

## PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, KETEPATAN WAKTU PENGIRIMAN DAN FASILITAS TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN

Khairul Bahr<sup>1)</sup>, Krisna Gusti Putra<sup>2)</sup>  
<sup>1)2)</sup>Universitas Muhammadiyah Bengkulu  
[Kristop511@gmail.com](mailto:Kristop511@gmail.com)

### ABSTRACT

This study aims to determine the effect of Service Quality, Timeliness of Delivery and Facilities on Customer Satisfaction of PT. Pos Indonesia (Persero) in Bengkulu City. This study uses quantitative research methods. The population in this study are the customers of PT. Pos Indonesia Kenanga Gardens, Ratu Agung District, Bengkulu City, Bengkulu, with a sampling method using the "Purposive Sampling" method. In the implementation of the study, respondents were obtained randomly, in a total of 98 people. This study uses data collection methods by means of observation, interviews and questionnaires. The data that has been collected will be processed using instrument tests, analysis of respondents' responses, classical assumption test, multiple linear regression analysis, coefficient of determination (R<sup>2</sup>) and hypothesis testing using SPSS 20. Based on the results of multiple linear regression obtained, the formulation  $Y = 0.092 + 0.101X_1 + 0.494X_2 + 0.175X_3$ . The coefficient of determination  $R^2 = 0.769$  or 76.9% while the remaining 0.231 or 23.1% is influenced by other variables. After the test results have been carried out, it can be seen that the service quality variable (X<sub>1</sub>) shows tcount of 2.448 > ttable of 1.985 with a significance level of 0.016 ttable of 1.985 with a significance level of 0.00 ttable 1,985 with a significance level of 0.00 < 0.05. The results of the f test show fcount > ftable (108.479 > 2.70) and a significance value of 0.00 < 0.05. From the results of data processing, it can be concluded that the quality of service, timeliness of delivery and facilities partially or simultaneously have a positive and significant effect on customer satisfaction

**Keyword:** service quality, on time delivery, facilities, customer satisfaction

### PENDAHULUAN

Dunia bisnis yang semakin ketat di era globalisasi saat ini memaksa para pebisnis untuk terus berjuang memenuhi keinginan dan kebutuhan konsumen yang semakin banyak dan beragam. Jasa juga telah menjadi industri yang dapat memberikan kontribusi terhadap pendapatan nasional. Perusahaan yang ingin berkembang dan memperoleh keunggulan kompetitif sebagai sektor ekonomi perlu menawarkan produknya dalam bentuk harga yang kompetitif, pengiriman yang lebih cepat, dan peningkatan layanan kepada pelanggan strategis. Peran orang-orang progresif di suatu negara

Peran sebagai sarana transportasi barang ini meliputi pelayanan dalam penyediaan akses transportasi barang baik dalam jarak dekat maupun jarak jauh. Pada bisnis jasa pengiriman barang, produsen dan konsumen harus berinteraksi dengan efektif untuk menciptakan nilai superior selama melakukan pembelian jasa. Secara garis besar manusia ingin memenuhi kebutuhannya dengan baik melalui barang maupun jasa (Kotler & Armstrong, 2013).

Dengan semakin ketatnya persaingan dalam dunia bisnis, perusahaan didorong untuk mempertimbangkan merumuskan atau mempertimbangkan strategi yang tepat dan cara memenangkan persaingan, salah satunya dengan menjalin hubungan yang paling dekat antara perusahaan dan pelanggan dengan menyediakan sistem pelayanan yang cepat. Dan manajemen

yang tepat. Kualitas layanan mendorong pelanggan untuk mengabdikan diri pada produk dan layanan perusahaan, sehingga berdampak pada peningkatan pangsa pasar produk.

PT. Pos Indonesia memiliki peranan penting dalam menunjang kelancaran yang terjadi diperekonomian nasional. Pentingnya jasa pengiriman tersebut tercermin pada sarana yang tersedia, sehingga dapat memperlancar arus barang yang di antarkan. Peranan perusahaan PT. Pos Indonesia memiliki nilai lebih dari jasa logistik dalam menghadapi globalisasi di era perdagangan bebas

Menurut Kotler (2006) salah satu cara agar dapat memenangkan sebuah persaingan antar perusahaan lain ialah dengan berusaha semaksimal mungkin agar dapat mempertahankan pelanggan yang sudah ada, karena untuk mencari pelanggan yang baru membutuhkan banyak biaya yang lebih besar dari pada mempertahankan pelanggan yang sudah ada. Adanya proses pelayanan memuaskan dengan kualitas pelayanan yang baik dan ramah, Semakin banyak bertambahnya pemikiran para pelanggan akan mempertimbangkan proses pemakaian suatu jasa pengiriman, maka perusahaan harus meningkatkan lagi kualitas pelayanan, ketepatan waktu dan juga mempertimbangkan mengenai tarif pengiriman, agar perusahaan jasa tersebut dapat bersaing dengan perusahaan lainnya

Keterlambatan pengiriman, ketidakterawatan barang, barang yang gagal kirim, dan hal-hal lain yang dapat mengganggu aktivitas pelayanan akan membuat kualitas pelayanan menurun, oleh karena itu perusahaan harus tetap menjaga kualitasnya dengan melakukan pengendalian kualitas salah satunya dengan menggunakan *statistical quality control*.

Masalah-masalah tersebut disebabkan oleh penerapan SOP tidak terlaksana dengan baik, karyawan yang kurang teliti, kantong yang kurang kuat, barang kiriman yang menumpuk, kurir barang yang kurang, tempat penyimpanan barang yang kurang baik, gangguan pada saat pengantaran barang, jarak tujuan yang jauh, tidak ada penerima barang, salah alamat, kecelakaan, dan penyebab-penyebab lainnya yang dapat menimbulkan terjadinya masalah

Menurut (Kotler 2002) mendefinisikan bahwa kualitas pelayanan merupakan suatu aktivitas serta sebuah kegiatan yang ditawarkan oleh suatu pihak ke pihak lainnya, pada dasarnya tidak berwujud atau tidak dapat mengakibatkan suatu kepemilikan apapun. Menurut (Tjiptono 2014) menyatakan bahwa kualitas pelayanan bisa disebut (*service quality*) yaitu upaya pemenuhan suatu keinginan atau kebutuhan, serta ketepatan dalam melakukan penyampaian untuk mengimbangi harapan seorang pelanggan.

Menurut (Handoko 2010) ketepatan waktu ialah jangka waktu pelanggan memesan suatu produk sehingga produk tersebut tiba di pelanggan secara tepat waktu dengan aman dan sesuai dengan waktu yang telah ditentukan. Menurut (Aminah, Rafani, and Hariyani 2017) Ketepatan waktu ialah bahwa proses pengiriman barang yang dilakukan harus sesuai dengan hari dan tanggal yang telah ditentukan apabila hari dan tanggal tidak sesuai yang telah ditentukan dapat menjadi pemacu pelanggan untuk komplain, dengan jumlah pengiriman barang dan barang yang sampai harus secara tepat waktu agar para pelanggan merasa puas jika barang yang diantar tersebut sampai dengan waktu yang telah ditentukan.

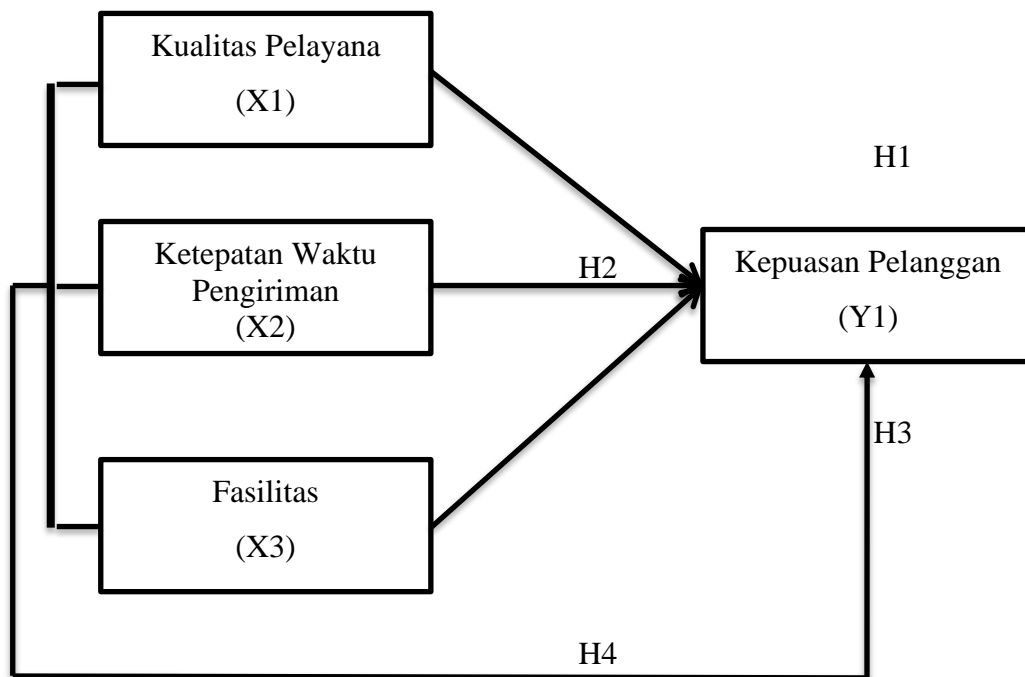
Menurut (O. A. Yoeti 2010) fasilitas adalah segala sesuatu baik benda maupun jasa yang menyertai pelayanan yang diberikan oleh perusahaan baik perusahaan jasa, dagang maupun perusahaan industri. Menurut (Raharjani 2005) menyatakan bahwa apabila suatu perusahaan jasa mempunyai fasilitas yang memadai sehingga dapat memudahkan konsumen dalam menggunakan jasanya dan membuat nyaman konsumen dalam menggunakan jasanya tersebut maka akan dapat mempengaruhi konsumen dalam melakukan pembelian jasa.

Menurut (Soegoto 2013) mendefinisikan bahwa kepuasan pelanggan merupakan sebagai perasaan para pelanggan, baik itu berupa suatu kesenangan atau rasa kekecewaan seseorang pelanggan timbul dari membandingkan penampilan sebuah suatu produk akan dihubungkan dengan harapan pelanggan atas produk tersebut. Menurut (Zeithaml and Bitner 2000) mendefinisikan bahwa Kepuasan merupakan tanggapan atau respon seorang pelanggan yang mengenai pemenuhan kebutuhan para pelanggan. Jadi dapat disimpulkan kepuasan merupakan penilaian mengenai ciri-ciri keistimewaan dari jasa ataupun produk, produk itu sendiri,

menyediakan tingkat kesenangan pelanggan yang berkaitan dengan pemenuhan kebutuhan konsumsi para pelanggan.

Dengan adanya permasalahan kualitas pelayanan, ketepatan waktu pengiriman dan fasilitas terhadap kepuasan pelanggan maka PT. Pos Indonesia harus dapat menyelesaikan pernyataan pernyataan di atas maka peneliti tertarik untuk mengadakan penelitian dengan judul “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Ketepatan Waktu Pengiriman Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pelanggan Pt. Pos Indonesia (Persero) Di Kota Bengkulu”

**Gambar .1**  
**Kerangka Analisis**



## METODE

Dalam penelitian ini populasi adalah konsumen PT. Pos Indonesia di Kota Bengkulu Menurut Sugiyono (2013) sampel adalah bagian dari jumlah populasi yang memiliki karakteristik. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik *nonprobability sampling* dengan pendekatan *purposive sampling*. *Purposive sampling* yaitu teknik penetapan responden untuk dijadikan sampel berdasarkan pada kriteria-kriteria tertentu (Siregar, 2013). Karena jumlah populasi dalam penelitian ini sangat besar dan tidak terbatas atau biasa dikatakan *invinite* maka jumlah sample ditentukan berdasarkan pendapat Arikunto (2010), yang mengemukakan bahwa untuk menentukan beberapa banyak sampel minimal yang perlu diambil untuk melakukan penelitian dapat dilakukan dengan rumus sebagai berikut :

$$n = \frac{Z \cdot p \cdot q}{d}$$

Jadi berdasarkan rumus tersebut maka jumlah sampel yang akan digunakan dalam penelitian ini sejumlah 98 orang.

Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah menggunakan kuesioner dan dianalisis dengan teknik regresi linear berganda.

## HASIL

### Analisis Regresi Linier Berganda

Hasil analisis regresi berganda yang akan dibahas dalam penelitian yaitu:

**Tabel 1**  
**Hasil Analisa Regresi Linier Berganda**

Model		Coefficients <sup>a</sup>				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
B	Std. Error	Beta				
1	(Constant)	,092	,695		,133	,895
	Kualitas Pelayanan	,101	,041	,157	2,448	,016
	Ketepatan waktu Pengiriman	,494	,068	,512	7,224	,000
	Fasilitas	,175	,039	,322	4,446	,000

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Hasil olah data SPSS 25

Dari perhitungan tabel di atas dengan menggunakan program SPSS, maka daya persamaan adalah sebagai berikut:

$$Y = 0,092 + 0,101X_1 + 0,494X_2 + 0,175X_3$$

Sedangkan untuk koefisien regresi untuk masing-masing variabel dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Nilai *a* (*constant*) sebesar 0,092 mempunyai arti bahwa apabila Kualitas Pelayanan, Ketepatan Waktu Pengiriman, Fasilitas sama dengan nol maka Kepuasan Pelanggan tetap sebesar 0,092, hal ini hanya berlaku saat dilakukan penelitian.
2. Koefisien Regresi  $X_1$ , sebesar 0,101 mempunyai makna jika nilai variabel Kualita Pelayanan ( $X_1$ ) naik satu satuan maka nilai KepuasanPelanggan ( $Y$ ) akan naik sebesar 0,101 dengan asumsi variabel Ketetapan Pengiriman ( $X_2$ ) dan Fasilitas ( $X_3$ ) dianggap tetap.
3. Koefisien Regresi  $X_2$ , sebesar 0,494 mempunyai makna jika nilai variabel Ketepatan Waktu Pengiriman ( $X_2$ ) naik satu satuan maka nilai variabel Kepuasan Pelanggan ( $Y$ ) akan naik sebesar 0,494 dengan asumsi variabel Kualitas Pelayanan ( $X_1$ ) dan Fasilitas ( $X_3$ ) dianggap tetap.
4. Koefisien Regresi  $X_3$ , sebesar 0,175 mempunyai makna jika nilai variabel Fasilitas ( $X_3$ ) naik satu satuan maka nilai variabel Kepuasan Pelanggan ( $Y$ ) akan naik sebesar 0,175 dengan asumsi variabel Kualitas Pelayanan ( $X_1$ ) dan Ketepatan Waktu Pengiriman ( $X_2$ ) dianggap tetap.
5. Dari hasil penelitian yang dilakukan Kualitas Pelayanan ( $X_1$ ), Ketepatan Waktu Pengiriman ( $X_2$ ) dan Fasilitas ( $X_3$ ) terhadap Kepuasan Pelanggan ( $Y$ ) variable yang paling dominan adalah variable Ketepatan Waktu Pengiriman ( $X_2$ ) hal ini bahwa hubungan yang ditimbulkan dalam penelitian adalah sebesar 0,494.

### Koefisien Determinasi

**Tabel 2**  
**Uji Determinasi**

Model Summary <sup>b</sup>				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,881 <sup>a</sup>	,776	,769	1,273

a. Predictors: (Constant), Fasilitas, Kualitas Pelayanan, Ketepatan waktu Pengiriman

b. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Hasil olah data SPSS 25

## Pengujian Hipotesis dengan uji t.

**Tabel 4**  
Hasil Uji T

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	,092	,695		,133	,895
	X1	,101	,041	,157	2,448	,016
	X2	,494	,068	,512	7,224	,000
	X3	,175	,039	,322	4,446	,000

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Hasil olah data SPSS 25

Berdasarkan tabel uji hipotesis pada tabel 4.12 dapat diketahui :

1. Pengaruh variabel Kualitas Pelayanan (X1) terhadap Kepuasan Pelanggan Pada PT. Pos Indonesia Kota Bengkulu. Berdasarkan tabel 4.12 diperoleh bahwa nilai t hitung untuk variabel Kualitas Pelayanan (X1) sebesar 2,448 hal ini berarti  $t_{hitung} > t_{tabel}$  ( $2,448 > 1,985$ ) dengan signifikansi  $0,016 < 0,05$ . Maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Dapat disimpulkan bahwa Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan PT. Pos Indonesia di Kota Bengkulu
2. Pengaruh variabel Ketepatan Waktu Pengiriman (X2) terhadap Kepuasan Pelanggan Pada PT. Pos Indonesia Kota Bengkulu. Berdasarkan tabel 4.12 diperoleh bahwa nilai t hitung untuk variabel Ketepatan Waktu Pengiriman (X2) sebesar 7,224 hal ini berarti  $t_{hitung} > t_{tabel}$  ( $7,225 > 1,985$ ) dengan signifikansi  $0,00 < 0,05$ . Maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Dapat disimpulkan bahwa Ketepatan Waktu Pengiriman berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan PT. Pos Indonesia di Kota Bengkulu
3. Pengaruh variabel Fasilitas (X3) terhadap Kepuasan Pelanggan Pada PT. Pos Indonesia Kota Bengkulu. Berdasarkan tabel 4.12 diperoleh bahwa nilai t hitung untuk variabel Kualitas Pelayanan (X1) sebesar 4,446 hal ini berarti  $t_{hitung} > t_{tabel}$  ( $4,446 > 1,985$ ) dengan signifikansi  $0,00 < 0,05$ . Maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Dapat disimpulkan bahwa Fasilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan PT. Pos Indonesia di Kota Bengkulu

## Uji F

**Tabel 5**  
Hasil Uji F

ANOVA <sup>a</sup>						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	527,043	3	175,681	108,479	,000 <sup>b</sup>
	Residual	152,233	94	1,619		
	Total	679,276	97			

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

b. Predictors: (Constant), Fasilitas, Kualitas Pelayanan, Ketepatan waktu Pengiriman

Hasil olah data SPSS 25

Berdasarkan hasil perhitungan tabel 4.13 diperoleh nilai  $F_{hitung} 108,479 > F_{tabel} 2,70$  dan signifikansi  $0,000 < 0,05$  maka hal ini menunjukkan bahwa  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima dengan demikian secara keseluruhan variabel pengaruh yaitu Kualitas Pelayanan, ketepatan Waktu Pengiriman dan Fasilitas secara simultan berpengaruh dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

## **PEMBAHASAN**

### **Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan**

Berdasarkan hasil uji data antara variabel Kualitas Pelayanan (X1),  $t_{hitung} > t_{tabel}$  ( $2,448 > 1,988$ ) dengan signifikansi  $0,016 < 0,05$ . Maka  $H_0$  ditolak. Dapat disimpulkan bahwa Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan pada PT. Pos Indonesia di Kota Bengkulu. Pengaruh dari kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan hasil analisis menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini menunjukkan bahwa semakin baik pelayanan yang diberikan oleh perusahaan terhadap para pelanggannya maka akan semakin baik juga kepuasan pelanggan terhadap pelayanan yang diberikan oleh perusahaan Berdasarkan teori perilaku konsumen kualitas pelayanan merupakan hal yang penting dalam memberikan kepuasan kepada pelanggan karena kualitas pelayanan yang baik akan memberikan dampak terciptanya rasa puas sehingga pelanggan tertarik dalam menggunakan jasa yang diberikan. Hasil penelitian sesuai dengan teori (Kotler and Keller 2010) yaitu keinginan pelanggan tersebut dengan benar dan untuk itu perusahaan dapat mengerti pelanggannya Kepuasan pelanggan terletak dalam hubungan antara prestasi pelayanan yang dirasakan (*perceived performance*) harapan (*ekspektasi*) pelanggan atas jasa atau produk.

### **Pengaruh ketepatan waktu terhadap kepuasan pelanggan**

Berdasarkan hasil uji data antara variabel Ketepatan Waktu Pengiriman (X2),  $t_{hitung} < t_{tabel}$  ( $07,225 < 1,985$ ) dengan signifikansi  $0,00 > 0,05$ . Maka  $H_0$  ditolak. Dapat disimpulkan bahwa Ketepatan Waktu Pengiriman berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan pada PT. Pos Indonesia di Kota Bengkulu. Berdasarkan teori perilaku konsumen ketepatan waktu pengiriman merupakan hal yang patut dijaga karena pelanggan perlu estimasi waktu dalam menentukan barang yang dipesan. Menurut (Handoko 2010) ketepatan waktu ialah jangka waktu pelanggan memesan suatu produk sehingga produk tersebut tiba di pelanggan secara tepat waktu dengan aman dan sesuai dengan waktu yang telah ditentukan. Oleh Karena itu ketepatan waktu pengiriman yang tepat waktu dapat membuat kepuasan pelanggan menjadi percaya terhadap pilihannya dan membuat kepuasan pelanggan.

### **Pengaruh fasilitas terhadap kepuasan pelanggan**

Berdasarkan hasil uji data antara variabel Fasilitas (X3),  $t_{hitung} < t_{tabel}$  ( $4,446 > 1,985$ ) dengan signifikansi  $0,00 < 0,05$ . Maka  $H_0$  ditolak. Dapat disimpulkan bahwa Fasilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan pada PT. Pos Indonesia di Kota Bengkulu. Fasilitas berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan, artinya semakin baik fasilitas atau semakin lengkap fasilitas maka akan membuat pelanggan merasa nyaman dan merasa puas, jika dilihat dari teori perilaku konsumen, fasilitas merupakan faktor penunjang yang sangat dibutuhkan konsumen dalam melakukan segala hal yang dapat memudahkan dalam mengakses. Fasilitas merupakan bentuk fisik atau atmosfer yang dibentuk oleh eksterior dan interior yang disediakan perusahaan dalam membangun rasa aman dan nyaman pelanggan (Tjiptono and Chandra 2016). Selain itu industri yang memberikan suasana menyenangkan dengan atribut fasilitas yang mengesankan akan mempengaruhi kepuasan pelanggan.

## **KESIMPULAN**

Berdasarkan hasil penelitian yang berjudul Pengaruh Kualitas Pelayanan, Ketepatan Waktu Pengiriman dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada PT. Pos Indonesia, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut :

1. Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Pos Indonesia di Kota Bengkulu.
2. Ketepatan waktu pengiriman berpengaruh dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Pos Indonesia di Kota Bengkulu.

3. Fasilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Pos Indonesia di Kota Bengkulu.
4. Kualitas Pelayanan, ketepatan waktu pengiriman dan fasilitas secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Pos Indonesia di Kota Bengkulu.

## DAFTAR PUSTAKA

- Aminah, A, Y Rafani, and H Hariyani. 2017. "Analisis Pengaruh Faktor Ketepatan Waktu Pengiriman Barang Dan Kepercayaan Pelanggan Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Pada PT Jalur Nugraha Ekarkurir (JNE) Pangkalpinang)." *Jurnal Progresif Manajemen* 17(2): 49–61.
- Aryandi, J., & Onsardi, O. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Cafe Wareg Bengkulu. *Jurnal Manajemen Modal Insani Dan Bisnis (Jmmib)*, 1(1), 117-127.
- Attamimi, Fahmi Majid, M. Hufron, and Fahrurrozi Rahman. 2020. "Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, Dan Ketepatan Waktu Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Pada Konsumen JNE Kota Malang)." *Jurnal Ilmiah Riset Manajemen* (2010): 27–39.
- Ekowati, S., Yulinda, A. T., & Megawati, M. (2022). Dampak Digital Marketing, Brand Image Dan Relationship Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Lina Ms Glow Kota Bengkulu. *Creative Research Management Journal*, 5(2), 10-19.
- Emmywati, Emmywati. 2016. "Pengaruh Kualitas Layanan Yang Terdiri Dari Kenyamanan, Keamanan, Kemudahan Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Galeri Seni Dan Pusat Meditation Ponorogo Jawa Timur." *Jurnal Manajemen* 1(3): 8.
- Hafizha, Salma, Abdurrahman, and Hanifa Sri Nuryani. 2019. "Pengaruh Kualitas Pelayanan, Ketepatan Waktu, Tarif Pengiriman, Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pelanggan J&T Express." *Jurnal Manajemen dan Bisnis* 2(1).
- Handoko, Bagus. 2010. *Cara Mudah Membangun Blog Toko Online*. Jakarta: Salemba Empat.
- Imanullah, M., Onsardi, O., Toyib, R., Hidayat, M. T., Wahyudi, I., Abimanyu, A., & Susanto, A. (2021). Pengenalan Website Sekolah Dasar Muhammadiyah 1 Unggulan Dalam Rangka Meningkatkan Mutu Pembelajaran Dan Promosi Sekolah. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Bumi Raflesia*, 4(1), 483-492.
- Khanza, M., Toyib, R. T., & Onsardi, O. (2021). Implmentasi Algoritma Apriori Untuk Meningkatkan Penjualan Handphone di Toko Mardha Cell. *JSAI (Journal Scientific and Applied Informatics)*, 4(2), 221-235.
- Kotler, Philip, and Kevin Lane Keller. 2010. *Manajemen Pemasaran*. 13th ed. Jakarta: Erlangga.
- Maydiana, Luthfia. 2019. "Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Jasa Cuci Motor Mandiri." *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)* 7(2): 444–50.
- Mowen, Jhon C, and Michael Minor. 2002. *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Erlangga.
- Munandar, J. A., & Onsardi, O. (2021). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah Menabung Di Bank Sumsel Babel Kcp Tanjung Sakti. (*Jems*) *Jurnal Entrepreneur Dan Manajemen Sains*, 2(1), 43-52.
- Muntahanah, M., & Toyib, R. (2020). Penerpan Algoritma Binary Search Dalam Pencarian Data Potensi Investasi Di Kabupaten Seluma Dengan Smartphone. *Jsai (Journal Scientific And Applied Informatics)*, 3(3), 129-136.
- Nirwana. 2014. *Pemasaran Jasa*. Jakarta: Alta.
- Nurhaliza, Siti, Ivan Sujana, And Pepy Anggela. 2009. "Kepuasan Pelanggan Jne Cabang Ketapang Siti Nurhaliza , Ivan Sujana , Pepy Anggela." : 19–22.
- Pangudi, Yoga Hayyu Haqieqie, and Tri Yuniati. 2018. "Analisis Ketepatan Waktu, Pelayanan, Dan Keamanan Barang Terhadap Kepuasan Konsumen PT. Temas Line Surabaya." *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen* 7(7).

- Panjaitan, Januar Efendi, and Lili Yuliati. 2016. "Dengan Lima Dimensi Sesuai Dengan Urutan Kepada Suatu Perusahaan Jasa Tersebut Jauh Dibawah." 11(2).
- Raharjani, Jeni. 2005. "Analisis Faktor - Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pemilihan Pasar Swalayan Sebagai Tempat Berbelanja (Studi Kasus Pada Pasar Swalayan Di Kawasan Seputar Simpang Lima Semarang )." *Jurnal Studi Manajemen Dan Organisasi (Jsmo)* Volume 2(Nomor 1): 1–15.
- Rahmawati, R., & Onsardi, O. (2022). Korelasi Mutu Pelayanan Dengan Impulse Buying Konsumen UD. Mantan Karyawan Kota Bengkulu. In *Prosiding Seminar Nasional Business Corporate* (Vol. 1, No. 1, Pp. 23-29).
- Rahmayanti, Nina. 2010. *Manajemen Pelayanan Prima*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Rohman, Saefur, and Fino Wahyudi Abdul. 2020. "Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Ketepatan Pengiriman Terhadap Kepuasan Pelanggan Dalam Menggunakan Jasa Pengiriman Barang Ninja Express Di Masa Pandemi Covid-19." *Jurnal Logistik Indonesia* 5(1): 73–85.
- Sapitri, L., & Onsardi, O. (2021). The Effect of Brand Image and Product Quality toward Wardah Cosmetics Consumers' Loyalty as A Study on Students Management Study Program, Faculty of Economics and Business, Muhammadiyah University of Bengkulu. *Jurnal Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi Review*, 1(2), 139-146.
- Soegoto, Agus. 2013. "Persepsi Nilai Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Dan Dampaknya Terhadap Loyalitas Konsumen." *Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi* 1(3): 1271–83.
- Sonatasia, D., Onsardi, O., & Arini, E. (2020). Strategi Meningkatkan Loyalitas Konsumen Makanan Khas Kota Curup Kabupaten Rejang Lebong. (*Jmmib*) *Jurnal Manajemen Modal Insani Dan Bisnis*, 1(1).
- Subagyo, Ahmad. 2010. *Marketing in Business*. Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Sugiarto, Endar. 2003. *Psikologi Pelayanan Dalam Industri Jasa*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Toyib, R., Onsardi, O., & Muntahanah, M. (2020). Promosi Produk Pertanian Dan Kerajinan Menggunakan Website Serta Pembukuan Sederhana di Desa Sido Dadi Kecamatan Arma Jaya Kabupaten Bengkulu Utara. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Bumi Raflesia*, 3(1).
- Wulandari, K., Finthariasari, M., & Yulinda, A. T. (2021). Impact Of Service Marketing On Student Decisions. *JBMP (Jurnal Bisnis, Manajemen dan Perbankan)*, 7(2), 234-254.