

Analisis Tingkat Kepuasan Konsumen Dalam Menggunakan Layanan Pengiriman Barang Pada J&T Express Kabupaten Nias Barat

**Elfan Selamat Putra Gulo¹, Eduar Baene², Palindungan Lahagu³,
Martha Surya Dinata Mendrofa⁴**

Prodi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Nias^{1,2,3,4}

Jl. Karet No.30, Ps. Gn. Sitoli, Kec. Gunungsitoli, Kota Gunungsitoli, Sumatera Utara 22812^{1,2,3,4}

Email : elfanselamatputragulo@gmail.com¹, eduar.baene@gmail.com², lindunglahagu25@gmail.com³, martha.mendrofa@gmail.com⁴

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui analisis tingkat kepuasan konsumen dalam menggunakan layanan pengiriman barang pada J&T Express Kabupaten Nias Barat. Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif dengan objek penelitian J&T Express Kabupaten Nias Barat. Sumber data diambil dari dokumentasi, hasil wawancara dan hasil observasi. Dalam penelitian ini, wawancara dengan berbagai pertanyaan tentang topik penelitian dilakukan secara langsung. Hasil penelitian menunjukkan bahwa konsumen kurang puas dalam pelayanan yang diberikan J&T Express Nias Barat dalam hal jasa pengiriman dan pengantaran barang ke alamat konsumen langsung, dimana banyak konsumen melakukan complain baik itu keterlambatan pengiriman barang, kerusakan barang, kurir melakukan pembatalan barang secara sepihak maupun kesalahan pengiriman itu menjadi bahan evaluasi bagi jasa J&T sendiri supaya pelayanan yang diberikan kepada konsumen lebih baik lagi.

Kata Kunci: Kepuasan, Konsumen, dan Layanan.

ABSTRACT

This study aims to determine the analysis of consumer satisfaction in using goods delivery services on J&T Express in West Nias Regency. This study is a descriptive research with qualitative approach with J&T Express research object of West Nias Regency. Data sources are taken from documentation, interview results and observation results. In this study, interviews with various questions on research topics were conducted directly. The results of the study show that consumers are less satisfied in the services provided by J&T Express Nias Barat in terms of delivery services and delivery of goods to direct consumer addresses, where many consumers complain whether it is delay in delivery of goods, damage to goods, couriers making unilateral cancellation of goods or errors of delivery that become an evaluation material for J&T's own services so that the service provided to consumers is even better.

Keywords: Satisfaction, Consumers, and Service

PENDAHULUAN

Tingkat perkembangan perekonomian dunia ditandai dengan adanya globalisasi di berbagai bidang yang disertai dengan tingginya arus penduduk, arus mata uang dan barang dalam arus perdagangan (Utomo et al., 2023). Di sisi lain, dengan semakin tingginya kebutuhan masyarakat untuk meningkatkan taraf hidup masyarakat, beban kerja pemerintah semakin meningkat. Banyaknya penduduk yang saling mengirim barang dalam jarak jauh menjadikan layanan ini sangat penting. Saat ini terdapat banyak sekali perusahaan jasa ekspedisi darat, mulai dari

perusahaan besar dan kecil hingga perusahaan asing besar yang memiliki cabang di luar negeri, semua bertujuan untuk meyakinkan pelanggan menggunakan jasanya (Renaningtyas et al., 2022).

Dalam era globalisasi dan perkembangan teknologi yang pesat, layanan pengiriman barang telah menjadi salah satu komponen utama dalam rantai pasokan. Perusahaan ekspedisi seperti J&T Express berperan penting dalam memastikan barang-barang yang dikirimkan sampai ke tangan konsumen dengan cepat dan aman (Wahjono Soekotjo, 2020). Perkembangan dunia dalam aspek teknologi informasi yang semakin maju pada saat ini dampaknya telah terasa oleh

masyarakat, kini dari melakukan belanja tradisional ke belanja modern dapat diakses melalui teknologi yang tersambung dengan internet (Arta Naibaho et al., 2022).

Jasa pengiriman barang adalah pelayanan yang dapat Memberikan kemudahan dalam proses pengiriman barang antar kota kepada Orang lain. Pengiriman barang bisa berupa dokumen penting, barang logistik, produk-produk elektronik, dan lainnya (Utomo et al., 2023). Saat ini perkembangan jasa pengiriman semakin pesat, hal ini dipengaruhi oleh perkembangan toko online yang menggunakan jasa pengiriman. Banyak sekali perusahaan jasa yang melakukan pengiriman barang dan salah satunya J&T Express. J&T Express adalah perusahaan yang bergerak dibidang jasa pengiriman barang yang beroperasi di Indonesia, yang didirikan pada tanggal 20 Agustus 2015. Perusahaan harus terus berinovasi agar dapat bersaing dengan kompetitor serta harus mempertahankan konsumen. Semacam inovasi teknologi pada sistem pengiriman, dan pelayanan yang mengutamakan tanggung jawab serta tingkat loyalitas kepada konsumen supaya dapat mempertahankan kepuasan konsumennya. Kualitas pelayanan jasa pengiriman memiliki kedudukan penting dalam menciptakan kepuasan konsumen. Kualitas pelayanan harus dilakukan oleh perusahaan agar dapat bertahan dan tetap memperoleh kepercayaan konsumen (Rustanti et al., 2023).

Tidak mudah meyakinkan pelanggan untuk menggunakan fasilitas dan layanan tetap, salah satunya adalah dengan meningkatkan kepuasan konsumen dalam layanan pengiriman barang, Sehingga jika semakin tinggi tingkat kepuasan konsumen terhadap layanan yang diberikan maka semakin besar pula kemungkinan dalam mengambil keputusan menjadi pelanggan setia di J&T Express (Sambodo Rio Sasongko, 2021).

Hal yang sesuai disampaikan (Nurhikmat, 2023) mengemukakan bahwa: kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan (*excellent*) yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan. J&T Express terkadang lalai dalam

memberikan pelayanan yang baik kepada pelanggan, seperti keterlambatan pengiriman paket, kerusakan paket atau menjatuhkan paket dan kerusakan kemasan. Oleh karena itu, kualitas pelayanan harus dikelola dengan baik agar dapat memberikan kontribusi positif terhadap kepuasan pelanggan (Rafqi Ilhamalimy & Mahaputra, 2021). Jika kualitas layanan pelanggan baik, maka dapat menimbulkan tingkat kepuasan pelanggan yang tinggi. Bahwa masyarakat perlu meningkatkan kualitas pelayanan konsumen agar lebih baik di masa yang akan datang.”

Keberadaan pemasok jasa pengiriman barang memiliki peran strategis dalam meningkatkan kinerja arus barang dari daerah ke daerah. Fungsi utama dari penyedia jasa pengiriman adalah metode pengangkutan barang dari tempat asal pengiriman ke tempat tujuan (Nur Fikri et al., 2022). Peran sarana transportasi meliputi barang yang menyediakan akses transportasi jarak pendek (dalam kota) dan transportasi jarak jauh (luar kota). Seiring waktu, pelanggan sering membicarakan layanan J&T Express.

Kepuasan konsumen merupakan elemen penting dalam kesuksesan suatu perusahaan. Ketika konsumen puas dengan layanan yang diberikan, mereka cenderung menjadi pelanggan yang loyal dan berpotensi untuk melakukan pembelian berulang. Selain itu, konsumen yang puas juga berpotensi untuk memberikan rekomendasi positif kepada orang lain, yang dapat berdampak positif pada citra dan reputasi perusahaan (Putra, 2021). Dalam konteks layanan pengiriman barang, kepuasan konsumen menjadi faktor kunci karena pengiriman yang tepat waktu, aman, dan andal sangat penting bagi konsumen yang melakukan pembelian online. Jika konsumen merasa puas dengan layanan pengiriman barang yang mereka terima, mereka akan merasa dipenuhi kebutuhan dan harapan mereka. Sebaliknya, jika ada masalah atau ketidakpuasan dalam layanan pengiriman, konsumen mungkin merasa frustrasi, kehilangan kepercayaan, dan bahkan beralih ke penyedia layanan lain (Pertiwi et al., 2022).

Hal yang sesuai disampaikan Kotler & Keller dalam (FoEh & Niha, 2022) mengemukakan bahwa: “Kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau frustrasi seseorang sebagai akibat

membandingkan produk atau jasa yang mereka rasakan sesuai dengan harapan. Jika sesuai dengan harapan maka konsumen akan puas. Konsumen diharapkan merasa tidak puas. Dari definisi tersebut dapat disimpulkan bahwa kepuasan konsumen merupakan ukuran dari tanggapan seseorang terhadap persepsi terhadap suatu produk atau jasa yang dirasakan setiap konsumen”.

Kabupaten Nias Barat merupakan salah satu wilayah yang terletak di Provinsi Sumatera Utara Indonesia. Wilayah ini memiliki potensi pasar yang cukup besar dan merupakan pusat aktivitas ekonomi di daerah tersebut. Banyak perusahaan, baik skala kecil maupun besar, yang beroperasi di Kabupaten Nias Barat, yang mencakup berbagai sektor industri dan perdagangan. Pentingnya pengiriman barang yang andal dan efisien di daerah ini terletak pada dampaknya terhadap kesuksesan bisnis (Nurul Azizah et al., 2022). Perusahaan-perusahaan di Kabupaten Nias Barat sering kali mengandalkan jasa pengiriman barang untuk memenuhi kebutuhan pelanggan.

Dalam konteks ekonomi yang semakin global dan kompetitif, perusahaan jasa pengiriman barang di Kabupaten Nias Barat juga harus bersaing dengan perusahaan dari daerah lain. Kemampuan mereka untuk mengirimkan barang dengan cepat dan aman kepada konsumen menjadi faktor yang membedakan mereka. Pengiriman barang yang andal dan efisien membantu perusahaan-perusahaan ini dalam memenuhi permintaan konsumen dengan baik, dan mengurangi kemungkinan kerusakan atau kehilangan barang selama pengiriman, serta menjaga kepercayaan pelanggan (Martinus Hia et al., 2022).

Selain itu, pengiriman barang yang andal dan efisien juga berdampak pada produktivitas bisnis secara keseluruhan. Jika perusahaan dapat mengandalkan layanan pengiriman yang baik, mereka dapat fokus pada kegiatan inti bisnis tanpa khawatir terlambatnya pengiriman barang atau masalah logistik lainnya (Cesariana et al., 2022). Hal ini memungkinkan untuk meningkatkan efisiensi operasional dan meningkatkan daya saing di pasar.

Dengan demikian, penting bagi perusahaan-

perusahaan di Kabupaten Nias Barat untuk bekerja sama dengan penyedia layanan pengiriman barang yang handal dan efisien. Dengan memastikan pengiriman barang yang tepat waktu dan aman sampai di tangan konsumen, sehingga perusahaan-perusahaan tersebut dapat memenuhi kebutuhan pelanggannya, mempertahankan hubungan bisnis yang baik, dan mencapai kesuksesan dalam pasar yang kompetitif di daerah tersebut (Halawa, Anggraini, et al., 2023).

Berdasarkan hasil penelitian dari peneliti, Peneliti menemukan beberapa masalah pelayanan terkait kepuasan pelanggan pada J&T Express di Kabupaten Nias Barat yakni ketika ada pelanggan yang mengklaim kerusakan barang terkadang cara penanganan karyawan yang kurang ramah dan tidak sabar terhadap keluhan yang diajukan kons dan dibiarkan begitu saja tanpa memberikan solusi yang tepat, Kemudian karyawan J&T (kurir) yang hendak mengantarkan paket ke alamat pelanggan sering kali tidak di konfirmasi dulu apakah barang akan di antarkan di alamat sehingga ketika kurir datang di alamat kadang pelanggan pun tidak ada di tempat mengira paketnya tidak diantarkan hari itu dan tanpa konfirmasi dulu barang tersebut dikembalikan (*return*) sepihak membuat pelanggan sering kali emosi dengan sistem seperti itu dan sering kali kurir pun tidak mengantarkan paket di alamat melainkan dijemput langsung di kantor itu membuat pelanggan sering komplek atas pelayanan yg diberikan padahal ketika pelanggan memesan barang itu dikenakan biaya ongkos kirim (Halawa, Iswanto, et al., 2023). ketanggapan yang kurang dari karyawan seperti ketika terjadi kendala atau masalah pengiriman paket tidak memberikan solusi atau alternatif yang tepat atau memuaskan bahkan tidak direspon dengan cepat, pengepakan barang yang tidak rapi, dan kurangnya informasi yang jelas dengan melakukan analisis tingkat kepuasan pelanggan dalam menggunakan layanan pengiriman barang pada J&T Express Di Kabupaten Nias Barat mampu merubah cara pelayanan mereka mulai dari meminta maaf terhadap complain pelanggan terkait persoalan yang dihadapi pelanggan, mendengarkan dan memahami keluhan yang disampaikan oleh pelanggan, kepastian informasi serta penindak lanjutan dari keluhan-keluhan

pelanggan tersebut.

LANDASAN TEORI

1. Tingkat Kepuasan Konsumen

Tingkat kepuasan konsumen adalah ukuran yang digunakan untuk mengevaluasi sejauh mana pelanggan merasa puas dengan produk, layanan, atau pengalaman yang mereka dapatkan dari suatu perusahaan atau organisasi. Hal ini seperti yang di kemukakan oleh Kotler dan Armstrong dalam (Cesariana et al., 2022) tingkat kepuasan konsumen adalah pengukuran sejauh mana produk atau layanan memenuhi atau melebihi harapan konsumen. Tingkat kepuasan konsumen sendiri sangatlah mempengaruhi hasil kinerja yang didapatkan setelah produk yang dibuat mampu memberikan hasil yang maksimal (Arta Naibaho et al., 2022).

2. Kualitas Layanan

Kualitas pelayanan didefinisikan oleh (Quick & Inwinkl, 2020) sebagai hasil dari proses evaluasi di mana pelanggan membandingkan persepsi mereka terhadap suatu pelayanan yang dirasakan dengan apa yang diharapkan. Kualitas layanan terdiri dari beberapa dimensi, termasuk kualitas fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati. Landasan teori ini berkaitan dengan konsep dan teori tentang kualitas layanan yang relevan dengan pengiriman barang.

METODE PENELITIAN

1. Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif. Tujuan utama penelitian kualitatif adalah untuk memahami fenomena atau gejala sosial dengan cara memberikan pemaparan berupa penggambaran yang jelas tentang fenomena atau gejala sosial tersebut dalam bentuk rangkaian kata yang pada akhirnya akan menghasilkan sebuah teori (Halawa, Anggraini, et al., 2023).

2. Waktu dan Tempat Penelitian

Lokasi pada penelitian ini berada pada kantor J&T Express di Jl. Raya Onolimbu, Kecamatan Lahomi, Kabupaten Nias Barat.

Peneliti* memilih lokasi ini karena sesuai dengan topik dan tema yang di pilih oleh penulis. Adapun jadwal penelitian dilaksanakan berdasarkan ketentuan dari Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Nias.

3. Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian adalah alat yang digunakan dalam penelitian untuk mengumpulkan data dari subjek penelitian. Instrumen penelitian dapat berupa kuesioner, wawancara, tes, observasi, dan sebagainya (Halawa, Iswanto, et al., 2023)

4. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data penelitian ini dilakukan dengan reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan (Quick & Inwinkl, 2020).

5. Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan beberapa kegiatan, antara lain (Renaningtyas et al., 2022):

- a. Observasi
- b. Wawancara
- c. Dokumentasi

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Analisis

Analisis hasil penelitian menunjukkan bahwa kepuasan konsumen terhadap layanan pengiriman barang J&T Express di Kabupaten Nias Barat masih rendah. Meskipun perusahaan telah berupaya meningkatkan kualitas pelayanannya, konsumen masih menghadapi beberapa masalah yang mengakibatkan ketidakpuasan (Arta Naibaho et al., 2022). Temuan utama meliputi kurangnya tanggapan dan ketidaksihgan dari karyawan terhadap permintaan dan keluhan konsumen, serta kurangnya komunikasi yang efektif antara kurir dan konsumen (Cesariana et al., 2022).

Dari segi dimensi kualitas produk dan pelayanan, terdapat kesenjangan antara harapan dan kenyataan. Konsumen menilai kualitas pelayanan berdasarkan delapan dimensi kualitas produk dan empat dimensi kualitas pelayanan, namun masih merasa tidak puas dengan layanan

yang diberikan oleh J&T Express. Beberapa keluhan yang sering muncul adalah keterlambatan pengiriman, kesalahan alamat, dan kerusakan atau kehilangan barang selama proses pengiriman (Belasri et al., 2020).

Meskipun demikian, perusahaan telah melakukan upaya untuk memperbaiki kepuasan konsumen. Langkah-langkah yang diambil termasuk peningkatan kualitas pelayanan, komunikasi yang lebih baik antara perusahaan dan konsumen, serta peningkatan kinerja karyawan. Namun, masih diperlukan upaya lebih lanjut untuk mengatasi masalah-masalah yang ada dan memperbaiki pengalaman konsumen secara keseluruhan (Rafqi Ilhamalimy & Mahaputra, 2021).

Analisis ini menyoroti pentingnya perusahaan untuk memahami dan merespons kebutuhan dan harapan konsumen dengan tepat. Dengan mengidentifikasi masalah yang ada dan mengambil langkah-langkah untuk memperbaiki layanan, J&T Express dapat meningkatkan kepuasan konsumen, memperkuat loyalitas pelanggan, dan memperbaiki reputasi perusahaan di pasar.

Pembahasan

Pembahasan hasil penelitian menyoroti dua aspek utama: tingkat kepuasan konsumen dan upaya yang dilakukan oleh J&T Express dalam memenuhi kepuasan konsumen.

Pertama, hasil penelitian menunjukkan bahwa kepuasan konsumen terhadap layanan pengiriman barang J&T Express di Kabupaten Nias Barat masih rendah. Ini tercermin dari temuan bahwa konsumen masih mengalami ketidakpuasan terhadap pelayanan yang diberikan. Beberapa keluhan yang muncul meliputi kurangnya tanggapan dan ketidaksihinggaan dari karyawan dalam menanggapi permintaan dan keluhan konsumen, serta kurangnya komunikasi yang efektif antara kurir dan konsumen. Dari dimensi kualitas produk dan pelayanan, terdapat kesenjangan antara harapan konsumen dan kenyataan pelayanan yang diberikan (Martinus Hia et al., 2022).

Kedua, meskipun J&T Express menghadapi beberapa masalah seperti

keterlambatan pengiriman, kesalahan alamat, dan kerusakan atau kehilangan barang, perusahaan telah melakukan upaya untuk memperbaiki kepuasan konsumen. Langkah-langkah yang diambil termasuk peningkatan kualitas pelayanan, komunikasi yang lebih baik antara perusahaan dan konsumen, serta peningkatan kinerja karyawan. Meskipun upaya ini merupakan langkah positif, masih diperlukan upaya lebih lanjut untuk mengatasi masalah-masalah yang ada dan memperbaiki pengalaman konsumen secara keseluruhan (Martinus Hia et al., 2022).

Secara keseluruhan, pembahasan menekankan pentingnya perusahaan untuk secara aktif memahami dan merespons kebutuhan serta harapan konsumen. Dengan mengidentifikasi masalah yang ada dan mengambil langkah-langkah untuk memperbaiki layanan, J&T Express dapat meningkatkan kepuasan konsumen, memperkuat loyalitas pelanggan, dan memperbaiki reputasi perusahaan di pasar (Belasri et al., 2020).

KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa tingkat kepuasan konsumen terhadap layanan J&T Express Nias Barat masih rendah, terutama karena kurangnya respons terhadap keluhan konsumen dan masalah seperti kerusakan atau kesalahan pengiriman barang. Meskipun demikian, harga ongkir yang terjangkau dan fasilitas yang nyaman di kantor J&T Express memberikan sedikit kenyamanan bagi konsumen.

Upaya J&T Express untuk meningkatkan kepuasan konsumen melibatkan evaluasi terhadap keluhan konsumen dan peningkatan kualitas pelayanan, termasuk keakuratan dan ketepatan waktu pengiriman. Namun, masih ada ruang untuk peningkatan lebih lanjut.

Dengan memperhatikan hal tersebut, beberapa saran dapat diberikan untuk kemajuan J&T Express Nias Barat:

- a) Perusahaan perlu fokus pada peningkatan kualitas pelayanan, dengan lebih responsif terhadap keluhan konsumen dan memberikan solusi yang memuaskan.
- b) Evaluasi terhadap proses pengiriman

barang perlu dilakukan secara rutin untuk memastikan keakuratan dan keamanan pengiriman.

- c) Penelitian ini dapat menjadi rujukan untuk pengembangan ilmu pengetahuan, terutama dalam bidang ekonomi dan kepuasan konsumen.
- d) Penelitian selanjutnya diharapkan dapat memperdalam dan memperluas topik ini untuk memberikan kontribusi yang lebih besar dalam memahami kepuasan konsumen terhadap layanan pengiriman barang.

Dengan mengimplementasikan saran-saran tersebut, diharapkan J&T Express Nias Barat dapat meningkatkan kepuasan konsumen dan memperkuat posisinya dalam industri pengiriman barang.

DAFTAR PUSTAKA

- Arta Naibaho, U., Akbar, H., & Hadibrata, B. (2022). Determinasi Kepuasan Pelanggan: Analisis Kualitas Pelayanan, Harga Dan Kualitas Produk (Literature Review Strategic Marketing Management). *Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial*, 3(2), 1079–1089. <https://doi.org/10.38035/jmpis.v3i2.1346>
- Belasri, S., Gomes, M., & Pijourlet, G. (2020). Corporate social responsibility and bank efficiency. *Journal of Multinational Financial Management*, 54, 100612. <https://doi.org/10.1016/j.mulfin.2020.100612>
- Cesariana, C., Juliansyah, F., & Fitriyani, R. (2022). Model Keputusan Pembelian Melalui Kepuasan Konsumen Pada Marketplace. *Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial*, 3(1), 211–224.
- FoEh, J., & Niha, S. S. (2022). The Influence of Service Quality, Use of Information Technology and Customer Value on Customer Satisfaction and Loyalty of Online Transportation Services (Literature Review Human Resource Management). *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 4(1), 30–43. <https://dinastirev.org/JIMT/article/view/1157>
- Halawa, F., Anggraini, E. N., Yulianti, P., Airlangga, U., & Timur, J. (2023). THE ANTECEDENTS AND CONSEQUENCES OF WORK ENGAGEMENT. *Maker: Jurnal Manajemen*, 9(1), 27–38.
- Halawa, F., Iswanto, D., Reinelda, B., & Yunarni, T. (2023). *JOURNAL OF MANAGEMENT Small and Medium Enterprises (SME's) Vol 16, No. 3, November 2023, p495-501 Febriyanti Amol, Forman Halawa, Dedy Iswanto, Baiq Reinelda Tri Yunarni*. 16(3), 7–10.
- Martinus Hia, A., Hapzi Ali, & Fransiskus Dwikotjo Sri Sumartyo. (2022). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Penjualan: Analisis Kualitas Pelayanan, Inovasi Produk dan Kepuasan Konsumen (Literature Review). *Jurnal Ilmu Multidisplin*, 1(2), 368–379. <https://doi.org/10.38035/jim.v1i2.48>
- Nur Fikri, S., Dwi Novianti, S., & Luna Rahelia, S. (2022). Literature review faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen: harga, kualitas produk dan kepuasan pembeli. *Jurnal Ilmu Multidisplin*, 1(1), 163–173. <https://doi.org/10.38035/jim.v1i1.25>
- Nurhikmat, A. (2023). Determinasi Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Pelanggan Dengan Harga dan Kualitas Produk: Literature Review. *KarismaPro*, 13(2), 75–86. <https://doi.org/10.53675/karismapro.v13i2.1050>
- Nurul Azizah, L., Sidik, M., & Fauzan Rivano, M. (2022). Literature Review Keunggulan Kompetitif: Pengaruh Inovasi, Kreativitas Dan Kepuasan Konsumen. *Jurnal Ilmu Multidisplin*, 1(1), 264–273. <https://doi.org/10.38035/jim.v1i1.37>
- Pertiwi, A. B., Ali, H., & Sumantyo, F. D. S. (2022). Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Loyalitas Pelanggan; Analisis Persepsi Harga, Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan (Literature Review Manajemen Pemasaran). *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 3(6), 582–591.
- Putra, R. (2021). Determinasi Kepuasan Pelanggan Dan Loyalitas Pelanggan

- Terhadap Kualitas Produk, Citra Merek Dan Persepsi Harga (Literature Review Manajemen Pemasaran). *Jurnal Ekonomi Manajemen Sistem Informasi*, 2(4), 516–524.
<https://doi.org/10.31933/jemsi.v2i4.461>
- Quick, R., & Inwinkl, P. (2020). Assurance on CSR reports: impact on the credibility perceptions of non-financial information by bank directors. *Meditari Accountancy Research*, 28(5), 833–862.
<https://doi.org/10.1108/MEDAR-10-2019-0597>
- Rafqi Ilhamalimy, R., & Mahaputra, M. R. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Dan Kepuasan Pelanggan (Literature Review Manajemen Pemasaran). *Jurnal Ilmu Hukum, Humaniora Dan Politik*, 1(1), 85–97.
<https://doi.org/10.38035/jihhp.v1i1.604>
- Renaningtyas, A. R., Wahyuni, A. D., & ... (2022). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pembelian Konsumen: Promosi, Harga Dan Produk (Literature Review Perilaku Konsumen). *Jurnal Ekonomi ...*, 3(5), 469–478.
<https://dinastirev.org/JEMSI/article/view/988%0Ahttps://dinastirev.org/JEMSI/article/download/988/622>
- Rustanti, Ed., Purbowati, D., Haris, P. A., Gracela, Y., & Lubis, Y. A. (2023). Literature Review Analisis Kepuasan Pelanggan Terhadap Kualitas Produk dan Kinerja Karyawan (Studi Kasus Erigo Store). *Jurnal Ilmu Multidisplin*, 1(4), 823–838.
- Sambodo Rio Sasongko. (2021). Faktor-Faktor Kepuasan Pelanggan Dan Loyalitas Pelanggan (Literature Review Manajemen Pemasaran). *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 3(1), 104–114.
<https://doi.org/10.31933/jimt.v3i1.707>
- Utomo, H. S., Mardani, M., & Fajar, T. R. (2023). Faktor-Faktor Kepuasan Pelanggan: Literature Review. *Prosiding Amal Insani*
<http://prosiding.amalinsani.org/index.php/semnas/article/view/59%0Ahttps://prosiding>
- prosiding.amalinsani.org/index.php/semnas/article/download/59/71
- Wahjono Soekotjo, L. A. (2020). *Vol 2 No 1 September 2020 Vol 2 No 1 September 2020 Page 2. 2(1), 1–14.*