



Model Logistic Service Quality Terhadap Kepuasan Pelanggan Dan Loyalitas Pelanggan Dengan Menggunakan Metode Stuctural Equation Modelling Pada Kantor POS Kotabumi

Nurlaela Kumala Dewi^{1✉}, Afferdhy Ariffien², Egana Dwi Springga³

^{1,2,3}Universitas Logistik dan Bisnis Internasional

nurlaelakumala@ulbi.ac.id

Abstract

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh kualitas layanan logistik terhadap kepuasan dan loyalitas pelanggan, juga evaluasi untuk meningkatkan kualitas pelayanan di bidang jasa logistik. Dalam penelitian ini jumlah sampel sebanyak 100 responden. Pengumpulan data dilakukan dengan wawancara, dan kuisisioner. Pengolahan data, dilakukan dengan uji validitas dan realialitas dikatakan valid jika $r\text{-hitung} > r\text{-tabel}$. Kemudian dilakukan uji reliabilitas data kuesioner menggunakan Cronbach's Alpha. Dari hasil pengolahan data, maka dapat ditarik kesimpulan, bahwa: Logistic Service Quality berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan hal ini dapat dibuktikan dengan nilai $p\text{-value}$ dari kepuasan pelanggan yaitu sebesar 0,000 lebih kecil dari nilai 0,05, selain itu Logistic Service Quality juga memiliki pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas pelanggan hal ini dapat dibuktikan dengan nilai $p\text{-value}$ dari loyalitas pelanggan yaitu sebesar 0,0001 lebih kecil dari nilai 0,05. Berdasarkan urutan prioritas dengan melihat nilai loading factor terbesar yang didapatkan dari Structural Equation Modeling. Jenis layanan yang dapat diperbaiki dan disarankan peneliti kepada perusahaan untuk meningkatkan kinerjanya yaitu: Indikator OP4 "saya dapat melakukan transaksi pembayaran menggunakan uang tunai, kartu debit, atau melalui aplikasi seperti (Pospay,OVO,Go-pay, dll)". Indikator OP3 "selain dikantor pos saya dapat melakukan pengiriman paket dirumah dengan menggunakan media telepon, aplikasi, dan website". Indikator OP1 "prosedur pemesanan layanan pengiriman paket sangat mudah". Indikator OC1 "kondisi kiriman paket tidak terjadi kerusakan". Indikator T1 "pengiriman paket tepat waktu".

Keywords: Logistic Service Quality, Struktur Equation Modelling, Kepuasan Pelanggan, Loyalitas Pelanggan.

JIDT is licensed under a Creative Commons 4.0 International License.



1. Pendahuluan

PT. Pos Indonesia (Persero) merupakan perusahaan yang bergerak dibidang jasa pengiriman barang tertua di Indonesia bukan berarti perusahaan ini menjadi salah satu peminat terbesar pengguna jasa layanan logistik, hal ini diakibatkan banyak munculnya perusahaan jasa baru yang bergerak dalam bidang logistik, yang memiliki keunggulan serta citra yang lebih baik dibandingkan dengan PT. Pos Indonesia (Persero) [1]. Menurut hasil wawancara dengan beberapa pengguna jasa layanan Logistik, terdapat beberapa keluhan pelanggan pengguna jasa logistik pada PT. Pos Indonesia sebanyak 35% pelanggan yang merasakan seringkali terjadinya kendala pada pengiriman barang yang mengakibatkan keterlambatan pada barang yang tidak sesuai dengan jadwal pengiriman. Keluhan pelanggan yang mengalami pelayanan petugas yang kurang responsive, menjadi alasan pelanggan untuk tidak menggunakan jasa pengiriman Logistik pada PT [2]. Pos Indonesia dan akan lebih memilih menggunakan jasa logistik yang lebih terjamin dan terpercaya. Dari penjelasan mengenai masalah diatas, yang dialami oleh Kantor Pos, maka dilakukan analisis pengaruh Logistic Service Quality dengan menggunakan Metode Struktur Equation Modelling (SEM) [1]. Dengan menggunakan metode ini diharapkan dapat mengukur tingkat kepuasan terhadap pelayanan yang diberikan, serta memberikan informasi tentang pemberian pelayanan yang direkomendasikan untuk ditingkatkan sehingga kualitas pelayanan yang diberikan semakin meningkat [3]. Dan, pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan pada Kantor Pos Indonesia Cabang Kotabumi yang akan semakin diminati oleh masyarakat [4].

Logistik servqual quality adalah target yang tinggi dari perasaan pelanggan [5]. Kualitas layanan tidak bisa ditentukan hanya oleh perusahaan, harus memenuhi permintaan dan harapan pelanggan [6]. Menurut penelitian yang dilakukan sebelumnya pengukuran dari logistic servqual quality terbagi menjadi 9 (sembilan) dimana penelitian yang dilakukan ini tidak hanya mengukur atribut fisik saja tetapi juga mengukur dimensi yang lebih kuatitatif [7]. Penelitian yang dilakukan sebelumnya, menjelaskan bahwa logistik service quality adalah kegiatan yang dilakukan oleh penyedia jasa untuk pengiriman barang dengan cara yang konsisten dengan kualitas dan efisiensi pengiriman. Peningkatan kepuasan pelanggan secara signifikan adalah tujuan utama dari logistik service quality [8]. Kualitas dalam aktivitas distribusi fisik pemasok memiliki pengaruh terbesar terhadap kepuasan

pelanggan. Kualitas layanan logistik dapat dipelajari dari dua perspektif yang berbeda yaitu dari kualitas objektif dan subjektif [9]. Tampilan industri jasa ini dilihat kualitas sebagai evaluasi yang akurat dari semua tahapan dan operasi yang diperlukan untuk menyediakan layanan. Dari perspektif ini, kualitas layanan adalah penilaian atau sikap global, mengenai sifat unggul layanan [10]. Pengukuran perspektif pelanggan, terdapat atribut yang terdiri dari fungsionalitas, harga, mutu, dan waktu. Terdapat pula hubungan pelanggan yang terdiri dari penyampaian kepada pelanggan yang meliputi dimensi waktu tanggap dan penyerahan, serta perasaan pelanggan setelah membeli produk/jasa dari perusahaan yang bersangkutan [11].

Loyalitas pelanggan adalah pelanggan yang tidak hanya membeli kembali barang dan jasa, tetapi melakukan sesuatu hal dalam pemasaran suatu layanan jasa atau produk misalnya dengan merekomendasikan orang lain untuk membeli barang tersebut atau menggunakan jasa yang telah digunakan [12]. Definisi loyalitas didasarkan pada dua pendekatan [13] [14]. Pendekatan tersebut adalah sikap dan perilaku [15]. Dalam pendekatan perilaku, perlu dibedakan antara loyalitas dengan perilaku pembelian ulang [16] [17]. Perilaku pembelian ulang dapat didefinisikan sebagai, perilaku pembelian kembali produk atau jasa secara berulang tanpa mendasarkan aspek emosional dari produk atau layanan [18]. Sedangkan loyalitas, memiliki aspek emosional seperti minat pelanggan dalam produk atau layanan [19] [20]. Pada tahun 1950-an SEM mulai diusulkan oleh ahli statistik yang berguna untuk menemukan metode untuk membuat model yang dapat menjelaskan hubungan antar variabel [21]. Variabel-variabel seperti motivasi seseorang, komitmen, kesetiaan pelanggan, kepuasan pelanggan, dan lainnya baru bisa diukur dengan jumlah indikator dan hubungan antara keduanya, serta antar variabel laten memunculkan model yang membutuhkan alat analisis lanjutan untuk menyelesaikan hal tersebut [22] [23]. Sehingga pada tahun 1970-an, alat analisis SEM baru maju. Seiring dengan munculnya software SEM khusus seperti LISREL, AMOS, EQS dan sebagainya, alat analisis SEM sampai sekarang telah menjadi prosedur multivariat dominan [24]. Berikut merupakan contoh model structural equation modelling yang mana model tersebut berfungsi untuk mengetahui hubungan motivasi kerja, kepemimpinan, kompensasi dan kinerja pegawai yang digambarkan sebagai berikut [25]. Didalam penelitian sebelumnya, menjelaskan bahwa variabel adalah konsep yang memiliki nilai bervariasi atau berfluktuasi. Dalam model SEM, berisi beberapa variabel. Baik itu variabel laten, variabel manifes, variabel eksogen, variabel endogen [26]. Berikut penjelasan dari Variabel tersebut:

1. Variabel Laten adalah variabel yang tidak dapat diukur secara langsung. Namun, itu dapat diukur dengan satu atau lebih dari variabel manifest [27]. Variabel laten digambarkan dengan ikon lingkaran, oval, atau elips. Variabel laten dibagi menjadi dua bagian yaitu: Variabel Laten Eksogen, variabel yang dapat mempengaruhi nilai dari variabel lain dalam variabel dalam model. Variabel Laten Endogen, variabel yang dipengaruhi secara langsung maupun tidak langsung oleh variabel eksogen.
2. Variabel Manifest, yaitu sebuah variabel yang dapat digunakan untuk menjelaskan atau mengukur variabel laten [28]. Variabel ini sering juga disebut dengan istilah, observed variabel, measured variabel, atau indicator. Didalam variabel ini data yang diperoleh dapat melalui data penelitian lapangan (survey) [29].

Metode SEM memiliki beberapa aplikasi utama yang dapat digunakan untuk melakukan analisis yaitu [30]:

1. Model Sebab Akibat (Causal Modeling), didalam model ini menyusun hubungan kausal yang dihipotesiskan antara variabel dan pengujian model kausal dengan menggunakan sistem persamaan linear. Model sebab akibat dapat mencakup variabel manifes (indikator), variabel laten atau keduanya
2. Analisis Faktor Penegasan (Confirmatory Factor Analysis), teknik lanjutan dari analisis factor di mana pengujian hipotesis dilakukan - hipotesis struktur pemuatan faktor dan interkorelasinya.
3. Analisis faktor urutan kedua (second order factor analysis), variasi dari teknik analisis faktor, di mana matriks korelasi faktor-faktor tertentu (faktor umum) dianalisis pada faktor-faktor tersebut sendiri untuk menciptakan faktor orde kedua.
4. Model-model regresi (regression models), teknik lanjutan dari analisis regresi linier, di mana Bobot regresi dibatasi agar sama dengan yang lain, atau spesifikasi dibuat berdasarkan nilai numeriknya.

2. Metode

Tahapan penelitian melakukan pembahasan mengenai permasalahan yang dihadapi oleh PT. Pos Indonesia (Persero), dimana dari permasalahan ini dapat diselesaikan dengan menggunakan Metode Structural Equation Modelling (SEM), dari metode ini dapat memberikan sebuah solusi berupa jenis layanan apa saja yang dapat diperbaiki. Langkah langkahnya adalah: Identifikasi masalah, mengidentifikasi masalah di tempat penelitian digunakan sebagai acuan dalam menentukan rumusan masalah yang menjadi fokus dalam penelitian. Tujuan penelitian, adalah untuk mengetahui pengaruh kualitas layanan logistik terhadap kepuasan dan loyalitas pelanggan, juga evaluasi untuk meningkatkan kualitas pelayanan di bidang jasa logistik. Menentukan sampel dan kuisioner, pada tahap ini, kuesioner dibagikan dan menentukan sampel. Penentuan sampel digunakan untuk menentukan jumlah sampel yang dibutuhkan dalam penelitian dan responden yang diambil. Dengan jumlah sampel sebanyak 100 responden. Pengumpulan data, dalam penelitian ini, melakukan wawancara karyawan pengelola dan pelanggan PT. Pos Indonesia (Persero) mengenai kualitas layanan yang diberikan. Selain itu, melakukan

pengamatan mengenai layanan yang diberikan. penelitian ini akan menggunakan data kuantitatif serta kualitatif, dimana data kualitatif yaitu berupa hasil wawancara pengelola dan pelanggan, sedangkan untuk data kuantitatif yaitu berupa hasil kuisioner yang telah diperoleh dari pelanggan. Pengolahan data, pada tahap ini juga dilakukan perancangan model konseptual yang akan digunakan untuk menggambarkan hubungan antara Logistic Service Quality (LSQ), loyalitas, dan kepuasan pelanggan. Selain itu, digunakan untuk menganalisis indikator kualitas layanan logistik, loyalitas dan kepuasan pelanggan memiliki pengaruh paling dominan terhadap layanan. Lalu dari tahap ini bisa dilihat Variabel Eksogen (Logistic Service Quality) dan Variabel Endogen (Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Pelanggan). Melakukan uji validitas dan realibilitas dikatakan valid jika nilai r hitung lebih dari r tabel (r hitung $>$ r tabel). Kemudian dilakukan uji reliabilitas data kuesioner menggunakan Cronbach's Alpha. Data bisa dikatakan reliabel jika nilai Cronbach's Alpha $>$ 0,6.

3. Hasil dan Pembahasan

Berdasarkan hasil uji normalitas yang dilakukan, ditemukan bahwa nilai skewness dan kurtosis untuk setiap indikator variabel berada dalam rentang antara -2,58 hingga +2,58. Temuan ini mengindikasikan bahwa tidak terjadi penyimpangan signifikan dari asumsi normalitas dalam SEM (Structural Equation Modeling) terhadap data yang digunakan dalam penelitian ini. Hal ini menegaskan bahwa distribusi data cenderung simetris dan tidak melenceng secara signifikan dari distribusi normal, memvalidasi kecocokan data dengan asumsi yang diperlukan untuk analisis SEM. Dengan demikian, uji normalitas dapat dianggap terpenuhi dalam kerangka analisis model struktural yang diterapkan dalam penelitian ini. Hasil pengujian model penelitian pada hasil perhitungan dari degree of freedom (df) didapat bahwa: pelanggan yaitu 0,157 atau 15,7% artinya variabel Logistic Service Quality secara substansial dapat menjelaskan variabel kepuasan pelanggan dengan tingkat 15,7% sedangkan sisanya dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak dimasukkan kedalam variabel penelitian ini. Sedangkan hasil nilai R Square variabel loyalitas pelanggan yaitu 0,217 atau 21,7% artinya variabel Logistic Service Quality dan kepuasan pelanggan secara substansial dapat menjelaskan variabel loyalitas pelanggan dengan tingkat 21,7% sedangkan sisanya dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak dimasukkan kedalam variabel penelitian ini.

Berdasarkan hasil penelitian dapat diketahui bahwa model layak digunakan karena semua nilai goodness of fit memiliki kondisi Marginal fit. Dalam suatu penelitian empiris, seorang peneliti tidak dituntut untuk memenuhi semua kriteria goodness of fit, akan tetapi tergantung pada judgment masing-masing peneliti. Nilai marginal adalah kondisi kesesuaian model pengukuran di bawah kriteria ukuran absolute fit maupun incremental fit. Namun masih dapat diteruskan pada analisis lebih lanjut karena dekat dengan kriteria goodness of fit. Oleh karena itu model secara keseluruhan dapat dikatakan telah sesuai dengan data dan dapat di analisis lebih lanjut. Melalui penggunaan program AMOS, telah diperoleh hasil dari model persamaan struktural yang menggambarkan adanya keterkaitan yang signifikan antara variabel eksogen, endogen, dan mediasi dalam konteks penelitian ini. Analisis tersebut mengungkap pola hubungan yang terjalin di antara variabel-variabel yang diamati, memberikan gambaran yang lebih jelas terkait dinamika dan pengaruh antar variabel tersebut. Setelah memperoleh pemahaman yang lebih mendalam mengenai interaksi dan keterkaitan variabel-variabel dalam model, langkah selanjutnya adalah untuk menyajikan hasil-hasil pengujian hipotesis. Tahap ini penting guna menguji keberlakuan atau penolakan terhadap hipotesis yang telah diajukan dalam penelitian. Melalui analisis ini, akan diungkap sejauh mana bukti empiris mendukung atau menolak hipotesis-hipotesis yang telah dirumuskan sebelumnya. Dengan demikian, dapat disimpulkan kesesuaian antara model yang telah dibangun dengan realitas yang diamati serta signifikansinya dalam konteks riset yang dilakukan.

Hasil dari pengujian hipotesis pertama menunjukkan adanya hubungan antara variabel Logistic Service Quality dengan kepuasan pelanggan, dengan nilai koefisien sebesar 0,262 (positif). Nilai p-value yang diperoleh sebesar 0,000, yang lebih kecil dari tingkat signifikansi 0,05, mengindikasikan bahwa Logistic Service Quality memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa hasil ini mendukung hipotesis pertama yang diajukan, yang menyatakan adanya pengaruh antara Logistic Service Quality dan kepuasan pelanggan. Selanjutnya, pada pengujian hipotesis kedua mengenai hubungan Logistic Service Quality dengan loyalitas pelanggan, nilai koefisien yang diperoleh adalah sebesar 0,339 (positif). Nilai p-value yang tercatat sebesar 0,001, lebih kecil dari tingkat signifikansi yang ditetapkan (0,05), mengindikasikan bahwa Logistic Service Quality juga memiliki pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Hasil ini mendukung hipotesis kedua yang menyatakan adanya korelasi positif antara Logistic Service Quality dan loyalitas pelanggan. Pada pengujian hipotesis ketiga mengenai hubungan antara kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan, ditemukan nilai koefisien sebesar 0,337 (positif) dengan nilai p-value sebesar 0,042, yang lebih kecil dari 0,05. Hal ini mengindikasikan bahwa kepuasan pelanggan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas pelanggan, sesuai dengan hipotesis ketiga yang diajukan. Secara keseluruhan, hasil dari pengujian hipotesis ini secara konsisten mendukung semua hipotesis yang diajukan, menegaskan adanya pengaruh yang signifikan antara Logistic Service Quality, kepuasan pelanggan, dan loyalitas pelanggan dalam konteks penelitian ini.

Pengukuran kualitas layanan logistik melalui indikator OP4, yakni "saya dapat melakukan transaksi pembayaran menggunakan uang tunai, kartu debit, atau melalui aplikasi seperti (Pospay, OVO, Go-pay, dll)," menunjukkan loading factor sebesar 0,792. Angka ini menandakan bahwa indikator OP4 memiliki pengaruh yang sangat signifikan terhadap Logistic Service Quality karena melebihi nilai yang ditetapkan (loading factor > 0,5). Pentingnya indikator ini bagi perusahaan adalah dapat menggambarkan bahwa penggunaan berbagai jenis e-wallet dalam pembayaran memberikan kemudahan bagi pelanggan. Dengan demikian, perusahaan dapat meningkatkan efektivitas layanan logistiknya dengan memperluas pilihan pembayaran, baik melalui e-wallet maupun melalui kartu debit dan uang tunai, guna memenuhi kebutuhan beragam pelanggan. Sementara pada indikator OP3, yakni "selain di kantor pos saya dapat melakukan pengiriman paket dari rumah dengan menggunakan media telepon, aplikasi, dan website," memiliki loading factor sebesar 0,763. Angka ini mengindikasikan bahwa indikator OP3 memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Logistic Service Quality karena melebihi loading factor yang ditetapkan (loading factor > 0,5). Strategi yang dapat diadopsi oleh perusahaan dalam konteks ini adalah dengan menyediakan layanan pengiriman paket dari rumah menggunakan media telepon, aplikasi, dan website. Langkah ini akan memberikan kemudahan dan efisiensi kepada pelanggan, serta berpotensi meningkatkan kualitas layanan yang diberikan kepada pengguna jasa logistik. Kesimpulannya, kedua indikator ini menjadi penentu utama dalam menilai Logistic Service Quality, dan dengan memperhatikan nilai loading factor yang signifikan, perusahaan dapat mengambil langkah strategis untuk meningkatkan kualitas layanan logistiknya serta memberikan kemudahan yang lebih baik kepada para pelanggannya.

Pada indikator OP1 "prosedur pemesanan layanan pengiriman paket sangat mudah" memiliki loading factor sebesar 0,761 yang dapat disimpulkan bahwa indikator OP1 sangat memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Logistic Service Quality dikarenakan memiliki loading factor yang lebih dari 0,5 (loading factor > 0,5). Hal tersebut karena pelanggan merasa nyaman jika kemudahan dalam melakukan pelayanan dapat dilakukan dengan mudah. Baik itu dalam melakukan pemesanan layanan, kemudahan dalam bertransaksi, kemudahan pelanggan dalam melakukan pelacakan lokasi paket tanpa harus datang ke gerai, hingga paket tersebut sampai di tangan penerima. Sehingga perusahaan dapat memberikan kemudahan layanan dan dapat meningkatkan kualitas layanan melalui indikator OP1. Pada indikator OC1 "kondisi kiriman paket tidak terjadi kerusakan" memiliki loading factor sebesar 0,741 yang dapat disimpulkan bahwa indikator OP1 sangat memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Logistic Service Quality dikarenakan memiliki loading factor yang lebih dari 0,5 (loading factor > 0,5). Dalam kondisi ini pelanggan akan sangat merasa puas bila paket yang dikirim atau diterima dalam keadaan baik dan tidak terjadi kerusakan, perusahaan pun harus bisa memberikan kepercayaan terhadap pelanggan dengan memberikan jaminan bahwa paket yang dikirim tidak akan rusak dan sampai ke alamat tujuan dalam keadaan baik-baik saja. Melalui indikator ini perusahaan dapat meningkatkan dan memperbaiki kualitas layanan kepada pelanggan. Pada indikator T1 "pengiriman paket tepat waktu" memiliki loading factor sebesar 0,734 yang dapat disimpulkan bahwa indikator OP1 sangat memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Logistic Service Quality dikarenakan memiliki loading factor yang lebih dari 0,5 (loading factor > 0,5). Hal ini akan memberikan kepuasan kepada pelanggan dikarenakan paket yang dikirim akan sampai pada estimasi waktu yang telah ditentukan, maka dari itu perusahaan harus dapat memperbaiki proses pengiriman paket sehingga paket yang dikirim akan diterima sesuai dengan estimasi yang telah dijanjikan oleh perusahaan, melalui indikator ini perusahaan dapat memberikan serta dapat meningkatkan kualitas layanan kepada pelanggan.

4. Kesimpulan

Dari hasil pengolahan data, maka dapat ditarik kesimpulan, bahwa: Logistic Service Quality berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan hal ini dapat dibuktikan dengan nilai p-value dari kepuasan pelanggan yaitu sebesar 0,000 lebih kecil dari nilai 0,05 (p-value < 0,05), selain itu Logistic Service Quality juga memiliki pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas pelanggan hal ini dapat dibuktikan dengan nilai p-value dari loyalitas pelanggan yaitu sebesar 0,0001 lebih kecil dari nilai 0,05 (p-value < 0,05). Berdasarkan urutan prioritas dengan melihat nilai loading factor terbesar yang didapatkan dari Structural Equation Modeling. Jenis layanan yang dapat diperbaiki dan disarankan peneliti kepada perusahaan untuk meningkatkan kinerjanya yaitu: Indikator OP4 "saya dapat melakukan transaksi pembayaran menggunakan uang tunai, kartu debit, atau melalui aplikasi seperti (Pospay, OVO, Go-pay, dll)". Indikator OP3 "selain di kantor pos saya dapat melakukan pengiriman paket di rumah dengan menggunakan media telepon, aplikasi, dan website". Indikator OP1 "prosedur pemesanan layanan pengiriman paket sangat mudah". Indikator OC1 "kondisi kiriman paket tidak terjadi kerusakan". Indikator T1 "pengiriman paket tepat waktu".

Daftar Pustaka

- [1] Freddy, Rangkuti, "Teknik Mengukur dan Strategi Meningkatkan Kepuasan Pelanggan," Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2006.
- [2] Mardiah, A. (2019). The Influence Of Store Layout, Interior Display, And Human Variable Related To Shopping Orientation At Matahari Basko Grand Mall Padang. *Jurnal Ecogen*, 2(1), 27-33.

- [3] Sudirjo, F., Syamsuri, H., Mardiah, A., Widarman, A., & Novita, Y. (2023). Analysis of The Influence of Customer Perceived Benefit, Ease of Use and Sales Promotion on The Decision to Use Digital Wallets for ShopeePAY Customers. *Jurnal Sistim Informasi dan Teknologi*, 63-68.
- [4] Budiarto, B. W., Haes, P. E., Nawarcono, W., Mardiah, A., & Apriyono, T. (2023). The Influence Of E-Customer Satisfaction, E-Service Quality And Sales Promotion On E-Customer Loyalty Of Tokopedia Customers. *JEMSI (Jurnal Ekonomi, Manajemen, dan Akuntansi)*, 9(6), 2472-2479.
- [5] Bilgies, A. F., Tawil, M. R., Mardiah, A., & Arief, I. (2023). Analysis of The Influence of Online Consumer Reviews, Seasonal Digital Advertising and Celebrity Endorsers on Repurchase Intention of E-Commerce Consumers. *Jurnal Informasi dan Teknologi*, 26-32.
- [6] Ariawan, J., Tarigan, B. A., Mardiah, A., & Siahaan, F. S. (2023). Analysis of The Influence of Burnout, Job Satisfaction and Organizational Commitment on Turnover Intention of Electronic Manufacturer Employees in Indonesia. *JEMSI (Jurnal Ekonomi, Manajemen, dan Akuntansi)*, 9(5), 2016-2020.
- [7] Violin, V., Hasan, S., & Sufri, M. (2022). Pengaruh Konsep Low-Cost Carrier dan Kualitas Layanan terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan pada Maskapai Lion Airlines di Indonesia. *Journal of Management Science (JMS)*, 3(1), 150-160.
- [8] Violin, V. (2019). PENGARUH HARGA POKOK PRODUKSI TERHADAP VOLUME PENJUALAN PADA PT. SEMEN BOSOWA MAROS. *Jurnal Bisnis dan Kewirausahaan*, 8(2).
- [9] Gumarti, Anita, "Penerapan Metode Structural Equation Modeling Pada Analisis Tingkat Kepuasan Mahasiswa FMIPA UII Tahun 2018," Yogyakarta: Universitas Islam Indonesia, 2018.
- [10] Solehati, A., Mustafa, F., Hendrayani, E., Setyawati, K., Kusnadi, I. H., Suyoto, Y. T., & Tannady, H. (2022). Analisis Pengaruh Store Atmosphere dan Service Quality Terhadap Brand Preference (Studi Kasus Pelanggan Gerai Ritel Kopi di DKI Jakarta). *Jurnal Kewarganegaraan*, 6(2), 5146-5147.
- [11] Hyun Mi Jang, Peter B. Marlow, Kyriaki Mitroussi, "The Effect of Logistics Service Quality on Customer Loyalty through Relationship Quality in the Container Shipping Context," *Transp. J.*, vol. 52, pp. 493, 2013, <https://doi.org/10.5325/transportationj.52.4.0493>.
- [12] Sunarso, B., & Mustafa, F. (2023). Analysing the Role of Visual Content in Increasing Attraction and Conversion in MSME Digital Marketing. *Journal of Contemporary Administration and Management (ADMAN)*, 1(3), 193-200.
- [13] Mustafa, M. Y., Mustafa, F., Mustafa, R., & Mustafa, R. (2018). Japanese enterprises role on SMEs development in Indonesia: inside tobiko export and import. *Hasanuddin Economics and Business Review*, 2(2), 83-95.
- [14] Sudirjo, F., Mustafa, F., Astuti, E. D., Tawil, M. R., & Putra, A. S. B. (2023). Analysis Of The Influence Of Hedonic Motivation, Digital Devices Ease Of Use Perception, Benefits Of Digital Technology And Digital Promotion On Intention To Use Of Digital Wallets Consumers. *Jurnal Informasi Dan Teknologi*, 33-38.
- [15] Angreyani, A. D., Akbar, A., Haeruddin, M., Mustafa, M., & Mustafa, F. (2023). The Phantom Menace: A Moderation Analysis of Gender on MSMEs' Financial Literacy and Financial Performance. *Asian Research Journal of Arts & Social Sciences*, 21(2), 48-55.
- [16] Fitri, S., Wardana, Y. F. W., Mustafa, F., Sari, E. N., & Arief, I. (2023). Analysis of The Influence of Online Purchase Decisions, Digital Perceive Value of Quality and Digital Viral Marketing on Consumer Satisfaction of Skincare Products. *Jurnal Informasi dan Teknologi*, 148-152.
- [17] Dharta, F. Y., & Chaerudin, D. R. (2023, June). Using Digital Marketing Communications to Boost SMEs' Local Economic Growth in Karawang Regency. In *ICEMBA 2022: Proceedings of the International Conference on Economic, Management, Business and Accounting, ICEMBA 2022, 17 December 2022, Tanjungpinang, Riau Islands, Indonesia* (p. 101). European Alliance for Innovation.
- [18] Dharta, F. Y., Prasetyo, H., & Dema, Y. (2021). Influence of attitude on online impulse buying: perspective on marketing communication. *Jurnal Studi Komunikasi*, 5(3), 729-745.
- [19] Hos, J., Kusujarti, S., Jumintono, Upe, A., Arsyad, M., Hasniah, ... & Natanson, J. (2022). Conflict Management in Multiethnic Communities: a Case Study in Southeast Sulawesi, Indonesia. *Journal of International Migration and Integration*, 23(4), 1963-1985.
- [20] Nursanti, S., Dharta, F. Y., Chaerudin, C., Syam, S. P., & Purnama, R. N. (2022). Generation z's perceptions of health information about the Covid-19. *Jurnal Studi Komunikasi*, 6(2), 587-602.
- [21] Siswanto, A., Pratiwi, R., Rokhmawati, D., & Dharta, F. Y. (2023). Analysis Of Determinant Factors Employee Performance Of Directorate General Of Intellectual Property Rights Republic Of Indonesia. *JEMSI (Jurnal Ekonomi, Manajemen, dan Akuntansi)*, 9(6), 2493-2498.
- [22] Turyadi, I., Zulkifli, Z., Tawil, M. R., Ali, H., & Sadikin, A. (2023). The Role Of Digital Leadership In Organizations To Improve Employee Performance And Business Success. *Jurnal Ekonomi*, 12(02), 1671-1677.

- [23] Suriadi, S., Rafid, M., Zulkifli, Z., Abdurrohman, A., & Damirah, D. (2023). The Influence of Organizational Culture, Work Environment and Work Discipline on Job Satisfaction of Teachers at Boarding School. *Journal on Education*, 5(4), 14777-14781.
- [24] Aziz, F., Mayasari, N., Sabhan, S., Zulkifli, Z., & Yasin, M. F. (2022). The Future of Human Rights in the Digital Age: Indonesian Perspectives and Challenges. *Journal of Digital Law and Policy*, 2(1), 29-40.
- [25] Sutrisno, S., Wulandari, W., Violin, V., Supriyadi, A., & Tawil, M. R. (2023). Prioritization of the Best Online Platform for MSMEs Using Simple Additive Weighting Method. *Journal on Education*, 5(3), 10265-10275.
- [26] Violin, V. (2022). Influence Leadership, Competence and Motivation To Performance Employee Service Health Regency Bay Bintuni West Papua Province. *J. Adm. J. Pemikir. Ilm. dan Pendidik. Adm. Perkantoran*, 9(2), 305-310.
- [27] Japariato, Edwin, “*Pengaruh Logistics Service Quality Terhadap Customer Retention Dengan Customer Satisfaction Sebagai Variabel Intervening Pada Industri Ekspedisi Laut di Surabaya*,” Surabaya: Universitas Kristen Petra, 2018.
- [28] Juliati, S. W. H. A, “*Analisis Pengaruh Logistics Service Quality Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan Pada Perusahaan Logistik Jalur Nugraha Ekakurir (JNE)*,” Batam: Politeknik Negeri Batam, 2019.
- [29] Lehtinen, Uolevi, dan Jarmo R Lehtinen, “*Service Quality: A Study of Quality Dimensions. Working Paper Service Managemen Institute*,” Helsinki, 1983.
- [30] Tjiptono, Fandy, “*Prinsip-prinsip Total Quality Service*,” Yogyakarta: Andi, 2005.