Journal of Innovative and Creativity
Journal Homepage: https://joecy.org/index.php/joecy
e-mail: journaljoecy@gmail.com

Faculty of Education
University of Pahlawan Tuanku Tambusai
ISSN 2775-771X (Online)
ISSN 2962-570X (Printed)
6 (1) 2026, Page: 17069-17075

The Influence of Service Quality, Delivery Facilities, and Customer Satisfaction on the Loyalty of J&T Cargo Tugumulyo Service Users

Pengaruh Kualitas Layanan,Fasilitas Pengiriman Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pengguna Jasa J&T Cargo Tugumulyo

Rizky febri saputra [1]),Dr.Herman paleni,SE.,Msi [2])Muhammad efendi SE.,Msi[3]) Surajiyo,SE.,MM[4])
[1])Ilmu ekonomi dan sosial humaniora
[2]) Universitas Bina Insan.
Email: [1]) rr2395360@gmail.com [2])Herman_paleni@gmail.com [3])Muhammad efendi@gmail.com [4])Surajiyo@gmail.com

Published: March, 2026

ABSTRACT

This research aims to determine the influence of service quality, delivery facilities and customer satisfaction on the loyalty of J&T Cargo Tugumulyo service users. In this study, the population and sample in question were customers using J&T Cargo Tugumulyo services, totaling 99 people. The results of testing hypothesis 1 show that the quality of service has a partially significant influence on user loyalty in J&T Cargo Tugumulyo, Musi Rawas Regency, hypothesis 1 is accepted as having a thitung value of 5,782 which is greater than the ttable value of 1,984. Then the results of hypothesis 2 testing showed that the delivery facility had a partially significant influence on user loyalty in J&T Cargo Tugumulyo, Musi Rawas Regency, hypothesis 2 received a thitung value of 5,435 greater than the ttable value of 1,984. Furthermore, the results of testing hypothesis 3 show that customer satisfaction has a partially significant influence on user loyalty in J&T Cargo Tugumulyo, Musi Rawas Regency, hypothesis 3, accepted that the thitung value is 3,478 greater than the ttable value of 1,984. The results of simultaneous testing of hypothesis 4 show that the quality of service, delivery facilities and customer satisfaction have a simultaneous significant influence on user loyalty in J&T Cargo Tugumulyo, Musi Rawas Regency, hypothesis 4 was accepted based on the output results obtained a calculated value of 19.046 > ftable 2.6802, then Ho was rejected and Ha was accepted as having a very significant influence

Keywords : Service quality,delivery facilities,and customer satisfaction on the loyalty of J&T Cargo

© The Author(s). 2021 Open Access This article is licensed under a Creative Commons Atibution 4.0 International License, which permits use, sharing, adaptation, distribution and reproduction in any medium or format, as long as you give appropriate credit to the original author(s) and the source, provide a link to the Creative Commons licence, and indicate if changes were made. The images or other third party material in this article are included in the article's Creative Commons licence, unless indicated otherwise in a credit line to the material. To view a copy of this licence, visit http://creativecommons.org/licenses/by/4.0

PENDAHULUAN

Perkembangan penjualan online di Indonesia ditandai dengan berkembangnya perusahaan jasa pengiriman diiringi pula tingginya tingkat pembelian online oleh masyarakat, lalu lintas uang dan barang dalam arus perdagangan. Banyaknya masyarakat yang mengirim barang dari tempat jauh membuat jasa ini menjadi sangat penting. Saat ini perusahaan jasa pengiriman jalur darat jumlahnya cukup banyak dari perusahaan berskala kecil sampai perusahaan berskala besar yang memiliki kantor cabang di mancanegara. Meyakinkan pelanggan dalam menggunakan fasilitas maupun jasa pelayanan jalur darat tidaklah mudah, salah satu caranya dengan memanfaatkan perilaku loyalitas pelanggan. Pemanfaatan loyalitas pelanggan ini disebabkan oleh efek jangka panjang loyalitas itu sendiri, dengan harapan pelanggan tetap menggunakan jasa pengiriman tersebut secara terus-menerus dan berulang-ulang. Hal ini dijelaskan oleh (Gaol, 2020) yang mengatakan bahwa loyalitas pelanggan didefinisikan sebagai orang yang membeli, khususnya yang membeli secara teratur dan berulang-ulang.

Loyalitas pelanggan merupakan salah satu faktor utama yang menentukan keberlanjutan bisnis dalam industri jasa pengiriman. Untuk mempertahankan dan meningkatkan loyalitas pelanggan, perusahaan harus memperhatikan faktor-faktor yang memengaruhi kepuasan dan kesetiaan pelanggan,

seperti kualitas layanan, fasilitas pengiriman, serta kepuasan pelanggan terhadap layanan yang diberikan (Gaol, 2020).

Kualitas pelayanan yang harus dimiliki setiap perusahaan bisnis jasa. Kualitas layanan dalam industri pengiriman berperan penting dalam membentuk persepsi pelanggan terhadap perusahaan. kualitas layanan yang baik mencakup ketepatan waktu pengiriman, keamanan barang, kemudahan akses informasi, serta pelayanan pelanggan yang responsif. Menurut parasuraman et.al (Gaol, 2020) kualitas layanan dapat diukur melalui dimensi *servqual*, yaitu *reliability* (keandalan), *responsiveness* (daya tanggap), *assurance* (jaminan), *empathy* (empati), dan *tangibles* (bukti fisik).

Selain itu, fasilitas pengiriman juga menjadi aspek penting dalam meningkatkan loyalitas pelanggan. Fasilitas yang dimaksud mencakup keberadaan gudang yang memadai, armada pengiriman yang cukup, ruangan yang baik cenderung pelanggan lebih loyal terhadap perusahaan jasa. Ketepatan waktu pengiriman barang juga merupakan hal yang penting untuk dapat memberikan kepuasaan kepada pelanggan yang menggunakan jasa pengiriman barang. Penurunan kepuasan pelanggan seringkali terjadi saat barang tidak dikirim tepat waktu. Salah satu hal tersebut dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan karena barang sampai kepada pelanggan lewat dari estimasi tibanya barang (Handayani et al., 2024).

Kemudian kepuasan pelanggan menjadi faktor kunci dalam mempertahankan dan meningkatkan loyalitas pelanggan pangsa pasar. hal utama agar tetap bersaing di era saat ini, memastikan kepuasan pelanggan, kepuasan pelanggan merupakan pokok paling utama bahwa produk dan jasa yang tersedia akan memenuhi harapan pelanggan dan bisa tetap bersaing. pelanggan merupakan raja yang perlu dilayani, namun dengan demikian tidak dapat diartikan bahwa semua dapat diberikan terhadap pelanggan, upaya memenuhi kepuasaan kebutuhan pelanggan perlu dilakukan dengan saling senang, yang berarti adanya kepuasaan antara pelanggan dan perusahaan serta tidak ada yang dirugikan antara satu sama lain (Sari, 2023).

Perusahaan J&T Cargo Tugumulyo merupakan perusahaan yang bergerak dibidang jasa pengiriman barang ke seluruh Indonesia. Perusahaan J&T Cargo Tugumulyo memiliki tekad untuk bisa bersaing dengan perusahaan-perusahaan penyedia layanan pengiriman barang lainnya di Indonesia. Berdasarkan hasil survey awal dilapangan bahwa J&T Cargo Tugumulyo masih kurang optimal loyalitas pelanggan terhadap perusahaan. Fenomena yang terjadi diantaranya kualitas pelayanan yang seringkali pelanggan mengeluh dan menilai pelayanan yang diberikan kurangnya konfirmasi dari kurir mengenai paket yang sudah sampai sehingga paketnya dikembalikan ke J&T tanpa konfirmasi terlebih dahulu, kemudian mengenai ketepatan waktu adanya komplain keterlambatan dari pelanggan yang barangnya melewati perkiraan waktu yang ditentukan.

Selanjutnya Fasilitas pengiriman yang disediakan kurang memenuhi kebutuhan, seperti lokasi yang kurang strategis sehingga pelanggan yang datang membawa kendaraan roda empat kesulitan dalam memarkir kendaraannya. Ini menjadi hal penting yang perlu diperhatikan oleh J&T Cargo Tugumulyo. Fasilitas ruang tunggu kurang nyaman, Ketepatan waktu pengiriman. Dari segi kepuasan pelanggan yaitu kepuasan terhadap ketepan waktu pengiriman, kepuasan terhadap pelayanan karyawan seperti waktu administrasi pengiriman masih agak lama, kepuasan terhadap kondisi fasilitas dan penanganan barang seperti ruangan yang kotor, keterbatasan tempat duduk yang disediakan untuk pelanggan.

LANDASAN TEORI

Kualitas layanan

Menurut (Susilo & Satrya, 2019) Kualitas layanan merupakan faktor krusial dalam industri jasa pengiriman, kualitas pelayanan adalah upaya untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaiannya guna memenuhi harapan pelanggan.

Dari beberapa pendapat para ahli dapat disimpulkan secara keseluruhan, pemahaman tentang kualitas layanan menekankan pentingnya pemenuhan kebutuhan dan harapan pelanggan melalui layanan yang andal, tepat waktu, dan responsif

Fasilitas pengiriman

Menurut (Sari, 2023) Fasilitas pengiriman adalah layanan atau sarana yang disediakan oleh perusahaan atau penyedia jasa logistik untuk mengirimkan barang atau dokumen dari satu lokasi ke lokasi lain. Fasilitas ini mencakup berbagai aspek, seperti jenis layanan pengiriman (reguler, ekspres, same-day, dll.), metode transportasi (darat, laut, udara), serta fitur tambahan seperti pelacakan paket, asuransi, dan

layanan pelanggan.Fasilitas pengiriman bertujuan untuk mempermudah proses distribusi barang secara efisien dan aman, baik untuk kebutuhan bisnis maupun individu

Dari beberapa pengertian di atas dapat disimpulkan bahwa fasilitas pengiriman adalah segala sesuatu yang memudahkan kegiatan usaha atau pekerjaan untuk mencapai tujuan. Penyediaan fasilitas memegang peranan penting dalam perkembangan perusahaan di masa depan. Oleh karena itu, perusahaan jasa harus memberikan fasilitas terbaik bagi konsumen

Kepuasan pelanggan

Menurut Fitzsimmons (2014) *"Satisfaction is the consumer's fulfillment response. It is a judgement that the product or service feature, or the product or service itself, provides a pleasurable level of consumption-related fulfillment"*Artinya pelanggan akan merasa senang atau kecewa setelah membandingkan kinerja yang diterima dengan harapan (Siswadi, Se., Mm, 2020).

Berdasarkan beberapa uraian mengenai definisi kepuasan pelanggan, secara umum kepuasan pelanggan dapat dicapai apabila antara layanan atau hasil yang diterima paling tidak harus sama dengan harapan konsumen atau bahkan melebihinya.

Loyalitas pengguna

Menurut Tjiptono (2007), menyatakan loyalitas pelanggan (*customer loyalty*) merupakan respon yang berkaitan erat dengan jani atau ikrar untuk memegang teguh komitmen yang mendasari keberlanjutkan relasi, dan biasanya tercermin dalam pembelian ulang yang konsisten (Nurfitriani. A, 2019).

Dari beberapa pendapat di atas loyalitas pelanggan/pengguna komitmen terhadap porsi belanja ke perusahaan dalam kategori produknya, dan bersedia menjadi pemberi rekomendai kepada koleganya agar menjadi pelanggan perusahaan.

METODE PENELITIAN

Metode penelitian kausal kuantitatif, karena metode penelitian ini memang sudah cukup lama menjadi acuan dan mentradisi bagi para peneliti untuk melakukan penelitian. Desain penelitian ini dirancang untuk memperoleh hasil yang objektif dan dapat dipertanggungjawabkan secara ilmiah. Dengan menganalisis data menggunakan spss.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Responden yang menjadi sampel dalam penelitian ini sebanyak 99 responden adalah konsumen di J&T Cargo Tugumulyo Kabupaten Musi Rawas. Gambaran mengenai responden yang menjadi sampel penelitian adalah sebagai berikut:

1. Jenis kelamin

Distribusi Responden berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Frequency	Percent
Laki-laki	64	64.64
Perempuan	35	35,36
Total	**99**	**100,0**

Berdasarkan tabel 4.6 menunjukan bahwa responden paling dominan pada penelitian ini yang berjenis kelamin laki-laki sebanyak 64 responden atau 64.64% dan responden dengan jenis kelamin perempuan sebanyak 35 responden atau 35.36%.

2. Umur

Distribusi Responden berdasarkan Umur

Lama Bekerja	Frequency	Percent
17 – < 30 Tahun	36	36.37
30 – < 40 Tahun	42	42,42
40 – < 50 Tahun	15	15.15

> 50 Tahun	6	6.06
Total	**99**	**100,0**

Berdasarkan tabel 4.7 menunjukan bahwa responden paling dominan pada penelitian ini yang berstatus lama berlangganan yaitu 30 - < 40 tahun sebanyak 42 responden atau 42,42%, 17 – < 30 tahun sebanyak 36 responden atau 36,37%, 40 – < 50 tahun sebanyak 15 responden atau 15,15%, dan > 50 tahun sebanyak 6 responden atau 06,06%.

3. Pendidikan

Distribusi Responden berdasarkan Pendidikan

Pendidikan	Frequency	Percent
SMA	52	52,52
D3	14	14,15
S1	27	27.27
S2	6	6,06
Total	**99**	**100,0**

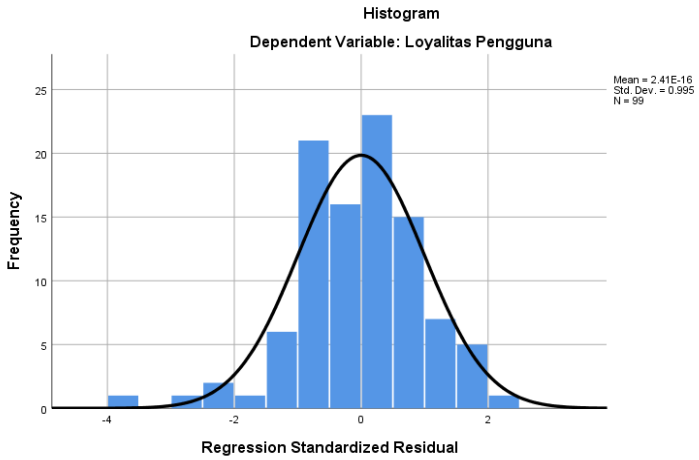
Berdasarkan tabel 4.8 menunjukan bahwa responden paling dominan pada penelitian ini yang berpendidikan SMA sebanyak 52 responden atau 52,52%, yang berpendidikan yang berpendidikan D3 yaitu sebanyak 14 responden atau 14,15% yang berpendidikan S1 yaitu sebanyak 27 responden atau 27,27%, dan yang berpendidikan S2 yaitu sebanyak 6 responden atau 6,06%.

4. Lama berlanggan

Distribusi Responden berdasarkan Lama Berlangganan

Lama Bekerja	Frequency	Percent
< 2 Tahun	57	57,57
2 – 5 Tahun	25	25,25
> 5 Tahun	17	17,18
Total	**99**	**100,0**

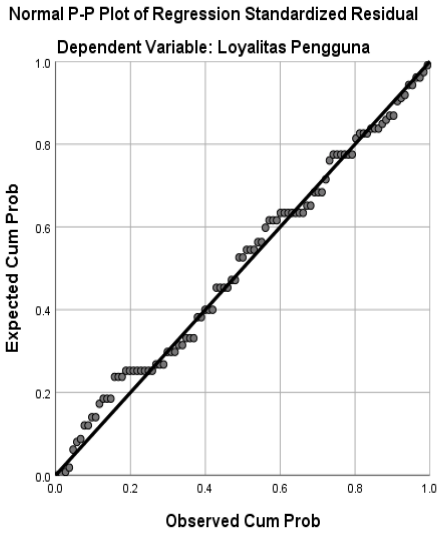
Berdasarkan tabel 4.9 menunjukan bahwa responden paling dominan pada penelitian ini yang berstatus lama bekerja yaitu < 2 tahun sebanyak 57 responden atau 57,57%, 2 - 5 tahun sebanyak 25 responden atau 25.25%, dan > 5 tahun sebanyak 17 responden atau 17,18%.



Hasil Uji Normalitas (Histogram)

Pada uji normalitas sebaran, data yang diambil telah mengikuti distribusi normal. Distribusi normal ditandai dengan output histogram yang dihasilkan pada gambar 4.1

Uji Normalitas (Histogram) tampak bahwa tiap data menyebar ke seluruh daerah normal. Daerah normal itu sendiri adalah daerah yang berada di bawah kurva tersebut yang bentuknya seperti lonceng terbalik.



Uji Normalitas Melalui Pendekatan Grafik P-P Plot

Berdasarakan grafik histogram diketahui bahwa sebaran data yang menyebar ke semua daerah kurva normal. Dapat disimpulkan bahwa data mempunyai distirbusi normal. Demikian juga dengan norma P-P Plot, data yang menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti garis diagonal yang menandakan normalitas data.

Tabel Coefficients

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients
		B	Std. Error	Beta
1	(Constant)	19.033	4.017	
	Kualitas Layanan	.319	.083	.345
	Fasilitas Pengiriman	.437	.135	.294
	Kepuasan Pelanggan	.236	.113	.177

Berdasarkan hasil perhitungan regresi pada table 4.64 di atas, maka diperoleh nila a = 19.033 nilai b_1 = 0,319, b_2 = 0,437 dan b_2 = 0,236. Kemudian hasil perhitungan tersebut dimasukan kedalam persamaan regresi linier berganda sebagai berikut :

Y = 19.033 + 0,319 X1 + 0,437 X2 + 0,236 X3 Arti dari persamaan tersebut adalah bahwa nilai konstanta sebesar a = 19.033 ini berarti bahwa apabila tidak ada variabel kualitas layanan (X_1), fasilitas pengiriman (X_2) dan kepuasan pelanggan (X_3) maka variabel loyalitas pengguna (Y) sebesar 19.033 satuan, sedangkan nilai koefisien regresi kualitas layanan (X_1) sebesar b_1 = 0,319 artinya setiap terjadi peningkatan satu satuan variabel kualitas layanan (X_1) maka akan meningkatkan variabel loyalitas pengguna (Y) sebesar 0,319 satuan. Nilai koefisien regresi fasilitas pengiriman (X_2) b_2 = 0,437 artinya setiap terjadi peningkatan satu satuan variabel fasilitas pengiriman (X_2) maka akan meningkatkan variabel loyalitas pengguna (Y) sebesar 0,437 satuan. Dan nilai koefisien regresi kepuasan pelanggan (X_3) b_2 = 0,236 artinya setiap terjadi peningkatan satu satuan variabel kepuasan pelanggan (X_3) maka akan meningkatkan variabel loyalitas pengguna (Y) sebesar 0,236 satuan.

Pembahasan

Berdasarkan tabel *Coeffisients* diperoleh persamaan regresi linier sederhana sebagai berikut : Y = 29,633 + 0,469 X_1 sehingga dapat diketahui dari hasil output *coefficients* kualitas layanan sebesar 0.469 merupakan koefisien regresi, artinya setiap terjadi peningkatan satu satuan variabel kualitas layanan (X_1), maka akan meningkatkan variabel loyalitas pengguna (Y) sebesar 0.469 satuan.Berdasarkan hasil dari tabel *model summary*, terlihat bahwa nilai korelasi secara keseluruhan (R) 0,506. Jadi nilai R sebesar 0,506 menandakan bahwa korelasi antara vairabel kualitas layanan (X_1) terhadap loyalitas pengguna (Y) mempunyai pengaruh atau hubungan yang "sedang" dan berbanding lurus. Hasil t_{hitung} menunjukkan bahwa variabel kualitas layanan (X_1) mempunyai nilai t_{hitung} sebesar 5,782 lebih besar dibandingkan dengan nilai t_{tabel} sebesar 1.984. Ini menunjukkan bahwa 5,782 > 1.984 dan Sig. 0.000 < 0.05. Maka dengan demikian dapat diambil keputusan bahwa Ho ditolak dan Ha diterima. Artinya terdapat adanya pengaruh signifikan kualitas layanan (X_1) terhadap loyalitas pengguna (Y) di J&T Cargo Tugumulyo Kabupaten Musi Rawas hipotesis 1 diterima.Penelitian di atas sejalan dengan hasil penelitian Ricky Rafii Ritonga pengaruh kompetensi kerja dan pengawasan kerja terhadap kinerja karyawan pada PT Mujur Lika Lestari Medan. Hasil pengujian hipotesis secara simultan diperoleh F hitung sebesar 23,846 lebih besar F tabel sebesar 3,09 dan signifikansi 0,000 lebih kecil 0,05. Hasil perhitungan secara parsial diperoleh nilai thitung kompetensi sebesar 6,272 lebih besar ttabel sebesar 1,986 dan nilai signifikan 0,000 lebih kecil 0,05. Nilai t_{hitung} pengawasan sebesar 3,787 lebih besar t tabel sebesar 1,986 dan nilai signifikan 0,000 lebih kecil 0,05 berarti secara simultan dan parsial kompetensi kerja dan pengawasan kerja berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja karyawan pada PT Mujur Lika Lestari Medan. Besarnya koefisien determinasi diperoleh nilai *Adjusted R Square* sebesar 0,325.Sesuai penelitian yang dilakukan peneliti di PT Riam Indah Estate Bahilias Research Station PP London Sumatera Indonesia Tbk.Kabupaten Musi Rawas Utara. dapat disimpulkan bahwa penelitian ini sejalan dengan penelitian yang sebagaimana dilakukan oleh penelitian sebelumnya. Perbedaan dari penelitian ini adalah terletak pada objek penelitian, variabel kompetensi yang berpengaruh paling dominan.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

1. Kualitas layanan memiliki pengaruh yang signifikan secara parsial terhadap loyalitas pengguna di J&T Cargo Tugumulyo Kabupaten Musi Rawas hipotesis 1 diterima.
2. Fasilitas pengiriman memiliki pengaruh yang signifikan secara parsial terhadap loyalitas pengguna di J&T Cargo Tugumulyo Kabupaten Musi Rawas hipotesis 2 diterima.
3. Kepuasan pelanggan memiliki pengaruh yang signifikan secara parsial terhadap loyalitas pengguna di J&T Cargo Tugumulyo Kabupaten Musi Rawas hipotesis 3 diterima.

Kualitas layanan, fasilitas pengiriman dan kepuasan pelanggan memiliki pengaruh yang signifikan secara simultan terhadap loyalitas pengguna di J&T Cargo Tugumulyo Kabupaten Musi Rawas hipotesis 4 diterima.

Saran

1. Sebaiknya Pimpinan J&T Cargo Tugumulyo Kabupaten Musi Rawas harus selalu lebih memperhatikan masalah kualitas layanan, dengan cara pengantaran tepat waktu.
2. Sebaiknya Pimpinan J&T Cargo Tugumulyo Kabupaten Musi Rawas lebih memperhatikan masalah fasilitas pengiriman di tempat cargo, dengan selalu menggontrol dan memberi perhatian kegiatan setiap karyawan di sehingga dapat menciptakan cepat kepada pelanggan.

   Sebaiknya Pimpinan J&T Cargo Tugumulyo Kabupaten Musi Rawas harus lebih memperhatikan masalah dalam hal ini kepuasan pelanggan di J&T Cargo Tugumulyo, sesuai dengan hasil hipotesis dalam penelitian ini. Hal tersebut dilakukan dengan cara memperbaiki dan membenahi sistem distribusi paket kepada pelanggan.

DAFTAR PUSTAKA

lvian, M., & Cahya, I. (2024). Pengaruh Job Description dan Kepuasan Kerja Terhadap Produktivitas Kerja Pendahuluan. *Agility*, *02*(02), 8–14.

Arikunto, S. (2020). *Prosedur Penelitian Edisi Revisi* (R. Cipta, Ed.; 10th ed.). Jakarta.

Gaol, CHR. J. (2020). *Human Capital Manajemen Sumber Daya Manusia* (Gramedia, Ed.). Jakarta.

Hamali, A. Y. (2018). *Pemahaman Manajemen Sumber Daya Manusia*. PT. Buku Seru.

Handayani, M., Gumilang, S. A., Fauzi, M. A., Jati, M. W., Raihan, W. A., & Fahreza, R. (2024). *Pengaruh Kualitas Layanan Jasa Logistik Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan di PT Pos Indonesia Cabang Serang*. *4*(3), 8256–8271.

Hasna Fitriani. (2023). *Analisis Kualitas Layanan Logistik, Fasilitas Pengiriman Barang, dan Layanan Customer Service Terhadap Kepuasan Langganan*. https://doi.org/10.38035/jkmt.v1i2

Huda, T., Nuringwahyu, S., & Chanafi, A. (2023). PENGARUH KUALITAS LAYANAN, KETEPATAN WAKTU PENGIRIMAN DAN FASILITAS TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN. *JIAGABI*, *14,* 85–92.

Nurfitriani. A. (2019). *PENGARUH KUALITAS LAYANAN DAN KEPUASAN P PELANGGAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PADA J&T EXPRESS CABANG TALASALAPANG MAKASSA*R. Universitas Muhammadiyah Makassar.

Nimas Ayu Aulia Pitasari, & Mirwan Surya Perdhana. (2020). Kepuasan Kerja Karyawan: Studi Literatur. *Diponegoro Journal of Management*, *7*(4), 1–11.

Renouw, A. A., Maryen, A., & Ladopura, A. M. M. (2023). *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Ketepatan Waktu Pengiriman dan Fasilitas terhadap Kepuasan Pelanggan J&T Express Cabang Kota Sorong*.

Sakti, B. J. (2018). *ANALISIS PENGARUH KUALITAS LAYANAN, KETEPATAN WAKTU PENGIRIMAN DAN FASILITAS TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN (Studi pada J&T Express Kota Semarang)*. *7*, 1–8.

Sari, E. Y. D. (2023). *Komitmen Organisasi: Tinjauan Kasus Berbagai Organisasi Publik dan Swasta*. UAD PRESS.

Siswadi, Se., Mm, F. (2020). Pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan: Studi pada Perpustakaan Institut Pertanian Bogor. *Jurnal Pustakawan Indonesia*, *18*(1), 42–53. https://doi.org/10.29244/jpi.18.1.42-53

Sugiyono. (2020). *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D* (Alfabheta, Ed.). Jakarta.

Susilo, J., & Satrya, I. G. B. H. (2019). Pengaruh Kepuasan Kerja Terhadap Turnover Intention Yang Dimediasi Oleh Komitmen Organisasional Karyawan Kontrak. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, *8*(6), 3700. https://doi.org/10.24843/ejmunud.2019.v08.i06.p15

Wibowo. (2020). *Manajemen Kinerja* (Grasindo, Ed.). Jakarta.

Yusuf, R. M. (2020). *Komitmen Organisasi*. Penerbit Nas Media Pustaka.