

**PENGARUH HARGA, KUALITAS PELAYANAN, DAN
PENGALAMAN PELANGGAN TERHADAP LOYALITAS
PELANGGAN DI PT. SAMUDERA EXPRESS INDONESIA
LOGISTIK, JAKARTA**

Yulia Puspita¹, Tin Agustina Karnawati², Muhammad Bukhori³

Institut Teknologi dan Bisnis Asia Malang, Indonesia

yulia_puspita27@yahoo.co.id, agustina@asia.ac.id, m.bukhori@asia.ac.id

Abstrak

Loyalitas pelanggan menjadi hal yang penting yang harus diperhatikan perusahaan, karena mampu meningkatkan penjualan, menurunkan biaya pemasaran dan menentukan kelangsungan sebuah perusahaan, ada banyak faktor yang menjadi penyebab terbentuknya loyalitas pelanggan dalam sebuah perusahaan diantaranya harga, kualitas pelayanan dan mewujudkan pengalaman pelanggan yang baik. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan perusahaan jasa ekspedisi sebagai objek penelitian. PT. Samudera Express Indonesia Logistik selalu menjaga loyalitas pelanggannya. Penelitian ini bertujuan untuk membuktikan dan menganalisis pengaruh harga, kualitas pelayanan, dan pengalaman pelanggan terhadap loyalitas pelanggan PT. Samudera Express Indonesia Logistik di Jakarta. Populasi penelitian adalah 100 orang pengguna jasa transportasi logistik atau ekspedisi yang berlokasi di wilayah Jabodetabek dan Bandung dengan menggunakan *teknik purposive sampling* melalui kuesioner dibuat dalam *google form* dan disebarluaskan dalam bentuk link melalui aplikasi *WhatsApp*. Teknik analisis data menggunakan regresi linier berganda dan uji hipotesis menggunakan uji t dan uji F. Berdasarkan hasil uji t diketahui bahwa harga berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan. Kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan. Pengalaman pelanggan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan. Harga, kualitas pelayanan, dan pengalaman pelanggan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan di PT. Samudera Express Indonesia Logistik.

Kata kunci: harga, kualitas pelayanan, pengalaman pelanggan, loyalitas pelanggan

Abstract

Customer loyalty is an important thing that must be considered by the company, because it is able to increase sales, reduce marketing costs and determine the continuity of a company, there are many factors that cause the formation of customer loyalty in a company including price, service quality and creating a good customer experience. Researchers used a freight forwarding company as a research object. PT. Samudera Express Indonesia Logistik always to maintains the loyalty of its customers. This study aims to prove and analyze the effect of price, service quality, and customer experience of customer loyalty at PT. Samudera

Express Indonesia Logistik in Jakarta. The population was 100 users of logistics or expeditionary transportation services which is located in Jabodetabek and Bandung areas using a purposive sampling technique through a questionnaire made on a Google form and disseminated in the form of link via WhatsApp application. Data analysis techniques using multiple linear regression and hypothesis testing using t test and F test. Based on the results of the t test, it is known that price has an effect on customer loyalty. Service quality has an effect on customer loyalty. Customer experience influences customer loyalty. Price, service quality, and customer experience simultaneously have a significant effect on customer loyalty at PT. Samudera Express Indonesia Logistik in Jakarta.

Keywords: price, service quality, customer experience, customer loyalty.

Pendahuluan

Sebagai makhluk sosial, masyarakat tidak bisa terlepas dari alat transportasi baik darat, laut dan udara. Transportasi memegang peranan penting dalam kehidupan bersosial dan saling membutuhkan. Menurut dishub.bulelengkab.go.id (10 Februari 2014). Transportasi yaitu pemindahan manusia maupun barang dari satu tempat ke tempat lain, menggunakan sebuah alat atau kendaraan dengan cara digerakkan oleh mesin penggerak atau tenaga manusia. Jasa Transportasi sudah menjadi kebutuhan dasar hidup masyarakat, oleh karenanya perlu keterkaitan dari ketersediaan pelayanan jasa transportasi dalam memenuhi kebutuhan aktivitas produksi, konsumsi, dan distribusi harus mendapat perhatian secara berkelanjutan. Menurut dephub.go.id (3 Oktober 2017) bahwa kesinambungan dalam penyediaan jasa transportasi di seluruh wilayah merupakan hal yang mutlak karena fungsi dari strategis transportasi ikut menciptakan stabilitas dan kelangsungan kegiatan masyarakat serta roda pemerintahan. Menhub menambahkan bahwa Indonesia memiliki potensi industry maritime yang besar dilihat dari luasnya laut Indonesia kurang lebih 5,8 juta km² dengan jumlah pulau yang tersebar dari Sabang sampai dengan Merauke sebesar 17.508 pulau, maka layaklah Indonesia diklaim sebagai negara maritim.

Menurut kumparan.com (5 Oktober 2021), transportasi dibagi menjadi tiga jenis, yaitu transportasi darat, laut, dan udara. Dalam hal ini peneliti lebih focus terhadap transportasi laut via container. Transportasi laut adalah alat transportasi yang umumnya beroperasi di lautan dengan bantuan kapal sebagai alat penyebrangan. Transportasi laut memiliki beragam fungsi, tergantung dari jenis transportasi laut itu sendiri.

Transportasi laut sendiri memiliki banyak jenis, di antaranya kapal feri, kapal penumpang, kapal barang, kapal tanker, dan kapal pesiar. Dalam hal ini, kapal yang sering digunakan untuk transportasi barang adalah kapal barang, kapal barang umumnya dipergunakan untuk keperluan aktivitas perdagangan dengan membawa muatan barang dari satu pelabuhan ke pelabuhan lain. Menurut kumparan.com (17 Desember 2020) bahwa kapal barang sangat memegang peranan penting dalam kegiatan ekspor, impor,

Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan, dan Pengalaman Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan di PT. Samudera Express Indonesia Logistik, Jakarta

ataupun domestik di dalam dunia perdagangan. Ukuran dari kapal yang besar mampu menampung banyak muatan barang untuk melintasi benua dan samudera. Tingginya permintaan pengiriman/distribusi barang via container dari Jakarta ke berbagai pulau yang tersebar di Indonesia, membuat pelaku jasa transportasi/expedisi laut di Jakarta bersaing cukup ketat, hal ini menjadi pemicu pelaku jasa transportasi/expedisi laut bersaing dalam memperebutkan pasar/market, hal ini mendorong pelaku jasa transportasi/expedisi laut untuk memperhatikan loyalitas pelanggan dari berbagai faktor pendukung.

PT. Samudera Express Indonesia Logistik adalah salah satu dari pelaku jasa transportasi/expedisi yang bergerak dalam bidang Transportasi Logistik Laut khusus melayani pengiriman barang menggunakan container khusus FCL (Full Container Load) ke berbagai pulau di Indonesia seperti : Sumatera, Kalimantan, Sulawesi, Bangka Belitung sampai ke Papua. PT. Samudera Express Indonesia Logistik berdiri sejak 2004 dengan jumlah karyawan 50 orang berkantor pusat di Jakarta dan memiliki cabang di Makassar, serta didukung oleh 40 unit trucking milik sendiri untuk melayani unit bisnis utama. PT. Samudera Express Indonesia Logistik juga bekerjasama dengan agent-agent yang ada di seluruh pulau di Indonesia untuk membantu proses pengiriman barang dari pelabuhan tujuan ke Gudang penerima.

Menurut potretkota.com (1 Februari 2022), adanya peningkatan arus logistik yang cukup signifikan terlihat pada tahun 2021, pencapaian realisasi arus peti kemas sebesar 107%. Di dalam data PT Pelindo Terminal Petikemas (SPTP) tercatat bahwa arus peti kemas sepanjang tahun 2021 sebanyak 10.973.567 TEUs sementara arus peti kemas di tahun 2020 sebanyak 10.208.492 TEUs. Lebih lanjut perseroan menargetkan arus peti kemas pada tahun 2022 sebanyak 11.641.285 TEUs. PT. Pelindo Terminal Petikemas (SPTP) optimis dapat mencapai target karena adanya pembenahan yang dilakukan di terminal peti kemas. Salah satu upaya pembenahan yang dilakukan yaitu standarisasi dan digitalisasi bisnis proses, peningkatan kompetensi bagi pekerja dan juga TKBM, serta peningkatan kehandalan peralatan penunjang kegiatan terminal.

Dalam penelitian ini, peneliti berfokus pada container FCL (Full Container Load) via container dari Jakarta ke berbagai daerah di Indonesia dari data PT. Samudera Express Indonesia Logistik mencapai 10.000 container pada tahun 2021. Jumlah tersebut turun 3% dari tahun sebelumnya yang sebanyak 10.350 container. Penurunan pengiriman jumlah container FCL dalam 1 tahun terakhir mendorong PT. Samudera Express Indonesia Logistik selalu berusaha untuk terus menciptakan loyalitas pelanggan, melalui harga serta pengalaman pelanggan menggunakan jasa layanan yang berkualitas dan terus berkomitmen untuk menjadi solusi transportasi terbaik dalam melayani pabrik-pabrik manufacture selaku customer/pelanggan PT. Samudera Express Indonesia Logistik.

Menurut (Ali, 2015), loyalitas pelanggan adalah perilaku yang berkaitan dengan sebuah produk, termasuk kemungkinan memperbaharui kontrak merek di masa mendatang, berapa kemungkinan pelanggan mengubah dukungannya terhadap merek, berapa keinginan pelanggan untuk menciptakan citra positif sebuah produk. Apabila

pelanggan tidak terpuaskan dengan sebuah produk, maka pelanggan akan bereaksi dengan cara *exit* (pembelian merek atau produk akan berhenti) dan *voice* (pernyataan ketidakpuasan langsung pada perusahaan).

Menurut (Wantara, 2015), menjelaskan Loyalitas adalah komitmen mendalam untuk membeli dan menggunakan kembali produk atau jasa secara konsisten di masa mendatang, sehingga mendorong adanya pembelian merek yang sama walaupun terdapat pengaruh-pengaruh situasional dan usaha pemasaran yang berpotensi menyebabkan perilaku berpindah ke produsen lain. Hal ini mengartikan bahwa bukan hanya kepuasan pelanggan semata yang menentukan loyalitas pelanggan namun juga ada usaha-usaha dari para pelaku bisnis yang dapat membuat pelanggan loyal.

Berdasarkan kajian teori dan meta analisis dari penelitian terdahulu yang telah dilakukan oleh peneliti maka dapat diketahui bahwa loyalitas pelanggan dipengaruhi oleh sejumlah faktor penting seperti harga, kualitas pelayanan, pengalaman pelanggan (Azhari, Fanani, & Mawardi, 2015); (Suwarsito & Aliya, 2020); (Saputri, 2019). Hal ini dikemukakan oleh (Kotler & Keller, 2012) Jika pelanggan puas dengan kualitas pelayanan atau pengalaman yang didapatkannya ketika menggunakan produk atau jasa, maka kemungkinan besar pelanggan akan membeli kembali barang yang sama atau menggunakan kembali jasa yang sama. Selain itu, pelanggan yang puas bisa saja merekomendasikan produk atau jasa tersebut mereka gunakan kepada calon pelanggan lainnya. Pengalaman pelanggan yang baik didapatkan dari pemahaman atas apa yang diinginkan atau diharapkan oleh pelanggan, penyampaian produk yang tepat pada setiap waktu atau kesempatan dan berbagai factor lainnya akan menimbulkan loyalitas (Putro, 2014).

Menurut (Kotler & Keller, 2009), Harga adalah sejumlah nilai uang yang dibayarkan atas suatu produk dan jasa atau jumlah dari nilai yang ditukarkan para pelanggan untuk memperoleh manfaat dari hasil menggunakan suatu produk atau jasa. Dari definisi di atas dapat disimpulkan bahwa harga adalah sejumlah uang yang ditawarkan untuk mengganti sebuah pelayanan dan kepuasan agar pelanggan menjadi loyal. Berdasarkan penelitian (Kelvin, Michael, 2018) menunjukkan adanya harga berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan di Warung Leko, Surabaya. Sedangkan penelitian oleh (Farisi & Siregar, 2020) menemukan tidak ada pengaruh harga terhadap loyalitas pelanggan dimana variabel harga tidak dapat meningkatkan loyalitas konsumen keripik Danke di Kabupaten Enrekang.

Perusahaan jasa transportasi/expedisi selain memperhatikan harga juga harus mengutamakan kualitas pelayanan. Menurut (Tjiptono, 2014) dalam Freekley (2018) mengatakan kualitas pelayanan difokuskan pada upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen maupun ketepatan penyampaiannya untuk mengimbangi ekspektasi konsumen. Perusahaan jasa yang memiliki pengalaman dan jam terbang yang lama untuk memenuhi kebutuhan konsumen hingga mendapatkan sebuah kepercayaan dari konsumen ketika mendapatkan harga kompetitif, kualitas layanan pengiriman yang tepat waktu, serta pengalaman pelanggan yang memuaskan maka mendorong terbentuknya Loyalitas Pelanggan. Menurut (Ramadhani, Mursito, & Sudarwati, 2021)

Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan, dan Pengalaman Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan di PT. Samudera Express Indonesia Logistik, Jakarta

ketepatan waktu merupakan jangka waktu konsumen memesan produk hingga produk tersebut tiba di tangan konsumen. Estimasi tiba kedatangan kiriman biasanya menjadi patokan para konsumen untuk mengetahui apakah kualitas pelayanan pengantaran baik atau buruk. Menurut (Kelvin, Michael, 2018) menemukan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Penelitian oleh (Choiriah & Liana, 2019), menemukan bahwa kualitas pelayanan tidak berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan, artinya baik atau buruknya kualitas pelayanan yang diberikan kepada pelanggan sepeda motor Honda di Kota Semarang tidak berpengaruh terhadap tingkat loyalitas pelanggan

Experience atau pengalaman adalah ketika pengetahuan atau *sensasi* yang dihasilkan dari beberapa tingkat interaksi dengan berbagai elemen yang diciptakan oleh penyedia layanan yang didapatkan oleh seorang pelanggan. Menurut Gupta dan Vajic dalam (Nasermoadeli, Ling, & Maghnati, 2013) bahwa memori pelanggan akan otomatis menyimpan pengetahuan atau *sensasi* yang didapat tersebut. *Experience* atau pengalaman yaitu kejadian yang dialami secara pribadi ketika merespon beberapa stimuli (seperti ketika diberikan usaha pemasaran sebelum dan sesudah pembelian). Suatu pengalaman melibatkan keseluruhan kehidupan dan dapat ditanamkan dalam produk, digunakan untuk mempertinggi jasa, atau membuat pengalaman itu sendiri (손대현, 2002) dalam (Nasermoadeli et al., 2013) menyatakan bahwa *customer experience* atau pengalaman pelanggan dapat dirasakan dan dialami melalui tiga dimensi, yaitu: *sensory experience*, *emotional experience*, dan *social experience*. Pernyataan bahwa loyalitas pelanggan dipengaruhi oleh *customer experience* atau pengalaman pelanggan didukung oleh penelitian terdahulu yang dilakukan oleh (Azhari et al., 2015), (Dirbawanto & Sutrasnawati, 2016), (Wardhana, 2016) dan (Yulinda, Ranidiah, & Jauhari, 2020). Penelitian oleh (Lyna & Prasetyo, 2021) mengatakan bahwa variabel *customer experience* tidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan online shop Lazada di kota Surakarta.

Peneliti juga melihat beberapa fenomena yang terjadi yaitu adanya penggunaan jasa transportasi/expedisi laut muatan FCL (Full Container Load) PT. Samudera Express Indonesia Logistik yang tidak terus menerus, adanya alasan harga yang kurang kompetitif, kualitas pelayanan yang belum maksimal seperti keterlambatan unit datang ke Gudang, dan pengalaman pelanggan yang merasa belum maksimal, mempengaruhi terbentuknya loyalitas pelanggan PT. Samudera Express Indonesia Logistik. Berdasarkan hasil temuan yang tidak konsisten dan permasalahan yang ada, maka dirasa perlu untuk mengkaji dan mengetahui apakah ada pengaruh dari harga, kualitas layanan, dan pengalaman pelanggan terhadap loyalitas customer dari PT. Samudera Express Indonesia Logistik, sehingga bisa meningkatkan market perusahaan. Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan di atas, maka penulis memilih penelitian “Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan, dan Pengalaman Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan pada PT. Samudera Express Indonesia Logistik”.

Berdasarkan Rumusan Masalah yang ada, maka Tujuan Penelitian dapat dirumuskan sebagai berikut : 1. Untuk menganalisis pengaruh harga terhadap loyalitas

pelanggan di PT. Samudera Express Indonesia Logistik? 2. Untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan di PT. Samudera Express Indonesia Logistik? 3. Untuk menganalisis pengaruh pengalaman pelanggan terhadap loyalitas pelanggan di PT. Samudera Express Indonesia Logistik? 4. Untuk menganalisis pengaruh harga, kualitas pelayanan, dan pengalaman pelanggan terhadap loyalitas pelanggan di PT. Samudera Express Indonesia Logistik.

Metode

Sedangkan menurut (Sugiyono, 2010) berpendapat “Metode penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti populasi atau sampel tertentu, teknik pengambilan sampel dilakukan secara random, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistic dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan”. Penelitian ini menggali persepsi responden dengan menggunakan variabel-variabel penelitian, yaitu: harga, kualitas pelayanan, pengalaman pelanggan dikuantitatifkan dengan skala likert 5 point, dari sangat tidak setuju sampai sangat setuju, data akan dikumpulkan dari responden dengan menggunakan kuesioner, sehingga data yang diperoleh merupakan data kuantitatif. Dari hasil kuantifikasi data tersebut maka data akan dilakukan pengujian secara statistic.

Dalam penelitian kuantitatif, analisa data merupakan kegiatan setelah data seluruh responden atau sumber data yang lain terkumpul. Menurut (Sugiyono, 2011), langkah dalam menganalisis data adalah pertama melakukan pengelompokkan data berdasarkan variabel dan jenis responden, kedua melakukan mentabulasi data berdasarkan variabel dari seluruh responden, ketiga menyajikan data pada tiap variabel yang diteliti, terakhir melakukan perhitungan untuk menjawab rumusan masalah dan melakukan perhitungan untuk menguji hipotesis yang telah diajukan.

Dalam penelitian kuantitatif, analisa data merupakan kegiatan setelah data seluruh responden atau sumber data yang lain terkumpul. Menurut (Sugiyono, 2011), langkah dalam menganalisis data adalah pertama melakukan pengelompokkan data berdasarkan variabel dan jenis responden, kedua melakukan mentabulasi data berdasarkan variabel dari seluruh responden, ketiga menyajikan data pada tiap variabel yang diteliti, terakhir melakukan perhitungan untuk menjawab rumusan masalah dan melakukan perhitungan untuk menguji hipotesis yang telah diajukan.

Agar suatu instrument dapat memperoleh hasil yang diandalkan, maka instrument harus memenuhi kriteria seperti validitas dan reabilitas serta memenuhi uji asumsi klasik untuk mengetahui apakah model regresi layak dipakai atas variabel yang digunakan dalam penelitian. Untuk menganalisis data dalam penelitian ini, peneliti menggunakan alat bantu *software excel* dan *SPSS for window ver.21.0*. Adapun langkah-langkah analisis yang digunakan adalah sebagai berikut :

Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan, dan Pengalaman Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan di PT. Samudera Express Indonesia Logistik, Jakarta

Analisa Deskriptif

Analisa Deskriptif menurut (Ghozali, 2018) adalah analisis yang memberikan gambaran atau deskriptif suatu data. Analisis deskriptif dalam penelitian ini dilakukan untuk memberikan gambaran tentang variabel-variabel penelitian yang diamati yaitu mengenai tanggapan responden terhadap indikator pernyataan yang digunakan pada variabel Harga (X1), Kualitas Pelayanan (X2), Pengalaman Pelanggan (X3), dan Loyalitas Pelanggan (Y).

Pengujian Instrumen Penelitian

Uji Validitas

Menurut (Willem, Saerang, & Tumewu, 2014), Uji validitas atau kesahihan adalah menunjukkan sejauh mana suatu alat ukur mampu mengukur apa yang ingin diukur. Apabila pernyataan atau pertanyaan pada kuesioner mampu mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut, maka dinyatakan valid. Tinggi rendahnya dari validitas alat ukur menunjukkan sejauh mana data yang terkumpul tidak menyimpang dari gambaran tentang variabel tersebut.

Jika didapat probabilitas r hitung ($p \leq 0,05$) maka instrument tersebut dinyatakan valid, sedangkan apabila ($p \geq 0,05$) maka instrument tersebut tidak valid. (Willem et al., 2014). Dasar pengambilan keputusan uji validitas sebagai berikut: (Willem et al., 2014)

- a. Jika $r_{hitung} > r_{tabel}$, maka item pertanyaan dinyatakan valid.
- b. Jika $r_{hitung} < r_{tabel}$ atau r hitung negatif, maka item pertanyaan dinyatakan tidak valid.

Uji Reliabilitas

Menurut (Willem et al., 2014) Sebuah skala atau instrument pengukur data dan data yang dihasilkan disebut reliabel atau terpercaya apabila instrumen itu secara konsisten memunculkan hasil yang sama setiap kali dilakukan pengukuran. Nilai batas yang digunakan untuk menilai atau menguji apakah setiap variabel dapat dipercaya, handal, dan akurat dipergunakan formula Koefisien Alpha dari Cronbach.

Variabel dapat dinyatakan reliabel apabila Koefisien Alpha Cronbach $> 0,60$, artinya tingkat reliabilitas sebesar 0,60 merupakan indikasi reliabelnya sebuah konstruk. Uji reliabilitas dalam penelitian ini menggunakan rumus *alpha Cronbach*, Alfa Cronbach, dalam melakukan perhitungan Alpha, digunakan alat bantu program komputer yaitu SPSS versi 25.

Hasil dan Pembahasan

Uji Hipotesis

Uji Parsial (Uji t)

Hasil Pengujian Hipotesis I

Hipotesis I dalam penelitian ini adalah Harga berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan. Adapun perumusan hipotesis tersebut adalah sebagai berikut:

H₀: Tidak ada pengaruh Harga terhadap Loyalitas Pelanggan.

H_a: Terdapat pengaruh Harga terhadap Loyalitas Pelanggan.

Untuk membuktikan kebenaran hipotesis tersebut maka dilakukan uji signifikansi dengan bantuan program SPSS versi 25, yang dapat dilihat melalui tabel berikut ini:

Tabel 1 Hasil Uji Signifikansi Parsial (Uji t) I

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	2.984	.941		3.171	.002
Harga	.393	.041	.696	9.584	.000

a. Dependent Variable: Loyalitas Pelanggan

Dengan tingkat signifikansi 5% dan menggunakan signifikansi dua arah maka diperoleh nilai $df = n - k = 100 - 3 = 97$, maka diperoleh nilai t_{tabel} sebesar 1,984. Berdasarkan tabel diatas, diketahui bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel Harga terhadap Loyalitas Pelanggan dari nilai t_{hitung} yaitu sebesar 9,584 lebih besar dari jumlah t_{tabel} yaitu 1,984 ($9,584 > 1,984$) dan nilai signifikan yang didapat sebesar 0,000 kurang dari 0,05 ($0,000 < 0,05$). Dapat disimpulkan bahwa Hipotesis I yang menyatakan bahwa Harga berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan dapat dibuktikan kebenarannya.

Hasil Pengujian Hipotesis II

Hipotesis II dalam penelitian ini adalah Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan. Adapun perumusan hipotesis tersebut adalah sebagai berikut:

Ho: Tidak ada pengaruh antara Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan.

Ha: Terdapat pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan.

Untuk membuktikan kebenaran hipotesis tersebut maka dilakukan uji signifikansi dengan bantuan program SPSS versi 25, yang dapat dilihat melalui tabel berikut ini:

Tabel 2 Hasil Uji Signifikansi Parsial (Uji t) II

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	2.029	.818		2.479	.015
Kualitas Pelayanan	.156	.013	.777	12.205	.000

a. Dependent Variable: Loyalitas Pelanggan

Dengan tingkat signifikansi 5% dan menggunakan signifikansi dua arah maka diperoleh nilai $df = n - k = 100 - 3 = 97$, maka diperoleh nilai t_{tabel} sebesar 1,984. Berdasarkan tabel diatas, diketahui bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan dari nilai t_{hitung} yaitu sebesar 12,205 lebih besar dari jumlah t_{tabel} yaitu 1,984 ($12,205 > 1,984$) dan nilai signifikan

Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan, dan Pengalaman Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan di PT. Samudera Express Indonesia Logistik, Jakarta

yang didapat sebesar 0,000 kurang dari 0,05 ($0,000 < 0,05$). Dapat disimpulkan bahwa Hipotesis II yang menyatakan bahwa Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan dapat dibuktikan kebenarannya.

Hasil Pengujian Hipotesis III

Hipotesis III dalam penelitian ini adalah Pengalaman Pelanggan berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan. Adapun perumusan hipotesis tersebut adalah sebagai berikut:

Ho: Tidak ada pengaruh Pengalaman Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan.

Ha: Terdapat pengaruh Pengalaman Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan.

Untuk membuktikan keberana hipotesis tersebut maka dilakukan uji signifikansi dengan bantuan program SPSS versi 25, yang dapat dilihat melalui tabel berikut ini:

Tabel 3 Hasil Uji Signifikansi Parsial (Uji t) III

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	2.057	.770		2.671	.009
Pengalaman Pelanggan	.318	.025	.794	12.935	.000

a. Dependent Variable: Loyalitas Pelanggan

Dengan tingkat signifikansi 5% dan menggunakan signifikansi dua arah maka diperoleh nilai $df = n - k = 100 - 3 = 97$, maka diperoleh nilai t_{tabel} sebesar 1,984. Berdasarkan tabel diatas, diketahui bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel Pengalaman Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan dari nilai t_{hitung} yaitu sebesar 12,935 lebih besar dari jumlah t_{tabel} yaitu 1,984 ($12,935 > 1,984$) dan nilai signifikan yang didapat sebesar 0,000 kurang dari 0,05 ($0,000 < 0,05$). Dapat disimpulkan bahwa Hipotesis III yang menyatakan bahwa Pengalaman Pelanggan berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan dapat dibuktikan kebenarannya.

Uji Simultan (Uji F)

Pengujian hipotesis secara simultan ini dimaksudkan untuk menguji pengaruh variabel Harga, Kualitas Pelayanan, dan Pengalaman Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan. Adapun hasil perhitungan dengan berbantuan SPSS 25 dapat dilihat melalui tabel berikut ini:

Tabel 4 Hasil Uji Simultan

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	210.623	3	70.208	65.604	.000 ^b
	Residual	102.737	96	1.070		
	Total	313.360	99			

a. Dependent Variable: Loyalitas Pelanggan

b. Predictors: (Constant), Pengalaman Pelanggan, Harga, Kualitas Pelayanan

Dengan tingkat signifikansi 5% dan jumlah variabel predictor sebanyak 3, maka diperoleh nilai $df = n - k - 1 = 100 - 3 - 1 = 96$, maka diperoleh nilai F_{tabel} sebesar 2,69. Berdasarkan tabel diatas, diketahui bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel Harga, Kualitas Pelayanan, dan Pengalaman Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan dari nilai F_{hitung} yaitu sebesar 65,604 lebih besar dari jumlah F_{tabel} yaitu 2,69 ($65,604 > 2,69$) dan nilai signifikan yang didapat sebesar 0,000 kurang dari 0,05 ($0,000 < 0,05$).

Analisa Koefisien Determinasi (R^2)

Untuk mencari besarnya sumbangan atau peran variabel Harga, Kualitas Pelayanan, dan Pengalaman Pelanggan berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan digunakan koefisien determinasi (Kd). Untuk mencari nilai koefisien determinasi (Kd) digunakan rumus sebagai berikut:

$$Kd = r^2 \times 100\%$$

Besarnya sumbangan atau peran variabel Harga, Kualitas Pelayanan, dan Pengalaman Pelanggan berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan dapat dilihat melalui tabel berikut ini:

Tabel 5 Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted Square	R Std. Error of the Estimate
1	.820 ^a	.672	.662	1.034

a. Predictors: (Constant), Pengalaman Pelanggan, Harga, Kualitas Pelayanan

Hasil R Square = 0,672 berarti variabel Loyalitas Pelanggan dapat dijelaskan oleh variabel Harga, Kualitas Pelayanan, dan Pengalaman Pelanggan sebesar 67,2% yang diperoleh dari $0,672 \times 100\%$, artinya pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan, dan Pengalaman Pelanggan berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan sebesar 67,2% sedangkan 32,8% lainnya dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan, dan Pengalaman Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan di PT. Samudera Express Indonesia Logistik, Jakarta

Pembahasan

Pengaruh Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan

Berdasarkan dari hasil uji deskriptif yang dilakukan diketahui bahwa dari 6 jumlah pernyataan didapatkan rata-rata skor sebesar 3,79 yang termasuk dalam kategori “Setuju” sehingga dapat disimpulkan bahwa responden menilai bahwa variabel Harga berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan di PT. Samudera Express Indonesia Logistik. Semakin tinggi harga jasa pengiriman maka semakin rendah loyalitas pelanggan Hal ini didukung dari uji hipotesis yang dilakukan dimana didapatkan nilai t_{hitung} yaitu sebesar 9,584 lebih besar dari jumlah t_{tabel} yaitu 1,984 ($9,584 > 1,984$) dan nilai signifikan yang didapat sebesar 0,000 kurang dari 0,05 ($0,000 < 0,05$). Dapat disimpulkan bahwa Hipotesis yang menyatakan bahwa Harga berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan dapat dibuktikan kebenarannya.

Dari hasil olah data yang dilakukan, ditemukan pernyataan responden terhadap butir pernyataan nomor X1.6 Harga yang ditawarkan PT. Samudera Express Indonesia Logistik lebih murah dibandingkan jasa pengiriman lainnya diperoleh jawaban sebanyak 1 (1%) orang menjawab Sangat Tidak Setuju, sebanyak 15 (15%) orang menjawab Tidak Setuju, terdapat 47 (47%) orang yang menjawab Netral, kemudian sebanyak 31 (31%) orang menjawab Setuju, dan sebanyak 6 (6%) orang menjawab Sangat Setuju. Berdasarkan uraian tersebut dapat kita simpulkan bahwa mayoritas responden sebagai pengguna jasa PT. Samudera Express Indonesia Logistik berpendapat biasa saja atau netral terkait pernyataan “Harga yang ditawarkan PT. Samudera Express Indonesia Logistik lebih murah dibandingkan jasa pengiriman lainnya.” dengan jumlah rata-rata sebesar 3,26 yang termasuk kategori Netral, artinya menurut mayoritas responden harga yang ditawarkan PT. Samudera Express Indonesia Logistik tidak lebih murah dari competitor.

Butir pernyataan no X1.3 Jasa yang diberikan PT. Samudera Express Indonesia Logistik sesuai dengan surat penawaran yang sudah disepakati diperoleh jawaban sebanyak 10 (10%) orang yang menjawab Netral, kemudian sebanyak 57 (57%) orang menjawab Setuju, dan sebanyak 33 (33%) orang menjawab Sangat Setuju. Berdasarkan uraian tersebut dapat kita simpulkan bahwa mayoritas responden sebagai pengguna jasa PT. Samudera Express Indonesia Logistik sangat menyetujui terkait pernyataan “Jasa yang diberikan PT. Samudera Express Indonesia Logistik sesuai dengan surat penawaran yang sudah disepakati” dengan jumlah rata-rata tertinggi sebesar 4,23 yang termasuk kategori Sangat Setuju, artinya responden setuju bahwa harga yang sudah disepakati sesuai komitmen di surat penawaran yang diberikan PT. Samudera Express Indonesia Logistik. Sehingga dikatakan bahwa harga memiliki pengaruh terhadap loyalitas pelanggan.

Hasil penelitian ini didukung oleh penelitian terdahulu yang ditulis oleh (Kelvin, Michael, 2018) yang berjudul “Pengaruh Kualitas, Harga, dan Pengalaman Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan pada Rumah Makan Leko”. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas makanan, harga, dan pengalaman pelanggan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan.

Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan

Berdasarkan dari hasil uji deskriptif yang dilakukan diketahui bahwa dari 16 jumlah pernyataan didapatkan rata-rata skor sebesar 3,87 yang termasuk dalam kategori “Setuju” sehingga dapat disimpulkan bahwa responden menilai bahwa variabel Loyalitas Pelanggan di PT. Samudera Express Indonesia Logistik sudah cukup baik. Hal ini didukung dari uji hipotesis yang dilakukan dimana didapatkan nilai t_{hitung} yaitu sebesar 12,205 lebih besar dari jumlah t_{tabel} yaitu 1,984 ($12,205 > 1,984$) dan nilai signifikan yang didapat sebesar 0,000 kurang dari 0,05 ($0,000 < 0,05$). Dapat disimpulkan bahwa Hipotesis yang menyatakan bahwa Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan dapat dibuktikan kebenarannya.

Dari hasil olah data yang dilakukan, ditemukan pernyataan responden terhadap butir pernyataan nomor X2.6 terhadap pernyataan “Sales melayani saya dengan ramah.” sebanyak 1 (1%) orang menjawab Sangat Tidak Setuju, terdapat 7 (7%) orang yang menjawab Netral, kemudian sebanyak 48 (48%) orang menjawab Setuju, dan sebanyak 44 (44%) orang menjawab Sangat Setuju. Berdasarkan uraian tersebut dapat kita simpulkan bahwa mayoritas responden sebagai pengguna jasa PT. Samudera Express Indonesia Logistik sangat menyetujui terkait pernyataan “Sales melayani saya dengan ramah.” dengan jumlah rata-rata sebesar 4,34 yang termasuk kategori Sangat Setuju.

Butir pernyataan X2.9 “Sales mudah dihubungi terutama pada jam kerja.” sebanyak 2 (2%) orang menjawab Sangat Tidak Setuju, sebanyak 1 (1%) orang menjawab Tidak Setuju, terdapat 10 (10%) orang yang menjawab Netral, kemudian sebanyak 59 (59%) orang menjawab Setuju, dan sebanyak 28 (28%) orang menjawab Sangat Setuju. Berdasarkan uraian tersebut dapat kita simpulkan bahwa mayoritas responden sebagai pengguna jasa PT. Samudera Express Indonesia Logistik menyetujui terkait pernyataan “Sales mudah dihubungi terutama pada jam kerja.” dengan jumlah rata-rata sebesar 4,10 yang termasuk kategori Setuju.

Butir pernyataan X2.1 “Kendaraan PT. Samudera Express Indonesia Logistik dalam kondisi layak jalan saat sampai di Gudang pemuatan.” sebanyak 18 (18%) orang yang menjawab Netral, kemudian sebanyak 70 (70%) orang menjawab Setuju, dan sebanyak 12 (12%) orang menjawab Sangat Setuju. Berdasarkan uraian tersebut dapat kita simpulkan bahwa mayoritas responden sebagai pengguna jasa PT. Samudera Express Indonesia Logistik menyetujui terkait pernyataan “Kendaraan PT. Samudera Express Indonesia Logistik dalam kondisi layak jalan saat sampai di Gudang pemuatan.” dengan jumlah rata-rata sebesar 3,94 yang termasuk kategori Setuju. Dapat dikatakan bahwa dari segi kualitas pelayanan PT. Samudera Express Indonesia Logistik sudah baik, dengan menjaga kondisi kendaraan layak jalan, keadaan container yang dibawa dalam kondisi baik, serta dapat merespon permintaan pelanggan dengan cepat dan baik, hal ini tentu saja menjadi salah satu factor terbentuknya loyalitas pelanggan. Dengan adanya kualitas pelayanan yang baik, tentu menjadi penguat dan dapat meningkatkan loyalitas pelanggan terhadap PT. Samudera Express Indonesia Logistik.

Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan, dan Pengalaman Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan di PT. Samudera Express Indonesia Logistik, Jakarta

Hasil penelitian ini didukung oleh penelitian terdahulu yang ditulis oleh (Saputri, 2019), dengan judul “Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Grab Semarang”. Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa kualitas pelayanan mempunyai pengaruh lebih besar daripada harga terhadap loyalitas pelanggan.

Pengaruh Pengalaman Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan

Berdasarkan dari hasil uji deskriptif yang dilakukan diketahui bahwa dari 6 jumlah pernyataan didapatkan rata-rata skor sebesar 3,97 yang termasuk dalam kategori “Setuju” sehingga dapat disimpulkan bahwa responden menilai bahwa variabel Loyalitas Pelanggan di PT. Samudera Express Indonesia Logistik sudah cukup baik. Hal ini didukung dari uji hipotesis yang dilakukan dimana didapatkan nilai t_{hitung} yaitu sebesar 12,935 lebih besar dari jumlah t_{tabel} yaitu 1,984 ($12,935 > 1,984$) dan nilai signifikan yang didapat sebesar 0,000 kurang dari 0,05 ($0,000 < 0,05$). Dapat disimpulkan bahwa Hipotesis III yang menyatakan bahwa Pengalaman Pelanggan berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan dapat dibuktikan kebenarannya.

Dari hasil olah data yang dilakukan, ditemukan pernyataan responden terhadap butir pernyataan nomor X3.2 “Menggunakan jasa pengiriman PT. Samudera Express Indonesia Logistik, barang tiba dalam kondisi baik seperti yang saya harapkan” sebanyak 1 (1%) orang menjawab Sangat Tidak Setuju, terdapat 11 (11%) orang yang menjawab Netral, kemudian sebanyak 65 (65%) orang menjawab Setuju, dan sebanyak 23 (23%) orang menjawab Sangat Setuju. Berdasarkan uraian tersebut dapat kita simpulkan bahwa mayoritas responden sebagai pengguna jasa PT. Samudera Express Indonesia Logistik menyetujui terkait pernyataan “Menggunakan jasa pengiriman PT. Samudera Express Indonesia Logistik, barang tiba dalam kondisi baik seperti yang saya harapkan” dengan jumlah rata-rata sebesar 4,09 yang termasuk kategori Setuju.

Untuk butir pernyataan X3.5 “PT. Samudera Express Indonesia Logistik selalu memberikan jadwal keberangkatan tercepat.” sebanyak 1 (1%) orang menjawab Sangat Tidak Setuju, sebanyak 2 (2%) orang menjawab Tidak Setuju, terdapat 12 (12%) orang yang menjawab Netral, kemudian sebanyak 63 (63%) orang menjawab Setuju, dan sebanyak 22 (22%) orang menjawab Sangat Setuju. Berdasarkan uraian tersebut dapat kita simpulkan bahwa mayoritas responden sebagai pengguna jasa PT. Samudera Express Indonesia Logistik menyetujui terkait pernyataan “PT. Samudera Express Indonesia Logistik selalu memberikan jadwal keberangkatan tercepat.” dengan jumlah rata-rata sebesar 3,03 yang termasuk kategori Setuju.

Dapat disimpulkan bahwa pengalaman pelanggan yang terbentuk terhadap PT. Samudera Express Indonesia Logistik baik, dilihat dari penilaian kuesioner yang diberikan. Dengan memberikan pengalaman pelanggan yang baik, diharapkan pelanggan menjadi loyal, dengan memberikan jadwal keberangkatan tercepat, barang tiba di tujuan dalam kondisi baik, serta memberikan solusi apabila terjadi permasalahan pengiriman, akan menjadi pengalaman yang dirasakan baik oleh pelanggan dan membentuk loyalitas pelanggan yang baik.

Hasil penelitian ini didukung oleh penelitian terdahulu yang ditulis oleh (Kelvin, Michael, 2018) berjudul “Pengaruh Kualitas, Harga, dan Pengalaman Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan pada Rumah Makan Leko” yang menunjukkan bahwa kualitas makanan, harga, dan pengalaman pelanggan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan dan variable yang berpengaruh dominan terhadap loyalitas pelanggan adalah pengalaman pelanggan.

Pengaruh Simultan Harga, Kualitas Pelayanan, dan Pengalaman Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan

Harga, kualitas pelayanan, dan pengalaman pelanggan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan, hal ini ditunjukkan dari hasil uji F dengan nilai signifikansi yang lebih kecil dari 0,05 yaitu 0,000. Koefisien determinasi sebesar 0,672 atau 67,2% artinya pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan, dan Pengalaman Pelanggan berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan sebesar 67,2% sedangkan 32,8% lainnya dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Hasil penelitian ini berarti mendukung hipotesis yang diajukan yaitu: Diduga harga, kualitas pelayanan, dan pengalaman pelanggan secara simultan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan PT. Samudera Express Indonesia Logistik di Jakarta.

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, maka kesimpulan dari penelitian ini adalah sebagai berikut : 1. Harga berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan. Hal ini menunjukkan bahwa semakin kompetitif harga suatu jasa, maka loyalitas pelanggan semakin kuat. 2. Kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan. Hal ini menunjukkan bahwa semakin baik kualitas pelayanan suatu jasa, maka akan meningkatkan loyalitas pelanggan. 3. Pengalaman pelanggan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan. Hal ini menunjukkan bahwa semakin baik pengalaman yang pelanggan rasakan dari sebuah jasa, maka akan membentuk loyalitas pelanggan. 4. Harga, kualitas pelayanan, dan pengalaman pelanggan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Berbagai pertimbangan dari harga, kualitas pelayanan, dan pengalaman pelanggan sangat berpengaruh terhadap terbentuknya loyalitas pelanggan.

Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan, dan Pengalaman Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan di PT. Samudera Express Indonesia Logistik, Jakarta

DAFTAR PUSTAKA

- Ali, Hasan. (2015). *Tourism Marketing. Center for Academic Publishing Service. Yogyakarta.*
- Azhari, Muhamad Iqbal, Fanani, Dahlan, & Mawardi, M. Kholid. (2015). Pengaruh Customer Experience Terhadap Kepuasan Pelanggan Dan Loyalitas Pelanggan (Survei pada Pelanggan KFC Kawi Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 28(1).
- Choiriah, Eka Ni'matul, & Liana, Lie. (2019). Pengaruh kualitas produk, citra merek, dan kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan dimediasi kepuasan pelanggan (studi pada pelanggan sepeda motor Honda di kota Semarang). *MADIC.*
- Dirbawanto, Nana Dyki, & Sutrasnawati, Rr Endang. (2016). Pengaruh Customer Experience dan Brand Trust Terhadap Customer Loyalty. *Management Analysis Journal*, 5(1).
- Farisi, Salman, & Siregar, Qahfi Romula. (2020). Pengaruh Harga dan Promosi Terhadap Loyalitas Pelanggan Pengguna Jasa Transportasi Online di Kota Medan. *Maneggio: Jurnal Ilmiah Magister Manajemen*, 3(1), 148–159.
- Ghozali, Ghozali. (2018). *Hubungan antara Kecanduan Penggunaan Smartphone dan Kualitas Tidur pada Mahasiswa Semester VI Prodi Ilmu Keperawatan Universitas Muhammadiyah Kalimantan Timur.*
- HARGA, D. A. N. (2018). Pengaruh Kualitas, Harga, Dan Pengalaman Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Rumah Makan Leko. *Agora*, 6(1).
- Kotler, Philip, & Keller, Kevin Lane. (2009). *Manajemen Pemasaran, Edisi 13. Jakarta: Erlangga, 14.*
- Lyna, Lyna, & Prasetyo, Stefanny Ivon. (2021). Pengaruh Website Quality, Customer Experience, dan Service Quality Terhadap Loyalitas Pelanggan Online Shop Lazada di Kota Surakarta. *INVEST: Jurnal Inovasi Bisnis Dan Akuntansi*, 2(1), 53–63.
- Nasermoadeli, Amir, Ling, Kwek Choon, & Maghnati, Farshad. (2013). Evaluating the impacts of customer experience on purchase intention. *International Journal of Business and Management*, 8(6), 128.
- Philip, Kotler, & Keller, Kevin L. (2012). *Manajemen Pemasaran Edisi 14, Global Edition.* Pearson Prentice Hall.
- Putro, Shandy Widjoyo. (2014). Pengaruh Kualitas Layanan dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Konsumen Restoran Happy Garden. *Jurnal Strategi Pemasaran*, 2(1), 1–9.
- Ramadhani, Rosita Nurul, Mursito, Bambang, & Sudarwati, Sudarwati. (2021).

Kepuasan Pelanggan Pada Perusahaan Jasa Pengiriman J&T Express Cabang Surakarta. *JIMEK: Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi*, 4(1), 136–147.

Saputri, Rini Sugiarsih Duki. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Grab Semarang. *CoverAge: Journal of Strategic Communication*, 10(1), 46–53.

Sugiyono. (2011). *Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D)*. Bandung: Alfabeta.

Sugiyono, Dr. (2010). Metode penelitian kuantitatif dan R&D. *Bandung: Alfabeta*.

Suwarsito, Suwarsito, & Aliya, Sabeli. (2020). Kualitas Layanan dan Kepuasan Serta Pengaruhnya Terhadap Loyalitas Pelanggan. *Jurnal Ilmiah Bina Manajemen*, 3(1), 27–35.

Tjiptono, F. (2014). *Manajemen Pemasaran Jasa*. andi: Yogyakarta.

Wantara, Pribanus. (2015). The relationships among service quality, customer satisfaction, and customer loyalty in library services. *International Journal of Economics and Financial Issues*, 5(1), 264–269.

Wardhana, Reza Eka. (2016). Pengaruh Customer Experience Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Konsumen Mie Rampok Tahanan Surabaya). *Jurnal Ilmu Manajemen*, 4(3), 1–9.

Willem, Meigi Fransiska, Saerang, David P. E., & Tumewu, Ferdinand. (2014). Prediction of Stock Return on Banking Industry at The Indonesia Stock Exchange By Using MVA and EVA Concepts. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 2(1).

Yulinda, Ade Tiara, Ranidiah, Furqonti, & Jauhari, Wahyu Rizqiya Ratna. (2020). Pengaruh Customer Experience Dan Trust Terhadap Loyalitas Pelanggan Kfc Di Kota Bengkulu. *Jurnal Ilmiah Akuntansi, Manajemen Dan Ekonomi Islam (JAM-EKIS)*, 3(2).

손대현. (2002). Experiential Marketing: How to get Customers to Sense, Feel, Think, Act and Relate to your Company and Brands: Bernd H. Schmitt 지음, The Free Press: New York, USA, 281 쪽, 1999 년. 관광레저연구, 14(1), 275–277.