



## Pengaruh Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan Terhadap Layanan Jasa Pembayaran (QRIS) (Studi pada Usaha Dkriuk Fried Chicken Tangerang-Serang)

Vera Maria<sup>1\*</sup>, Afrian Setiawan<sup>2</sup>, Agung Farrel Ramdhani<sup>3</sup>, Finanti Ayu Fadhillah<sup>4</sup>,  
Naswha Nurika Putri<sup>5</sup>

<sup>1-5</sup> Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Sultan Ageng Tirtayasa, Indonesia

Alamat: Jalan Raya Palka No.Km.3, Sindangsari, Kec. Pabuaran, Kota Serang, Banten 42163

Korespondensi penulis: [vera.maria@untirta.ac.id](mailto:vera.maria@untirta.ac.id)

**Abstract:** *This study aims to identify the satisfaction and loyalty of Dkriuk Fried Chicken customers to financial services (QRIS) in the Serang and Tangerang areas. QRIS payment services greatly facilitate customers in payment transactions. This research uses quantitative methods by administering questionnaires to Dkriuk Fried Chicken customers. Data from questionnaires that have been collected are analyzed using a descriptive statistical analysis approach to determine the level of customer satisfaction and loyalty to QRIS payment services at Dkriuk Fried Chicken businesses in the Tangerang - Serang area. The results showed that QRIS payment services at the Dkriuk Fried Chicken business had a positive impact on its customers. Customer satisfaction with QRIS payment services can be seen from the ease of paying and customer loyalty can be seen from their sense of security in payment.*

**Keywords:** *Customer satisfaction, customer loyalty, payment services (QRIS), Dkriuk Fried Chicken*

**Abstrak:** Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi kepuasan dan loyalitas para pelanggan Dkriuk Fried Chicken terhadap layanan jasa pembayaran (QRIS) di wilayah Serang dan Tangerang. Layanan pembayaran QRIS sangat memudahkan pelanggan dalam transaksi pembayaran. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan memberikan kuesioner kepada pelanggan Dkriuk Fried Chicken. Data dari kuesioner yang sudah terkumpul di analisis menggunakan pendekatan analisis statistik deskriptif untuk mengetahui tingkat kepuasan serta loyalitas pelanggan terhadap layanan jasa pembayaran QRIS pada usaha Dkriuk Fried Chicken di wilayah Tangerang dan Serang. Hasil penelitian menunjukkan bahwa layanan jasa pembayaran QRIS pada usaha Dkriuk Fried Chicken memberikan dampak yang positif terhadap pelanggannya. Kepuasan pelanggan pada layanan pembayaran QRIS terlihat dari kemudahan dalam pembayaran dan loyalitas pelanggan terlihat dari rasa aman mereka dalam melakukan transaksi pembayaran.

**Kata kunci:** Kepuasan pelanggan, loyalitas pelanggan, layanan jasa pembayaran (QRIS), Dkriuk Fried Chicken

### 1. PENDAHULUAN

#### Latar Belakang

Pada era teknologi 4.0 saat ini, transformasi bisnis dengan penggunaan teknologi dapat memudahkan para pebisnis untuk berinovasi dalam membangun sebuah bisnis. Salah satu inovasi teknologi yang sangat digaungkan oleh para pebisnis adalah layanan jasa pembayaran QRIS.

QRIS, atau 'Quick Response Code Indonesia' merupakan sebuah inovasi pembayaran digital yang telah dikembangkan oleh Bank Indonesia. Manfaat dari penggunaan QRIS, yaitu dapat memudahkan transaksi, transaksi menjadi lebih cepat, dan keamanan transaksi menjadi lebih terjamin. Oleh karena itu, penggunaan layanan jasa pembayaran QRIS sangat direkomendasikan bagi para pebisnis guna memberikan

kontribusi bagi masyarakat atau pelanggan kita dalam kegiatan bertransaksi sehari-hari.

Usaha makanan fast food, yaitu fried chicken atau ayam goreng krispi, sangat diminati oleh pelaku usaha kuliner belakangan ini. Bahan baku yang relatif mudah didapatkan dan kebutuhan modal yang cukup terjangkau. Terlebih lagi, bisnis fried chicken mempunyai peluang untung yang sangat menjanjikan. Namun demikian, seyogianya para pebisnis tidak cukup mementingkan kepentingan internal saja, yakni kepentingan profit/laba, tetapi juga harus mampu memberdayakan dan memberikan berbagai kemudahan kepada pelanggannya.

Salah satu usaha fried chicken yang terkenal dan diminati oleh masyarakat Indonesia adalah Dkriuk Fried Chicken. Dkriuk Fried Chicken senantiasa berkomitmen memberikan inovasi menu makanan yang menarik bagi pelanggan, tentu saja sesuai dengan lidah masyarakat Indonesia. Menu-menu yang disediakan oleh Dkriuk Fried Chicken adalah menu yang bergizi, halal, dan tentu saja aman dikonsumsi bagi para pelanggan. Namun, tidak cukup sampai di situ, Dkriuk Fried Chicken juga memberikan inovasi dalam transaksi pembayaran, yakni dengan menggunakan layanan jasa pembayaran QRIS guna memberikan kemudahan pembayaran kepada konsumen Dkriuk Fried Chicken.

Peneliti mencoba mengidentifikasi pengaruh kepuasan dan loyalitas pelanggan terhadap layanan jasa pembayaran QRIS yang disediakan oleh Dkriuk Fried Chicken. Penelitian ini bertujuan untuk memberikan saran dan kontribusi kepada usaha Dkriuk Fried Chicken guna meningkatkan daya saing usaha dan memberikan dorongan inovasi yang berorientasi ke masa depan untuk pertumbuhan usaha Dkriuk Fried Chicken yang maju dan berhasil secara berkelanjutan.

### **Rumusan Masalah**

Dkriuk Fried Chicken dalam tahun ke tahun senantiasa memberikan inovasi-inovasi yang menarik bagi para konsumennya. Tidak hanya inovasi menu makanan saja, tetapi salah satunya adalah dengan pemberian layanan jasa pembayaran QRIS. Lebih lanjut, penelitian ini akan mengidentifikasi pengaruh kepuasan dan loyalitas pelanggan terhadap layanan jasa pembayaran QRIS di usaha Dkriuk Fried Chicken. Menarik untuk diamati, seberapa puas dan minat pelanggan terhadap layanan jasa pembayaran QRIS yang disediakan oleh Dkriuk Fried Chicken.

### **Tujuan Penelitian**

Berhubungan mengenai rumusan masalah di atas, tujuan dari penelitian ini adalah guna mengetahui sejauh mana kepuasan dan loyalitas pelanggan terhadap layanan pembayaran QRIS dipengaruhi oleh karakteristik masalah di atas. Penelitian ini

menggunakan metodologi kuantitatif deskriptif untuk menguji dua faktor:

- a. Kepuasan Pelanggan
- b. Loyalitas Pelanggan

## **2. LANDASAN TEORI**

### **Kepuasan Pelanggan**

Kepuasan pelanggan, menurut Fatihudin dan Firmansyah (2019;206), merupakan ukuran seberapa senang pelanggan atau pengguna bisnis dengan produk atau jasa yang ditawarkan oleh perusahaan. Menurut Asti & Ayuningtyas (2020;4), kepuasan pelanggan adalah penilaian menyeluruh manfaat produk oleh pelanggan berdasarkan apa yang mereka terima dan tanggapan mereka tentang pemenuhan kebutuhan. Menurut mereka, kepuasan pelanggan adalah perbandingan antara harapan terhadap persepsi pengalaman (dirasakan/diterima).

Kotler et al. (2021;729) menyatakan bahwa kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk yang dipikirkan dengan kinerja yang diharapkan. Tingkat perasaan pelanggan setelah membandingkan apa yang mereka harapkan dari suatu produk dengan apa yang mereka terima dari produk tersebut disebut kepuasan pelanggan Trilaksono, AI, dan Prabowo, B (2023;104). Jika pembeli merasa puas dengan nilai yang diberikan oleh barang atau jasa tersebut dan perusahaan bersedia memenuhi keinginan pembeli dengan cara yang diharapkan, pembeli akan merasa puas. Jika produk memiliki nilai tambahan, pembeli akan merasa lebih puas dan lebih bahagia.

Kepuasan pelanggan terbentuk ketika produk atau jasa dibandingkan dengan harapan pelanggan. Jika produk atau layanan memenuhi atau melebihi harapan pelanggan, pelanggan cenderung merasa puas, yang dapat meningkatkan loyalitas pelanggan di masa depan. Oleh karena itu, perusahaan harus mempertimbangkan cara meningkatkan pengalaman pelanggan dan produk mereka untuk mencapai kepuasan yang tinggi.

### **Loyalitas Pelanggan**

Menurut Fatihudin dan Firmansyah (2019;210), loyalitas pelanggan adalah ketika pelanggan membeli barang atau jasa tertentu lagi daripada memilih merek pesaing atau menggunakan layanan mereka saat ini. Loyalitas pelanggan adalah hasil, menurut Kolonio dan Soepono (2019;833).dari kepuasan pelanggan terhadap sebuah produk atau jasa tertentu, loyalitas ini menguntungkan perusahaan karena pelanggan yang setia akan membeli produk perusahaan lagi dan lagi.

Menurut Rahma Yulita et al. (2022;47) Loyalitas pelanggan merupakan komitmen pelanggan terhadap suatu merek, toko, atau pemasok yang didasarkan pada sikap yang sangat positif dan tercermin dalam pembelian yang berulang dan konsisten. Dengan adanya loyalitas pelanggan, bisnis dapat membangun hubungan jangka panjang dengan pelanggan agar dapat bersaing dengan baik.

Salah satu tujuan utama pemasaran kontemporer, menurut Putri et al. (2021;30), adalah loyalitas pelanggan. Ini karena, menurut Septyarani & Nurhadi (203;49), loyalitas pelanggan adalah kegiatan yang sangat penting bagi perusahaan karena sangat penting untuk keberlangsungan hidup perusahaan. Sementara itu, dengan adanya loyalitas, diharapkan perusahaan akan memperoleh keuntungan jangka panjang dari hubungan mutualisme yang telah terjalin selama waktu yang cukup lama.

Beberapa tanda loyalitas pelanggan, menurut Fitri Rahmadani dan Made Suardana (2019;125), adalah sebagai berikut: pembelian ulang: pelanggan yang setia akan membeli suatu produk atau jasa yang sama berulang kali; rekomendasi: pelanggan yang setia akan merekomendasikan produk atau jasa yang sama kepada orang lain; dan tidak berniat untuk pindah: pelanggan yang setia akan terus menggunakan produk, jasa, atau merek yang mereka gunakan saat ini.

### **3. BAHAN DAN METODE**

#### **Metode Penelitian**

Penelitian ini menggunakan Penelitian pustaka dan Kuantitatif Deskriptif

##### **a. Penelitian Pustaka**

Dalam menyusun jurnal ini kami membaca jurnal yang berhubungan dengan pembahasan jurnal ini yaitu kepuasan dan loyalitas pelanggan.

##### **b. Kuantitatif Deskriptif**

Dalam menyusun jurnal ini, kami menggunakan pendekatan kuantitatif dengan menyebarkan kuesioner dan sifat penelitian deskriptif dengan menjabarkan tingkat kepuasan serta loyalitas pelanggan terhadap layanan pembayaran QRIS pada usaha Dkriuk Fried Chicken di wilayah Tangerang - Serang.

#### **Sampel Penelitian**

Populasi penelitian yang digunakan adalah pelanggan Dkriuk Fried Chicken yang menggunakan layanan jasa pembayaran QRIS di wilayah Tangerang- Serang. Peneliti mengambil sampel yang berjumlah 87 responden, yang diharapkan dapat memberikan

gambaran yang representatif untuk digunakan sebagai pengujian penelitian.

### **Pengambilan data**

Peneliti mengambil data dengan cara menyebarkan kuesioner kepada para pelanggan Dkriuk Fried Chiken di wilayah Tangerang – Serang dengan jumlah sampel 87 responden.

## **4. HASIL DAN PEMBAHASAN**

Berdasarkan hasil pengumpulan data, menunjukkan bahwa 87 orang adalah responden dari kuisisioner terstruktur yang disebarkan melalui formulir Google. Kuisisioner yang akan digunakan terdiri atas 3 pertanyaan tentang indikator kepuasan pelanggan dan 3 pertanyaan pernyataan mengenai indikator loyalitas pelanggan yang diajukan kepada pembeli atau customer Dkriuk Fried Chicken di wilayah Tangerang-Serang.

### **Karakteristik Responden**

Berdasarkan jenis kelamin, 59 orang (67,82%) merupakan responden perempuan, dan 28 orang (32,18%) merupakan responden laki-laki. Dengan hal ini, dapat dibuktikan bahwa responden perempuan lebih banyak terlibat dalam penelitian daripada responden laki-laki, dengan selisih 31 orang, atau 35,63% dari total responden.

Berdasarkan usia, terdapat 6 kelompok, yaitu 17,18,19,20,28 dan 30 tahun. Responden penelitian yang berumur 17 tahun terdapat 6 orang (6,9%), responden yang berumur 18 tahun terdapat 49 orang (56,32%), responden yang berumur 19 tahun terdapat 28 orang (32,18%), responden yang berumur 20 tahun terdapat 2 orang (2,3%), yang terakhir responden yang berumur 28 dan 30 tahun masing-masing hanya terdapat 1 orang (1,15%). Hal ini menunjukkan bahwa responden yang berumur 18 tahun lebih banyak berkontribusi terhadap penelitian.

### **Uji Reliabilitas**

Uji reliabilitas instrumen penelitian ditujukan untuk mengevaluasi kredibilitas kuisisioner yang digunakan untuk mengumpulkan data (Dewi & Sudaryanto, 2020;75). Alpha Cronbach digunakan untuk menguji reliabilitas. Putri menyatakan bahwa jika suatu variabel memiliki nilai Alpha Cronbach lebih dari 0,60, maka variabel tersebut tersebar (Dewi & Sudaryanto, 2020;75).

Dengan mempertimbangkan tabel reliabilitas dan ketentuan bahwa nilai Alpha Cronbach kuisisioner harus lebih dari 0,60, dengan ini dapat diambil kesimpulan bahwa kuisisioner yang dibuat oleh peneliti adalah valid dan masuk ke dalam kategori sedang.

**Uji Validitas**

**Tabel 2** Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Kode	Indikator	<i>Cronbach Alpha</i>
Kepuasan Pelanggan	CSAT1	Tingkat kepuasan penggunaan layanan QRIS untuk pembayaran	0,738
	CSAT2	Pembayaran menggunakan QRIS mudah dilakukan	
	CSAT3	Tingkat keamanan transaksi pembayaran saat menggunakan QRIS	
Loyalitas Pelanggan	CL1	Kemungkinan kembali menggunakan layanan QRIS di Dkriuk Fried Chicken	0,617
	CL2	Akan merekomendasikan Dkriuk Fried Chicken kepada orang lain	
	CL3	Seberapa sering menggunakan QRIS dibandingkan metode pembayaran lain	

Pada Tabel di atas, dapat diidentifikasi bahwa secara keseluruhan, nilai r-Tabel adalah 0,213, atau r-Hitung lebih besar daripada r-Tabel; apabila nilai r-Hitung yang diuji lebih besar daripada r-Tabel, maka indikator pernyataan dalam penelitian ini adalah valid.

Uji validitas adalah proses identifikasi dan evaluasi ketepatan alat ukur untuk mengukur suatu item. Menurut Sugiyono dalam jurnal Dewi & Sudaryanto, (2020;132), uji validitas kusioner dapat dianggap valid jika setiap komponennya dapat digunakan untuk menjelaskan dan menentukan metrik yang akan diukur. Selain itu, jika hasilnya lebih besar dari rtabel, maka uji validitas kusioner dapat dianggap valid.

Dalam penelitian ini, 87 sampel diambil sebagai responden, dengan nilai derajat yang signifikan 0,05. Karena DF sampel r merupakan N-2, nilai r-tabel (85) adalah 0,213.

Oleh karena itu, pernyataan dianggap valid apabila nilai CSAT dan CL lebih besar dari 0,213.

### Analisis Deskriptif

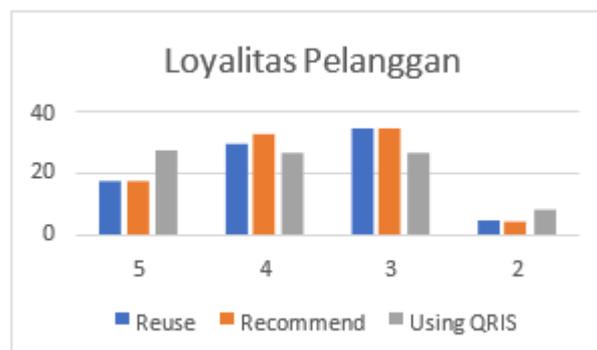
**Tabel 2 Uji Validitas**

Variabel	Indikator	r-hitung	r-tabel	Keterangan
Kepuasan Pelanggan	CSAT1	0,869	0,213	✓
	CSAT2	0,788	0,213	✓
	CSAT3	0,773	0,213	✓
Loyalitas Pelanggan	CL1	0,833	0,213	✓
	CL2	0,688	0,213	✓
	CL3	0,739	0,213	✓

Analisa deskriptif dilakukan untuk menilai karakteristik data. Tujuannya adalah untuk menggunakan data kuantitatif yang diukur guna memberikan gambaran sistematis dari karakteristik populasi yang disajikan oleh sampel.

### Kepuasan Pelanggan

Berdasarkan hasil kuesioner diperoleh data terbanyak 43 (49,425%) orang merasa sangat puas dengan layanan pembayaran QRIS, 32 (36,78%) orang merasa puas dengan layanan pembayaran QRIS, 55 (63,218%) orang merasa pembayaran menggunakan QRIS sangat mudah dilakukan, 42 (42,875%) orang merasa aman dalam menggunakan pembayaran QRIS, 26 (29,885%) orang merasa cukup aman dalam menggunakan pembayaran QRIS, 26 (29,885%) orang merasa cukup aman dalam menggunakan pembayaran QRIS. Hasil uji coba kepuasan pelanggan menunjukkan bahwa layanan pembayaran QRIS membuat pelanggan sangat puas.



**Gambar 1**

Keterangan :

5 : Sangat (Puas/Mudah/Aman) 4 : Puas/Mudah/Aman

3 : Cukup (Puas/Mudah/Aman)

**Tabel 3**

Kepuasan:	Kemudahan:	Keamanan:
5: 43 Responden	5: 55 Responden	5: 26 Responden
4: 32 Responden	4: 24 Responden	4: 42 Responden
3: 12 Responden	3: 8 Responden	3: 19 Responden

### **Loyalitas Pelanggan**

Berdasarkan hasil kuesioner diperoleh data terbanyak 8 (53,33%) orang merasa berkemungkinan besar akan kembali menggunakan layanan QRIS di Dkriuk Fried Chicken, 5 (33,33%) orang sangat merekomendasikan Dkriuk Fried Chicken kepada orang lain, 6 (40%) orang merekomendasikan Dkriuk Fried Chicken kepada orang lain, 9 (60%) orang sering menggunakan QRIS dibandingkan metode pembayaran lain. Hasil uji coba loyalitas pelanggan menunjukkan bahwa pelanggan memiliki tingkat loyalitas yang tinggi pada usaha Dkriuk Fried Chicken.

Keterangan :

Reuse: Kembali menggunakan QRIS Recommend: Merekomendasikan kepada orang lain

Using QRIS: Frekuensi penggunaan QRIS dibandingkan pembayaran lain

5: Sangat (Besar/Merekomendasikan/Sering) 4: Besar/Merekomendasikan/Sering

3: Cukup (Besar/Merekomendasikan), Kadang-kadang

2: Kecil/Tidak merekomendasikan/Jarang

**Tabel 4**

Reuse:	Recommend:	Using QRIS:
5: 17 Responden	5: 17 Responden	5: 27 Responden
4: 29 Responden	4: 32 Responden	4: 26 Responden
3: 34 Responden	3: 34 Responden	3: 26 Responden
2: 6 Responden	2: 4 Responden	2: 8 Responden

## **5. PENUTUP**

### **Kesimpulan**

Masalah utama dalam penelitian ini, yaitu Peneliti ingin mengidentifikasi seberapa besar pengaruh layanan jasa pembayaran QRIS yang memengaruhi kepuasan dan loyalitas pelanggan Dkriuk Fried Chicken.

- a. Semua responden merasa puas dalam melakukan pembayaran QRIS di usaha Dkriuk Fried Chicken dengan alasan mudah dan aman ketika melakukan transaksi pembayaran QRIS.
- b. Sebagian besar responden memiliki tingkat kesetiaan yang baik pada layanan pembayaran QRIS di usaha Dkriuk Fried Chicken dengan alasan sering dan akan kembali menggunakan serta merekomendasikan layanan pembayaran QRIS pada orang lain.

### **Saran**

Berdasarkan hasil dan pembahasan di atas, Peneliti memberikan saran-saran yang dapat dipertimbangkan bagi para pebisnis usaha Dkriuk Fried Chicken guna meningkatkan kepuasan dan loyalitas pelanggan terhadap layanan jasa pembayaran QRIS. Faktor kepuasan dan loyalitas pelanggan menjadial yang utama dalam keberhasilan usaha Dkriuk Fried Chicken. Oleh karena itu, Dkriuk Fried Chicken harus tetap konsisten dalam menyediakan layanan jasa pembayaran QRIS guna meningkatkan kepuasan dan loyalitas pelanggan Dkriuk Fried Chicken.

### **DAFTAR PUSTAKA**

- Asti, E., & Ayuningtyas, E. (2020). Pengaruh kualitas pelayanan, kualitas produk dan harga terhadap kepuasan konsumen. *EKOMABIS: Jurnal Ekonomi Manajemen Bisnis*, 1(01), 1–14.
- Dewi, S. K., & Sudaryanto, A. (2020). Validitas dan reliabilitas kuisisioner pengetahuan, sikap dan perilaku pencegahan demam berdarah. *Prosiding Seminar Nasional Keperawatan Universitas Muhammadiyah Surakarta 2020*, 75.
- Fatihudin, D., & Firmansyah, M. A. (2019). *Pemasaran jasa: Strategi, mengukur kepuasan, dan loyalitas pelanggan*. 206–210.
- Fitri Rahmadani, & Made Suardana, H. S. (2019). Pengaruh kualitas pelayanan, produk, harga dan lokasi terhadap loyalitas pelanggan dengan kepuasan pelanggan sebagai variabel intervening pada UD. Eva Group Mataram. *Valid Jurnal Ilmiah*, 16(1), 124–135.
- Heruwasto, I., & Aprilia, A. W. (2012). Faktor penentu kepuasan dan loyalitas pelanggan dalam layanan jasa penerbangan: Studi pada pengguna Lion Air. *Jurnal Manajemen Usahawan Indonesia*, 41(4), 421–435.
- Janna, N. M., & Herianto, H. (2021). Konsep uji validitas dan reliabilitas dengan menggunakan SPSS.
- Kolonio, J., & Soepeno, D. (2019). Dampak service quality, trust, dan consumer satisfaction bagi consumer loyalty pada CV. Sarana Marine Fiberglass. *Jurnal EMBA*, 7(1), 831–840.

**PENGARUH KEPUASAN DAN LOYALITAS PELANGGAN TERHADAP LAYANAN JASA  
PEMBAYARAN (QRIS)  
(STUDI PADA USAHA DKRIUK FRIED CHICKEN TANGERANG-SERANG)**

- Kotler, P., Keller, K. L., Ang, S. H., Tan, C. T., & Leong, S. M. (2021). *Marketing management: An Asian perspective*.
- Masunggang, E. T., Apriani, E., Martaria, L., Zuntika, S., & Syahputro, S. B. (2024). Pengaruh kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan pada Saturasi Coffee Dealer. *Jurnal Adijaya Multidisplin*, 1(06), 1246–1253.
- Maulidiah, E. P., Survival, S., & Budiantono, B. (2023). Pengaruh fasilitas terhadap kualitas pelayanan serta implikasinya pada kepuasan pelanggan. *Jurnal Economina*, 2(3), 727–737.
- Oktavia, Y., & Sudarwanto, T. (2023). Pengaruh brand image dan brand awareness terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan sebagai variabel intervening pada konsumen produk kecantikan Wardah di Kota Surabaya. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 11(2), 240–252.
- Putri, F. K., Tumbel, A. L., & Djemly, W. (2021). Pengaruh kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan pada PT. Matahari Department Store di Mantos 2. *Jurnal EMBA*, 9(1), 1428–1438.
- Rahma, Y., Safrizal, & Aritonang, S. (2022). Pengaruh kualitas layanan dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan pada Bengkel Parna Jaya Motor. *Jurnal Akuntansi dan Manajemen Bisnis*, 2(2), 141–148. <https://doi.org/10.56127/jaman.v2i2.243>
- Rosita, E., Hidayat, W., & Yuliani, W. (2021). Uji validitas dan reliabilitas kuesioner perilaku prososial. *FOKUS (Kajian Bimbingan & Konseling dalam Pendidikan)*, 4(4), 279–284.
- Santoso, B. A. (2020). Pengaruh kepercayaan, kemudahan penggunaan dan manfaat yang dirasakan pada sikap nasabah terhadap layanan mobile banking.
- Sari, A. K. (2024). Pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan dengan kepuasan pelanggan sebagai variabel moderator pada penumpang BRT Trans Semarang Koridor VII. *Universitas Semarang, Skripsi*, 19–25.
- Septyarani, T. A., & Nurhadi, N. (2023). Pengaruh kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan. *Widya Cipta: Jurnal Sekretari dan Manajemen*, 7(2), 218–227.
- Sugiyono. (2017). *Metodologi penelitian kuantitatif, kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Trilaksono, A. I., & Prabowo, B. (2023). Analisis pengaruh experiential marketing terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan sebagai variabel intervening. *Reslaj: Religion Education Social Laa Roiba Journal*, 5(1), 101–112.
- Widjanarko, W., Saputra, F., & Hadita, H. (2023). Analisis keputusan pembelian dan loyalitas pelanggan terhadap voucher gratis ongkos kirim e-commerce Shopee Indonesia. *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 4(5), 678–685.