

Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, Dan Kepercayaan Pelanggan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna Jasa Pada PT Detato Mitraindo Buana di Tangerang

Diah Rahmatika¹, Antoni Ludfi Arifin² Wahyuddin Latunreng³

^{1,2,3}*Institut Ilmu Sosial dan Manajemen STIAMI, Jakarta*
ludfi@stiami.ac.id

ABSTRACT

The phenomenon of this research due to a decrease in the number of customers that occurred at PT Detato Mitraindo Buana, in order to survive and develop is to retain customers and increase the number of consumers by providing satisfaction to consumers. The purpose of this study is to determine and analyze impacts Service Quality, Price, and Customer Trust partially and simultaneously have on Customer Satisfaction. The research method used is quantitative analysis method, with a research sample of 50 respondents. Data was collected by using questionnaires and literature studies. Data analysis techniques used are: Validity Test, Reliability Test, Classic Assumption Test, Regression Analysis, Coefficient of Determination Analysis and Hypothesis Testing. The results showed that all independent variables partially have an positive and significant effect on customer satisfaction, with details: Service Quality (X1) of 28.8%, Price (X2) of 22.3%, Customer Trust (X3) of 24.3%. Simultaneously all independent variables have a positive and significant effect on customer satisfaction by 35.9%, the remaining 64.1% is influenced by other variables that are not included in this study.

Keyword: Service Quality, Price, Customer Trust, Customer Satisfaction

1. PENDAHULUAN

Sejak pandemi Covid 19 melanda dunia dan pada awal 2021 melanda Indonesia, di mana pemberlakuan pembatasan sosial mengakibatkan industri retail berbasis *brick mortar* (dikunjungi langsung oleh konsumen sehingga terjadi transaksi), menjadi berbasis *e-commerce*, guna menghindari pembelian tatap muka dan kontak langsung. Dampak sampingannya adalah bertumbuhnya ekosistem bisnis *e-commerce*, termasuk industri jasa pengiriman barang/paket.

Persaingan di industri jasa pengiriman semakin ketat dan meningkat, telah banyak perusahaan masuk dalam kategori jasa pengiriman ini, yang menawarkan layanan yang kompetitif dan memuaskan konsumen. Untuk bertahan dalam persaingan bisnis, perusahaan perlu memuaskan, mempertahankan, dan meningkatkan jumlah konsumen.

Peningkatan jumlah konsumen, diperoleh jika konsumen menggunakan produk/layanan dan puas terhadap produk atau layanan tersebut, sehingga melakukan pembelian berulang.

Kepuasan pelanggan sangat penting untuk menghubungkan konsumen dengan bisnis, terutama perusahaan jasa, dalam jangka panjang. Begitupun di industri jasa pengiriman, ketepatan waktu, jaminan barang sampai, tidak hilang, dan tidak rusak saat tiba di pelanggan, menjadikan kebutuhan agar berdaya saing.

PT Detato Mitraindo Buana yang merupakan salah satu perusahaan angkutan barang di industri angkutan internasional, berbasis di Tangerang dan menawarkan jasa angkutan udara dan darat (*handling dan air waybill services*). Dalam perjalanan bisnisnya, PT Detato Mitraindo Buana mengalami banyak masalah, baik tata kelola internal maupun daya saing agar memberikan layanan prima, sehingga berdampak pada kepuasan pelanggan.

Strategi pemasaran, mulai dari bagaimana perusahaan menetapkan harga, menggunakan jalur distribusi, mendisain produk, dan melakukan promosi ke target market dengan baik maka akan berdampak pada keberlangsungan perusahaan dalam jangka panjang.

PT Detato Mitraindo Buana, sejak tahun 2020 mengalami penurunan jumlah pengiriman, di mana penurunan ini perlu diantisipasi dan ditingkatkan agar perusahaan mampu berdaya saing. Data kuantitas berat pengiriman untuk PT Detato Mitraindo Buana ditunjukkan pada tabel berikut:

Table 1. Data PT Detato Mitraindo Buana

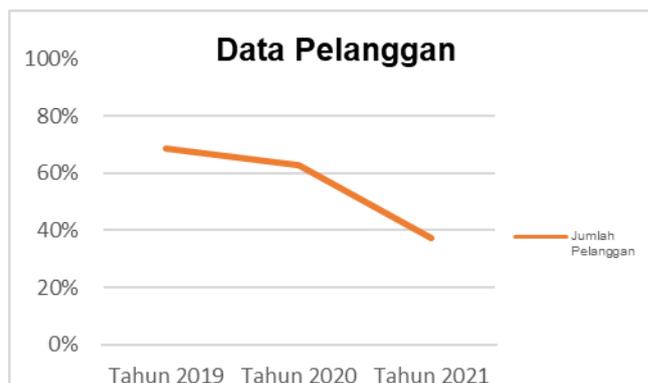
WEIGHT (KG)		
2019	2020	2021
309.902	159.579	136.482

Sumber: PT Detato Mitraindo Buana tahun 2019-2021

Dapat disimpulkan dari data kuantitas berat pengiriman pelanggan/konsumen PT Detato Mitraindo Buana, pada Tabel 1, bahwa jumlah total yang terlihat adalah data pada tabel di atas mengalami penurunan yang sangat signifikan selama periode 2019—2021. Adanya keluhan dan komplain dari konsumen kepada perusahaan. Seperti, keterlambatan pengiriman, keterlambatan waktu atau panggilan telepon, keterlambatan pengiriman faktur, kesulitan komunikasi, ketidakmampuan beradaptasi dengan kisaran harga pasar, ketidakmampuan menyesuaikan harga dengan manfaat yang ditawarkan menjadi faktor yang mempengaruhi penurunan jumlah pengiriman yang diterima perusahaan.

Jika kondisi tersebut tidak diperhatikan, maka akan berdampak negatif terhadap kelangsungan hidup entitas ekonomi dan jika dibiarkan akan berujung pada kebangkrutan perusahaan.

Gambar 1. Data Pelanggan



Gambar Data Pelanggan PT Detato Mitraindo Buana 2019—2021

Sumber: PT Detato Mitraindo Buana tahun 2019-2021

Gambar 1 di atas menunjukkan adanya penurunan jumlah pelanggan yang menggunakan jasa PT Detato Mitraindo Buana, pada periode tahun 2019—2021 dikarenakan adanya ketidakpercayaan pelanggan untuk melakukan transaksi kembali pada

PT Detato Mitraindo Buana. Jika hal ini terus berlangsung maka sangat berdampak buruk bagi kelangsungan hidup perusahaan jika terus terjadi penurunan pelanggannya.

2. TINJAUAN PUSTAKA

Kualitas Pelayanan

Kotler (2002:83) mendefinisikan pelayanan sebagai setiap tindakan atau kegiatan yang dapat diberikan oleh suatu pihak (*produser*) kepada pihak lain (*user/enduser*), yang pada dasarnya layanan ini tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun ketika terjadi transaksi.

Istilah kualitas pelayanan ialah upaya memenuhi keperluan serta keinginan pelanggan, juga ketepatan penyampaian untuk menyeimbangkan harapan pelanggan. (Tjiptono 2014, 268), lebih lanjut (Putro, et., al, 2014; Budiarno, et., al, 2022) menyatakan bahwa kualitas layanan dapat meningkatkan kepuasan pelanggan.

Harga

Harga mempunyai peranan penting dalam mempengaruhi keputusan pembelian oleh konsumen, oleh karena itu, penetapan harga sangat menentukan keberhasilan pemasaran suatu produk. Harga merupakan komponen penting atas suatu produk, karena akan berpengaruh terhadap profitabilitas produsen. Harga ialah jumlah yang dibebankan untuk suatu produk atau layanan, atau jumlah nilai yang ditukarkan pelanggan guna manfaat yang mereka terima dari memiliki atau menerima produk atau layanan tersebut. (Kotler and Armstrong 2012, 314)

Kepercayaan Pelanggan

Kepercayaan pelanggan merupakan hal penting untuk mendukung kinerja perusahaan dalam persaingan di lingkungan pemasaran dan dapat berkontribusi kepada loyalitas konsumen (Alamsyah, 2016). Kepercayaan konsumen adalah pengetahuan konsumen tentang objek, karakteristik, atau manfaat yang sikap dan perilaku saling percaya terkait dengan karakteristik produk (M.A Firmansyah, 2018, p. 113). Menurut Mowen (2012:312) adalah semua pengetahuan yang dimiliki oleh konsumen dan semua kesimpulan yang dibuat konsumen tentang objek, atribut, dan manfaatnya.

Kepuasan Pelanggan

Kepuasan Pelanggan ketika mereka menyadari bahwa kebutuhan dan keinginan seperti yang diharapkan mereka dapat terpenuhi sepenuhnya.\ (Tjiptono. 2012, 301).

Menurut Kotler dan Keller (2016:153) kepuasan merupakan perasaan senang atau cewa dari seseorang yang diakibatkan dari membandingkan kinerja atau hasil yang dirasakan oleh suatu produk atau layanan terhadap harapan yang ia tetapkan. Jika kinerja tidak memenuhi harapannya, maka pelanggan akan merasa tidak puas.

3. METODE

Metode analisis ialah serangkaian pengamatan atau pengukuran dengan menggunakan data mentah berupa penelitian yang bersifat deskriptif dan kuantitatif, yaitu dimaksudkan untuk menggambarkan, menjelaskan, memaparkan suatu fenomena (Sugiyono 2018, 15).

Teknik Pengumpulan Data

Berikut cara mengumpulkan data yang dilaksanakan oleh penulis:

1) Studi pustaka

Penelitian teoritis, referensi, dan literatur akademis lainnya yang berkaitan dengan budaya, nilai, dan norma dalam konteks sosial yang diteliti. Penulis meneliti buku-buku sastra dan jurnal penelitian sebelumnya dan menggunakan teknik penelitian kepustakaan untuk memecahkan masalah penelitian (Sugiyono 2012, 34), penulis menggunakan literatur buku teks, artikel pada jurnal-jurnal ilmiah, serta sumber pustak lain yang dianggap relevan.

2) Kuesioner (Angket)

Kuesioner ialah metode pengumpulan data yang mengharuskan responden menjawab beberapa pertanyaan tertulis (Sugiyono 2018, 219)

3) Observasi (Pengamatan Langsung)

Observasi ialah pengamatan langsung yang sistematis terhadap fenomena yang akan diteliti (Pasolong 2012, 131). Dalam menyemukkan data observasi melalui pengamatan pada obyek penelitian ke lapangan yaitu pelanggan PT Detato Mitraindo Buana.

Teknik Sampling

Populasi adalah domain umum yang terdiri dari objek dan subjek yang menunjukkan karakteristik dan karakteristik tertentu yang dipelajari oleh peneliti dan untuk itu ditarik kesimpulan (Sugiyono 2016, 215). Populasi pada kajian ini merupakan *customer*

tetap (pelanggan) PT Detato Mitraindo Buana selama satu tahun terakhir pada tahun 2021 yaitu sebanyak 50 *customer*/perusahaan.

Sampel jenuh ialah teknik pengambilan sampel yang memakai semua anggota populasi sebagai sampel (Sugiyono 2016, 215). Dasar memakai seluruh populasi menjadi sampel dalam penelitian ini adalah apabila populasi kurang dari 100 guna mewakili semua populasi. Hasilnya, peneliti memperoleh 50 sampel dari seluruh populasi.

4. HASIL PEMBAHASAN

Hasil Penelitian

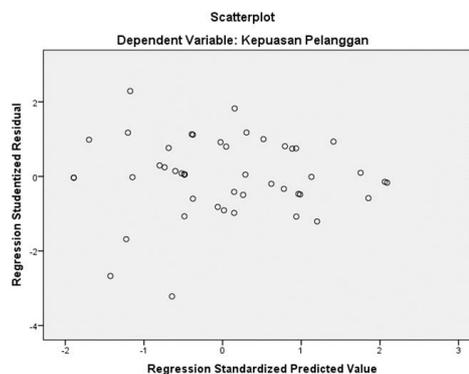
1) Analisis Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

<i>One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test</i>	
<i>Unstandardized Residual</i>	
<i>Asymp. Sig. (2-tailed)</i>	.200 ^{c,d}

Berdasarkan nilai *Asymp.sig* = 0,20. Jadi karena hasil angka sig > 0,05 yakni, bermakna bahwa residual mengikuti fungsi distribusi normal.

b. Uji Heteroskedastisitas



Berdasarkan hasil pada gambar *scatterplot* yakni, bermakna tidak terdapat Heteroskedastisitas pada model kajian regresi.

c. Uji Multikolinieritas

<i>Coefficients^a</i>			
		<i>Collinearity Statistics</i>	
<i>Model</i>		Tolerance	VIF
1	<i>(Constant)</i>		
	Kualitas Pelayanan	0.640	1.561
	Harga	0.562	1.778
	Kepercayaan Pelanggan	0.538	1.859
a. <i>Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan</i>			

Hasil angka Tolerance Kualitas Pelayanan (X1) sejumlah $0,640 > 0,01$ serta hasil VIF sejumlah $1,561 < \text{angka } 10$. Hasil angka Tolerance Harga (X2) sejumlah $0,562 > 0,01$ dan serta hasil VIF sejumlah $1,778 < \text{angka } 10$. Hasil angka Tolerance Kepercayaan Pelanggan (X3) sejumlah $0,538 > 0,01$ dan serta hasil VIF sejumlah $1,859 < \text{angka } 10$. Artinya dari semua instrumen variabel tidak terjadi gejala Multikolinieritas.

4) Uji Regresi Linear Sederhana, uji t, uji determinasi (parsial)

Variabel	Koefisien Regresi (b)	Konstanta (a)	t_{hitung}	Sig.	Determinasi
Kualitas Pelayanan	0.330	10.660	4.407	0.000	0.288
Harga	0.536	11.162	3.712	0.001	0.223
Kepercayaan Pelanggan	0.364	12.878	3.920	0.000	0.243

Regresi sederhana yakni dilandaskan hubungan fungsional ataupun kausal satu uji regresi variabel independen dengan satu variabel dependen (Sugiyono, 2014, p. 270).

- a. Dampak Kualitas Pelayanan (X1) kepada Kepuasan Pelanggan (Y) yaitu hasil sig sejumlah $0,000 < \text{sig } 0,05$ dan hasil t_{hitung} sejumlah $4,407 > \text{hasil nilai } t_{\text{tabel}}$ sejumlah 2,0129. Koefisien determinasi hasilnya 28,8%. Ditarik kesimpulan bahwa H_1 disetujui, yakni bermakna ditemukan dampak signifikan pada Kualitas Pelayanan (X1) kepada Kepuasan Pelanggan (Y) Pengguna Jasa PT Detato Mitraindo Buana di Tangerang.

- b. Dampak Harga (X2) kepada Kepuasan Pelanggan (Y) hasil sig sejumlah 0,001 < sig 0,05 dan hasil thitung sejumlah 3,712 > hasil nilai ttabel sejumlah 2,0129. Koefisien determinasi hasilnya 22,3%. Ditarik kesimpulan bahwa H2 disetujui yakni bermakna ditemukan dampak signifikan pada Harga (X2) kepada Kepuasan Pelanggan (Y) Pengguna Jasa PT Detato Mitraindo Buana di Tangerang.
- c. Dampak Kepercayaan Pelanggan (X3) kepada Kepuasan Pelanggan (Y) hasil sig sejumlah 0,000 < sig 0,05 dan hasil thitung sejumlah 3,920 > hasil nilai ttabel sejumlah 2,0129. Koefisien determinasi hasilnya 24,3%. Ditarik kesimpulan bahwa H3 disetujui yakni bermakna ditemukan dampak signifikan pada Kepercayaan Pelanggan (X3) kepada Kepuasan Pelanggan (Y) Pengguna Jasa PT Detato Mitraindo Buana di Tangerang.

5) Uji f Simultan

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	84.251	3	28.084	8.603	.000 ^b
	Residual	150.169	46	3.265		
	Total	234.420	49			
a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan						
b. Predictors: (Constant), Kepercayaan Pelanggan, Kualitas Pelayanan, Harga						

Hasil nilai signifikansi dampak pada Kualitas Pelayanan (X1), Harga (X2), dengan Kepercayaan Pelanggan (X3) kepada Kepuasan Pelanggan (Y) yaitu hasil sig sejumlah 0,000 < 0,05 dan hasil Fhitung sejumlah 8,603 > hasil Ftabel sejumlah 2,81. Maka H0₄ ditolak dan Ha₄ disetujui, yakni bermakna ditemukan dampak positif serta signifikan secara bersamaan pada Kualitas Pelayanan, Harga, dengan Kepercayaan Pelanggan kepada Kepuasan.

6) Uji Koefisien Determinasi (R²)

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.600 ^a	0.359	0.318	1.807
a. Predictors: (Constant), Kepercayaan Pelanggan, Kualitas Pelayanan, Harga				

Hasil nilai pada *R Square* menyatakan sejumlah 0,359 yakni bermakna ditemukan dampak Kualitas Pelayanan (X1), Harga (X2), dengan Kepercayaan Pelanggan (X3) kepada Kepuasan Pelanggan (Y) Pengguna Jasa PT Detato Mitraindo Buana di Tangerang sejumlah 35,9%.

7) Uji Regresi Linear Berganda

Model		Coefficients ^a			t	Sig.
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	6.210	3.645		1.704	0.095
	Kualitas Pelayanan	0.207	0.091	0.337	2.284	0.027
	Harga	0.132	0.121	0.171	1.087	0.283
	Kepercayaan Pelanggan	0.216	0.175	0.199	1.235	0.223

a. *Dependent Variable*: Kepuasan Pelanggan

- Nilai konstanta sebesar 6,210 menyatakan bahwa s\tanpa adanya Kualitas Pelayanan, Harga, Kepercayaan Konsumen, maka Kepuasan Konsumen akan tetap terbentuk 6,210.
- Nilai variabel Kualitas Pelayanan (X1) terhadap Kepuasan Pelanggan bernilai positif sehingga jika Kepuasan Pelanggan mengalami kenaikan satu nilai maka, Kualitas Pelayanan meningkat sebesar 0,207.
- Nilai variabel Harga (X2) terhadap Kepuasan Pelanggan bernilai positif sehingga jika Kepuasan Pelanggan mengalami kenaikan satu nilai maka, Harga meningkat sebesar 0,132.
- Nilai variabel Kepercayaan Pelanggan (X3) terhadap Kepuasan Pelanggan bernilai positif sehingga jika Kepuasan Pelanggan mengalami kenaikan satu nilai maka, Kepercayaan Pelanggan meningkat sebesar 0,216.

Pembahasan

Berikut adalah pembahasan berdasarkan hasil penelitian tahap pengujian dengan menggunakan alat bantu SPSS 24, yakni:

1) Dampak Kualitas Pelayanan kepada Kepuasan Pelanggan

Berdasarkan pada hasil penelitian mengenai Kualitas Pelayanan secara parsial ditemukan dampak positif serta signifikan kepada Kepuasan Pelanggan. Pada uji t hasil

sig sejumlah $0,000 < \text{sig } 0,05$ dan hasil thitung sejumlah $4,407 >$ hasil nilai t-tabel sejumlah $2,0129$. Ditarik kesimpulan bahwa H1 disetujui yakni bermakna ditemukan dampak signifikan pada Kualitas Pelayanan secara parsial kepada Kepuasan Pelanggan Pengguna Jasa PT Detato Mitraindo Buana di Tangerang.

Hal tersebut dibuktikan dengan hasil penelitian bahwa hasil uji regresi sederhana dari X1 sejumlah $0,330$ yakni bermakna semakin besar atau baiknya Kualitas Pelayanan, maka akan semakin besar juga Kepuasan Pelanggan.

Hasil ini sejalan dengan penelitian Prihandoyo (2019) dan Mukhlis (2019), bahwa pelayanan yang berkualitas akan mempengaruhi kepuasan konsumen di industri pengiriman.

2) Dampak Harga kepada Kepuasan Pelanggan

Pada penelitian mengenai Harga secara parsial ditemukan dampak positif serta signifikan kepada Kepuasan Pelanggan. Pada uji t hasil sig sejumlah $0,001 < \text{sig } 0,05$ dan hasil thitung sejumlah $3,712 >$ hasil nilai ttabel sejumlah $2,0129$. Ditarik kesimpulan bahwa H2 disetujui yakni bermakna ditemukan dampak signifikan pada Harga secara parsial kepada Kepuasan Pelanggan Pengguna Jasa PT Detato Mitraindo Buana di Tangerang.

Hal tersebut dibuktikan dengan hasil penelitian bahwa hasil uji regresi sederhana dari X2 sejumlah $0,536$ yakni bermakna semakin baiknya harga, maka akan semakin besar juga Kepuasan Pelanggan. Dari sisi strategi harga, harga yang ditawarkan oleh PT Detato Mitraindo Buana masih terbilang kompetitif di kategorinya.

Maulana (2016) dalam penelitiannya menunjukkan bahwa terdapat hubungan positif antara harga dengan kepuasan pelanggan. Artinya, bahwa semakin tinggi kelayakan tingkat harga, maka semakin tinggi pula kepuasan pelanggan, sebaliknya, semakin rendah harga, semakin rendah pula kepuasan pelanggan.

3) Dampak Kepercayaan Pelanggan kepada Kepuasan Pelanggan

Pada hasil penelitian mengenai Kepercayaan Pelanggan secara parsial ditemukan dampak positif serta signifikan kepada Kepuasan Pelanggan. Pada uji t hasil sig sejumlah $0,000 < \text{sig } 0,05$ dan hasil thitung sejumlah $3,920 >$ hasil nilai ttabel sejumlah $2,0129$. Ditarik kesimpulan bahwa H3 disetujui yakni bermakna ditemukan dampak signifikan pada Kepercayaan Pelanggan secara parsial kepada Kepuasan Pelanggan Pengguna Jasa PT Detato Mitraindo Buana di Tangerang.

Hal tersebut dibuktikan dengan hasil penelitian bahwa hasil uji regresi sederhana dari X^3 sejumlah 0,364 yakni bermakna semakin besar dan baiknya Kepercayaan Pelanggan, maka akan semakin besar juga Kepuasan Pelanggan.

Hasil penelitian Nurdin (2019) menunjukkan bahwa untuk membangun hubungan antara kepercayaan pelanggan melalui kepuasan pelanggan dalam menggunakan produk adalah ketika pelanggan percaya terhadap suatu layanan atau produk, maka kepuasan pelanggan akan meningkat dan akan terus menerus menggunakan layanan atau produk tersebut bahkan akan merekomendasikan kepada orang lain.

4) Dampak Kualitas Pelayanan, Harga, dengan Kepercayaan Pelanggan kepada Kepuasan Pelanggan

Berdasarkan pada hasil penelitian secara bersamaan (simultan) Kualitas Pelayanan, Harga, dengan Kepercayaan Pelanggan ditemukan dampak positif serta signifikan kepada Kepuasan Pelanggan. Pada hasil uji F yaitu hasil sig sejumlah 0,000 < sig 0,05 dan hasil Fhitung sejumlah 8,603 > hasil Ftabel sejumlah 2,81. Karena, nilai signifikan lebih kecil dari 0,05 dan hasil Fhitung lebih besar dari Ftabel maka H_4 disetujui yakni bermakna ditemukan dampak positif serta signifikan secara bersamaan pada Kualitas Pelayanan, Harga, dengan Kepercayaan Pelanggan kepada Kepuasan Pelanggan Pengguna Jasa PT Detato Mitraindo Buana di Tangerang.

5. KESIMPULAN

Berdasarkan analisis data yang telah dilakukan serta pembahasan yang telah disampaikan, maka dapat disimpulkan:

- 1) Kualitas Pelayanan berdampak positif serta signifikan sebesar 28,8% kepada Kepuasan Pelanggan Pengguna Jasa PT Detato Mitraindo Buana di Tangerang.
- 2) Harga berdampak positif serta signifikan sebesar 22,3% kepada Kepuasan Pelanggan Pengguna Jasa PT Detato Mitraindo Buana di Tangerang.
- 3) Kepercayaan Pelanggan berdampak positif serta signifikan sebesar 24,3% kepada Kepuasan Pelanggan Pengguna Jasa PT Detato Mitraindo Buana di Tangerang.
- 4) Kualitas Pelayanan, Harga, dengan Kepercayaan Pelanggan berdampak positif serta signifikan secara bersamaan sebesar 35,9% kepada Kepuasan Pelanggan Pengguna Jasa

PT Detato Mitraindo Buana di Tangerang. Serta sisanya sebesar 64,1% dipengaruhi oleh variabel yang tidak terdapat dalam kajian ini.

6. SARAN

Dari hasil pernyataan kuesioner yang mendapat skor terendah pada kajian ini yakni: 1) Kemampuan Jasa yang tepat. 2) Harga sesuai dengan harapan konsumen. 3) Merespon keluhan dengan baik. 4) Memberikan pelayanannya secara tepat. Maka, saran dari kajian ini adalah:

- 1) Untuk meningkatkan kualitas pelayanan yang baik, PT Detato Mitraindo Buana dapat mulai meningkatkan kualitas dari keamanan barang dan ketepatan waktu pengiriman barang konsumen sesuai dengan perkiraan kedatangan yang sebenarnya. Sehingga produk dapat dikirim tanpa masalah.
- 2) Sebaiknya PT Detato Mitraindo lebih memperhatikan sektor harga karena, Hal ini dikarenakan harga yang ditawarkan saat ini tidak dapat disesuaikan dengan kisaran harga pasar dan tidak dapat disesuaikan dengan layanan yang ditawarkan.
- 3) Sampai saat ini PT Detato Mitraindo Buana masih belum menjadi pilihan utama konsumen dalam memilih jasa freight forward, diharapkan pihak perusahaan lebih mengutamakan dan lebih peduli pada apa yang dibutuhkan konsumen maupun pelanggan demi keberlangsungan jangka panjang adanya PT Detato Mitraindo Buana sebagai perusahaan di bidang jasa freight forward.
- 4) Selain menjalin hubungan yang baik dengan pengangkut barang/eksportir, disarankan untuk dapat menjalin keakraban yang baik bersama perusahaan yang sama di bidang pengiriman barang.

DAFTAR PUSTAKA

Alamsyah, D. P. (2016). Kepercayaan konsumen pada produk organik. *Ecodemica*, IV(2), 146–155.

A Firmansyah, M. 2018. *Perilaku Konsu-Men*. Deepublish. 1st ed. Yogyakarta: Deepublish.

Budiarno., Udayana, IBN., & Lukitaningsih, Ambar. 2022. PENGARUH KUALITAS LAYANAN, KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DALAM

MEMBENTUK LOYALITAS PELANGGAN. *Equilibrium: Jurnal Penelitian Pendidikan dan Ekonomi* Volume 19, Issue 02, Juli 2022.

Kotler, Philip. (2002). *Manajemen pemasaran*. Jilid kedua. (10th ed). Jakarta: Prenhallindo

Kotler, Philip, and Gary Armstrong. 2012. *Principles of Marketing*. New Jersey: Pearson Education Limited.

Kotler, Philip and Kevin Lane Keller, (2016): *Marketing Management*, 15th Edition New Jersey: Prentice Hall

Pasolong, Harbani. 2012. *Metode Penelitian Administrasi Publik*. Bandung: Alfabeta.

Prihandoyo, C. (2019). PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN JNE CABANG BALIKPAPAN. *Jurnal GeoEkonomi*, 10(1), 116–129. <https://doi.org/10.36277/geoekonomi.v10i1.59>

Putro, Shandy Widjoyo, Semuel, Hatane. Brahmana, Ritzky Karina M.R. 2014. PENGARUH KUALITAS LAYANAN DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DAN LOYALITAS KONSUMEN RESTORAN HAPPY GARDEN SURABAYA. *Jurnal Manajemen Pemasaran* Vol.2, No. 1, (2014) 1-9

Maulana, AS. 2016. PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PT. TOI. *Jurnal Ekonomi* Volume 7 Nomor 2, November 2016.

Mowen, John, C & Minor, Michael. (2012). *Comsumer Behavior*. 11st Edition Boston: Prentice Hall.

Mukhlis, M. Aziz. 2019. Pengaruh Lokasi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Jasa Pengiriman J & T di Muara Bulian. *Ekonomis: Journal of Economics and Business*, 3(1), 1-9

Nasution, M. Amri. 2019. PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PRODUK ALAT KESEHATAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PADA PT. DYZA SEJAHTERA MEDAN. *Jurnal Warta Edisi* : 59 Januari 2019

Nurdin, Sahidillah. 2019. Membangun Kepuasan Pelanggan Melalui Kepercayaan Pelanggan dalam Menggunakan Kartu Pascabayar halo. *Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah* Vol 2 No 1, Januari 2019.

- Sugiyono. 2012. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- . 2016. *Metode Penelitian Pendidikan : Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. 23rd ed. Bandung: Alfabeta.
- . 2018. *Metode Penelitian Kuantitatif*. 1st ed. Bandung: Alfabeta.
- Tjiptono., Fandy. 2012. *Strategi Pemasaran*. 3rd ed. Yogyakarta: Andi.
- Tjiptono, Fandy. 2014. *Pemasaran Jasa : Prinsip, Penerapan, Penelitian*. Yogyakarta: Penerbit Andi Offset.