tabel diatas, diperoleh nilai signifikansi variabel lebih besar dari  $\alpha = 0,05$  yaitu sebesar 0.200. Berdasarkan hal tersebut, dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas pelayanan, Kepuasan Konsumen dan Loyalitas Konsumen berdistribusi normal



**Gambar Normal P-Plot**

Berdasarkan gambar menunjukkan bahwa titik-titik menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti atau mendekati garis diagonal. Hal ini berarti bahwa model regresi dalam penelitian ini memenuhi asumsi normalitas. Oleh karena itu, variabel kualitas pelayanan, kepuasan konsumen dan Loyalitas konsumen berdistribusi normal dan memenuhi asumsi normalitas.

### 3.4 Uji Multikolinearitas

**Tabel 7 Hasil Pengujian Multikolinearitas dengan Collinearity Statistic**

Coefficients <sup>a</sup>								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	1.005	.800		1.256	.211		
	Kualitas Pelayanan	.309	.049	.465	6.331	.000	.182	5.497
	Kepuasan Konsumen	.522	.080	.481	6.547	.000	.182	5.497

a. Dependent Variable: Loyalitas Konsumen

Sumber : Data primer diolah SPSS 26. 2023

Berdasarkan hasil pengujian multikolinearitas pada tabel diatas diperoleh nilai tolerance variabel kualitas pelayanan sebesar 0,182 dan kepuasan konsumen 0,182 dimana kedua nilai tersebut lebih dari > 0.10, dan nilai Variance Inflation Factor (VIF) 5.497 dimana kurang dari < 10.00, maka tidak terjadi multikolinearitas.

### 3.5 Uji Autokorelasi

**Tabel 8 Hasil Uji Autokorelasi dengan Durbin-Watson**

Model Summary <sup>b</sup>					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.923 <sup>a</sup>	.851	.849	2.55388	2.098

a. Predictors: (Constant), Kepuasan Konsumen, Kualitas Pelayanan  
b. Dependent Variable: Loyalitas Konsumen

Sumber : Data primer diolah SPSS 26. 2023

Berdasarkan hasil pengujian pada tabel diatas, model regresi ini tidak ada autokorelasi. Hal ini dibuktikan dengan nilai Durbin Watson sebesar 2,098 pada interval 1,550 – 2,460.

### 3.6 Uji Heteroskedastisitas

**Tabel 9 UJI HETEROSKEDASTISITAS Dengan UJI Glejser Coefficients**

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3.501	.545		6.425	.000
	Kualitas Pelayanan	-.127	.033	-.680	-3.815	.000
	Kepuasan Konsumen	.129	.054	.423	2.371	.019

a. Dependent Variable: RES2

Sumber : Data primer diolah SPSS 26. 2023

Berdasarkan hasil pengujian pada tabel diatas, glejer test model pada variabel kualitas pelayanan (X1) diperoleh nilai probability signifikansi (Sig) sebesar 0,000 dan kepuasan konsumen (X2) diperoleh nilai probability signifikansi (Sig) sebesar 0,019 dimana keduanya nilai signifikansi (Sig) > 0,05. Dengan demikian regression model pada data ini tidak ada gangguan heteroskedastisitas, sehingga model regresi ini layak dipakai sebagai data penelitian.

#### 4. HASIL PENELITIAN

##### 4.1 Pengaruh kualitas pelayanan (X1) terhadap Loyalitas konsumen (Y)

Berdasarkan hasil analisis regresi sederhana kualitas pelayanan (X1) terhadap Loyalitas konsumen (Y) diperoleh persamaan sebagai berikut  $Y = 0,036 + 0,598X1$ . Hasil uji koefisien determinasi antara kualitas pelayanan (X1) terhadap loyalitas konsumen (Y) diperoleh nilai R- Square sebesar 0,809 atau 80,9%. Kemudian berdasarkan hasil perhitungan uji persial diperoleh nilai  $t_{hitung}$  sebesar 25,456 dimana memenuhi ketentuan uji hipotesis parsial,  $t_{hitung} > t_{tabel}$  (25,456 > 1,976). Hal tersebut juga diperkuat dengan nilai p value < sig. 0,05 atau (0,000 < 0,05). Dengan demikian menunjukkan H0 ditolak dan Ha diterima. Sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara kualitas pelayanan (X1) terhadap loyalitas konsumen (Y).

##### 4.2 Pengaruh kepuasan (X2) terhadap loyalitas konsumen (Y)

Berdasarkan hasil analisis regresi sederhana kepuasan (X2) terhadap loyalitas konsumen (Y) diperoleh persamaan sebagai berikut  $Y = 0,128 + 0,978 X2$ . Hasil uji koefisien determinasi antara kepuasan (X2) terhadap loyalitas konsumen (Y) diperoleh nilai R- Square sebesar 0,812 atau 81,2%. Kemudian berdasarkan hasil perhitungan uji persial diperoleh nilai  $t_{hitung}$  sebesar 25,683 dimana memenuhi ketentuan uji hipotesis parsial,  $t_{hitung} > t_{tabel}$  (25,683 > 1,976). Hal tersebut juga diperkuat dengan nilai p value < sig. 0,05 atau (0,000 < 0,05). Dengan demikian menunjukkan H0 ditolak dan H2 diterima. Sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara kepuasan (X2) terhadap loyalitas konsumen (Y).

#### 5. KESIMPULAN

Berdasarkan penjelasan pada bab-bab sebelumnya, dan dari hasil analisis serta pembahasan mengenai pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian, maka disimpulkan sebagai berikut :

Terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara kualitas pelayanan terhadap Loyalitas konsumen pada Iclean laundry di kabupaten Tangerang. Uji hipotesis diperoleh nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  yaitu (25,456 > 1,976), hal tersebut juga diperkuat dengan nilai p value < sig, 0,05 (0,000 < 0,05). Dengan demikian maka menunjukkan H0 ditolak dan H1 diterima.

Terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara kepuasan konsumen terhadap Loyalitas konsumen pada Iclean Laundry di kabupaten Tangerang. Uji hipotesis diperoleh  $t_{hitung} > t_{tabel}$  yaitu (25,683 > 1,976), hal tersebut juga diperkuat dengan nilai p value < sig, 0,05 (0,000 < 0,05). Dengan demikian maka menunjukkan H0 ditolak dan H2 diterima.

Terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen terhadap loyalitas konsumen pada Iclean laundry di kabupaten

Tangerang. Uji hipotesis diperoleh nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  yaitu ( $10,483 > 3,06$ ), hal tersebut juga diperkuat dengan nilai  $p\text{ value} < sig, 0,05$  ( $0,000 < 0,05$ ). Dengan demikian maka menunjukkan  $H_0$  ditolak dan  $H_3$  diterima. erdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara kualitas pelayanan (X1) dan kepuasan (X2) terhadap loyalitas konsumen(Y).

## 6. DAFTAR PUSTAKA

- Algifari. (2015). Analisis Regresi untuk Bisnis dan Ekonomi. Yogyakarta: BPFE.
- Alma, Buchari. (2013). Manajemen pemasaran dan pemasaran jasa. Bandung: Alfabeta.
- Alma, Buchari. (2017), Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa. Bandung: Alfabeta
- Andi, Mahfud, Suriyanti., (2023). "Pengaruh Kualitas Layanan Dan Kepuasan terhadap Loyalitas Nasabah BANK Rakyat Indonesia". *Journal of Management & Business*. 6(1), Hal. 776 – 783
- Andi, S. (2015). Statistika dalam Kajian Deskriptif, Inferensi dan Non Parametric. Edisi Pertama. Kencana. Jakarta: Prenada Media Group.
- Angipora, Marius P. (2016) "Dasar-Dasar Pemasaran", Jakarta : PT. Raja Grafindo
- Anoraga. (2016). Manajemen Bisnis. Semarang : PT. Rineka Cipta.
- Arikunto, Suharsimi. (2016). Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek Jakarta: PT. Rineka Cipta.
- Bella. A. R. (2022). Pengaruh tangible dan reliability jasa hotel terhadap tingkat kepuasan konsumen di rumah kito resort hotel jambi (*doctoral dissertation*, universitas batanghari).
- Brachtalia, R. R. (2016). Pengaruh *Store Atmosphere* dan Lokasi Terhadap Loyalitas Konsumen Distro House Of Smith Buah-Batu Bandung (*Doctoral dissertation*, Universitas Widyatama).
- Diah, Singse, Dodi, Pristina, Enung, Sri., (2022)." Pengaruh Kepuasan Pelanggan Dalam Memediasi *coustemer Relationship Management* Terhadap Loyalitas Konsumen Pada Masa Pandemi". *Jurnal Visionida*. 8(1), 2550-0694
- Fadilah, F. M. (2019). Tinjauan Kinerja Karyawan Pada CV. *Elleven Outdoor* (*Doctoral dissertation*, Program Studi Manajemen D3 Fakultas Ekonomi-Bisnis Universitas Widyatama).
- Fadli, M. F. (2018). Pengaruh orang, proses, kualitas layanan dan nilai pelanggan terhadap kepuasan pelanggan pada PT *Prudential Life Assurance* Pontianak. *Jurnal Ekonomi Integra*, 7(1), 015-032.
- Farida, S. I. (2022). Manajemen dan Kepemimpinan.
- Ghozali (2016). Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS.
- Ghozali, Imam. Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS, Edisi Kelima, Badan Penerbit Undip, Semarang, 2015
- Hasibuan, Malayu S.P. 2016. Manajemen Sumber Daya Manusia. Edisi Revisi.
- Hasibuan, Malayu S.P. 2017. Dasar-dasar Perbankan, Jakarta : Haji Masagung
- Hendrian, Priski, Ruby, Diah., (2020). "Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Konsumen terhadap Loyalitas Pelanggan pada PT. Satria Antarana Prima". *Jurnal Ilmu Komputer dan Bisnis (JIKB)*. 1(2), hal. 2502-2514
- Hilda, Michelle, Michael., (2022) "Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepuasan