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: 21372-21379

Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Jasa Transportasi (Gojek) di Kota Padang

Valendra[1], Sophan Sophian[2]
Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi KBP Padang, Indonesia
Corresponding Author: ophancpu@gmail.com

Published: April, 2026

ABSTRACT

This study aims to determine the relationship between service quality, price, and customer satisfaction with Gojek transportation service loyalty. This study is quantitative in nature, with online motorcycle taxi (Gojek) users as the research subjects. This study uses a quantitative method with a non-probability sampling technique and accidental sampling technique with a sample size of 85 samples. Data analysis was performed using multiple linear regression with the SPSS program. The results showed that service quality had a positive and significant effect on customer loyalty, thus accepting the first hypothesis (H1). The price factor was also proven to have a positive and significant effect on increasing customer loyalty, thus accepting the second hypothesis (H2). Meanwhile, customer satisfaction did not have a significant effect on customer loyalty, so the third hypothesis (H3) was rejected. These findings indicate that customer loyalty to Gojek services in Padang City is more influenced by service quality and price suitability, while customer satisfaction is not yet strong enough to encourage loyalty.

Keywords: Service Quality, Price, Customer Satisfaction, Customer Loyalty, Gojek

© The Author(s). 2021 Open Access This article is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 International Licence, 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 teknologi digital telah membawa perubahan signifikan dalam sektor transportasi, khususnya melalui hadirnya layanan transportasi berbasis aplikasi. Transportasi online menjadi solusi alternatif bagi masyarakat perkotaan dalam memenuhi kebutuhan mobilitas yang cepat, praktis, dan efisien. Salah satu perusahaan yang berperan besar dalam perkembangan transportasi online di Indonesia adalah Gojek yang didirikan oleh Nadiem Makarim.

Di Kota Padang, Gojek menjadi salah satu layanan transportasi online yang banyak digunakan masyarakat untuk berbagai kebutuhan seperti transportasi, pengantaran makanan, dan jasa lainnya. Namun, meningkatnya persaingan dengan perusahaan sejenis seperti Grab dan Maxim membuat perusahaan harus mampu mempertahankan loyalitas pelanggan.

Loyalitas pelanggan merupakan komitmen pelanggan untuk terus menggunakan suatu produk atau jasa secara konsisten di masa yang akan datang. Loyalitas sangat penting karena pelanggan yang loyal cenderung melakukan pembelian ulang dan merekomendasikan kepada orang lain. Oleh karena itu, perusahaan perlu memperhatikan faktor-faktor yang mempengaruhi loyalitas pelanggan, diantaranya kualitas pelayanan, harga, dan kepuasan pelanggan.

Kualitas pelayanan mencerminkan kemampuan perusahaan dalam memberikan layanan yang sesuai dengan harapan pelanggan. Dalam konteks Gojek, kualitas pelayanan dapat dilihat dari ketepatan waktu penjemputan, keramahan driver, keamanan perjalanan, serta kemudahan penggunaan aplikasi.

Harga juga menjadi pertimbangan penting bagi pelanggan dalam memilih layanan transportasi online. Tarif yang terjangkau dan sesuai dengan manfaat yang diperoleh akan meningkatkan persepsi nilai pelanggan.

Selain itu, kepuasan pelanggan merupakan faktor penting yang dapat memediasi hubungan antara kualitas pelayanan dan harga terhadap loyalitas. Pelanggan yang merasa puas cenderung memiliki niat untuk menggunakan kembali layanan tersebut.

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan penelitian kuantitatif. Pendekatan kuantitatif dilakukan dengan menggunakan metode survei melalui instrumen berupa kuesioner yang disebarkan kepada responden. Pendekatan ini digunakan untuk menganalisis pengaruh variabel kualitas pelayanan, harga, dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan pada pengguna Gojek di Kota Padang.

Penelitian ini bertujuan untuk menguji hubungan antar variabel secara empiris melalui analisis statistik. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer yang diperoleh secara langsung dari responden melalui penyebaran kuesioner. Skala pengukuran yang digunakan adalah skala Likert dengan lima tingkat jawaban, yaitu sangat tidak setuju (1), tidak setuju (2), netral (3), setuju (4), dan sangat setuju (5).

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pengguna Gojek di Kota Padang. Karena jumlah populasi tidak diketahui secara pasti, maka teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah purposive sampling dengan kriteria tertentu, yaitu: (1) pengguna aktif aplikasi Gojek, (2) berdomisili di Kota Padang, dan (3) pernah menggunakan layanan Gojek minimal dua kali. Jumlah sampel dalam penelitian ini sebanyak 85 responden.

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini meliputi uji validitas, uji reliabilitas, analisis deskriptif, uji asumsi klasik, serta analisis regresi linear berganda. Uji asumsi klasik terdiri dari uji normalitas, uji multikolinearitas, dan uji heteroskedastisitas. Selanjutnya, pengujian hipotesis dilakukan dengan menggunakan uji t untuk mengetahui pengaruh secara parsial dan uji F untuk mengetahui pengaruh secara simultan. Seluruh proses pengolahan data dilakukan dengan menggunakan program SPSS.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Tabel 1. Uji Validitas Loyalitas Pelanggan (Y)

Item	Nilai *Corrected Item Totall Correction*	Standar Pengukuran	Kesimpulan
Y1	0.672	0,361	Valid
Y2	0.512	0,361	Valid
Y3	0.573	0,361	Valid
Y4	0.693	0,361	Valid
Y5	0.660	0,361	Valid
Y6	0.428	0,361	Valid

Sumber : Data SPSS 20 (Data diolah tahun 2025)

Dari tabel 1 di atas dapat dilihat, bahwa dari semua pertanyaan mengenai variabel keputusan pembelian dapat dinyatakan valid dimana *Corrected Item-Total Correlation* lebih besar dari nilai *Role Of Thumb* sebesar 0.361, Dengan demikian 6 butir pernyataan tersebut dapat digunakan untuk pengujian berikutnya.

Table 2. Uji Validitas Kualitas Pelayanan (X1)

Item	Nilai *Corrected Item Totall Correction*	Standar Pengukuran	Kesimpulan
X1.1	0.897	0,361	Valid
X1.2	0.774	0,361	Valid
X1.3	0.863	0,361	Valid
X1.4	0.842	0,361	Valid
X1.5	0.806	0,361	Valid
X1.6	0.848	0,361	Valid
X1.7	0.890	0,361	Valid

X1.8	0.779	0,361	Valid
X1.9	0.778	0,361	Valid
X1.10	0.843	0,361	Valid

Sumber : Data SPSS 20 (Data diolah tahun 2025)

Dari tabel 2 di atas dapat dilihat, bahwa dari semua pertanyaan mengenai variabel Kualitas Pelayanan dapat dinyatakan valid dimana *Corrected Item-Total Correlation* lebih besar dari nilai *Role Of Thumb* sebesar 0.361, Dengan demikian 10 butir pernyataan tersebut dapat digunakan untuk pengujian berikutnya.

Table 3. Uji Validitas Harga (X2)

Item	**Nilai *Corrected Item Totall Correction***	**Standar Pengukuran**	**Kesimpulan**
X2.1	0.916	0,361	Valid
X2.2	0.754	0,361	Valid
X2.3	0.885	0,361	Valid
X2.4	0.824	0,361	Valid
X2.5	0.801	0,361	Valid
X2.6	0.872	0,361	Valid
X2.7	0.892	0,361	Valid
X2.8	0.748	0,361	Valid

Sumber : Data SPSS 20 (Data diolah tahun 2025)

Dari tabel 3 di atas dapat dilihat, bahwa dari semua pertanyaan mengenai variabel Harga dapat dinyatakan valid dimana *Corrected Item-Total Correlation* lebih besar dari nilai *Role Of Thumb* sebesar 0.361, Dengan demikian 8 butir pernyataan tersebut dapat digunakan untuk pengujian berikutnya.

Table 4. Uji Validitas Kepuasan Pelanggan (X3)

Item	**Nilai *Corrected Item Totall Correction***	**Standar Pengukuran**	**Kesimpulan**
X3.1	0.897	0,361	Valid
X3.2	0.774	0,361	Valid
X3.3	0.863	0,361	Valid
X3.4	0.842	0,361	Valid
X3.5	0.806	0,361	Valid
X3.6	0.848	0,361	Valid
X3.7	0.890	0,361	Valid
X3.8	0.779	0,361	Valid
X3.9	0.778	0,361	Valid
X3.10	0.843	0,361	Valid

Sumber : Data SPSS 20 (Data diolah tahun 2025)

Dari tabel 4 di atas dapat dilihat, bahwa dari semua pertanyaan mengenai variabel Kepuasan pelanggan dapat dinyatakan valid dimana *Corrected Item-Total Correlation* lebih besar dari nilai *Role Of Thumb* sebesar 0.361, Dengan demikian 10 butir pernyataan tersebut dapat digunakan untuk pengujian berikutnya.

Uji Reabilitas

Tabel 5. Uji Reliabilitas

Variabel	**Cronbach's Alpha**	**Standart Nilai**	**Kesimpulan**
Kualiats Pelayanan	0.963	0,600	Realiabel
Harga	0.957	0,600	Realiabel
Kepuasan Pelanggan	0.963	0,600	Realiabel
Loyalitas Pelanggan	0.819	0,600	Realiabel

Sumber : Data SPSS 20 (Data diolah tahun 2025)

Berdasarkan tabel 5 dapat dilihat dari hasil pengolahan data bahwa ternyata nilai *Cronbachs Alpha* untuk variabel kualitas pelayanan, harga, kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan > 0,600. Maka dapat disimpulkan bahwa jawaban-jawaban yang diberikan responden sudah reliabel sehingga tahapan pengolahan data selanjutnya dapat dilakukan.

Uji Asumsi Klasik

Tabel 6. Hasil Uji Normalitas

Asymp. Sig. (2-tailed)	**Alpha**	**Ket.**
0.822	0,05	Terdistribusi Normal

Sumber : Data SPSS 20 (Data diolah tahun 2025)

Berdasarkan pada tabel 6 dapat dilihat hasil pengujian yang menunjukkan bahwa data terdistribusi secara normal, karena Asymp. Sig 0,822 yang artinya lebih besar dari Alpha (0,05). Hal ini menunjukkan bahwa data terdistribusi secara normal.Dengan demikian, tahapan pengolahan data selanjutnya dapat dilakukan.

Tabel 7. Hasil Uji Multikolinearitas

Variabel Independen	***Collinearity Statistics***		**Kesimpulan**
	Tolerance	***VIF***	
Kualitas Pelayanan (X1)	0.770	1.299	Tidak Terjadi Multikolinearitas
Harga (X2)	0.778	1.286	Tidak Terjadi Multikolinearitas
Kepuasan Pelanggan (X3)	0.915	1.093	Tidak Terjadi Multikolinearitas

Sumber : Data SPSS 20 (Data diolah tahun 2025)

Berdasarkan pada uji multikolinearitas di atas dapat diketahui bahwa nilai tolerance variabel kualitas pelayanan, hrga, dan kepuasan pelanggan lebih besar dari nilai tolerance yaitu 0,1 (tolerance > 0,10) dan pada nilai VIF dapat diketahui bahwa nilai VIF disini lebih kecil yaitu 10 (VIF < 10). Sehingga dapat disimpulkan bahwa setiap variabel independen tidak terdapat indikasi multikolinearitas.

Tabel 8. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Variabel	**Sig.**	**Alpha**	**Keterangan**
Kualitas Pelayanan (X1)	0.184	0,05	Tidak terjadi heteroskedastisitas
Harga (X2)	0.485	0,05	Tidak terjadi heteroskedastisitas
Kepuasan Pelanggan (X3)	0.435	0,05	Tidak terjadi heteroskedastisitas

Sumber : Data SPSS 20 (Data diolah tahun 2025)

Berdasarkan hasil uji heteroskedastisitas melalui SPSS dapat dilihat bahwa nilai sig. setiap variabel independen di atas adalah lebih besar dari nilai Alpha (0,05). Sehingga dapat disimpulkan bahwa semua variabel independen tidak terdapat indikasi heteroskedastisitas.

Tabel 9. Analisis Regresi Linaer Berganda

Keterangan	**Coeficient**
Constand	3.094
Kualitas Pelayanan (X1)	0.118
Harga (X2)	0.385
Kepuasan Pelanggan (X3)	0.054

Sumber : Data SPSS 20 (Data diolah tahun 2025)

Dari tabel diatas dapat diketahui bahwa nilai konstanta sebesar 3.094**,** koefisiensi regresi Kualitas Pelayanan sebesar 0.118dan koefisiensi regresi variabel Harga sebesar 0.385 serta koefisiensi regresi variabel Kepuasan Pelanggan sebesar 0.054

Uji Hipotesis

Tabel 10. Hasil Perhitungan Koefisien Regresi (Uji T)

Variabel Bebas	T Tabel	T hitung	Sig.	Kesimpulan
Kualitas Pelayanan (X1)	1,663	3.259	.002	H_1 diterima
Harga (X2)	1,663	9.956	.043	H_2 diterima
Kepuasan Pelanggan (X3)	1,663	1.615	.110	H_3 ditolak

Sumber : Data SPSS 20 (Data diolah tahun 2025)

Berdasarkan tabel uji secara parsial diatas dapat diketahui bahwa setiap variabel independen Kualitas pelayanan dan harga, memiliki nilai t-hitung > t-tabel, dimana kualitas pelayanan memiliki nilai t-hitung sebesar 3.259 > 1.663, kemudian harga memiliki nilai t-hitung sebesar 9.956 > 1.663. dan variabel independen kepuasan pelanggan memiliki nilai t-hitung < t tabel. Dimana kepuasan pelanggan memiliki nilai t hitung sebesar 1.615 < 1.663.

Maka dapat disimpulkan bahwa masing-masing variabel independen berpengaruh positif terhadap Keputusan Pembelian (variabel dependen).

a. Pengaruh variabel kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan (H_1) Variabel kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan pada jasa transportasi (gojek) di kota padang dengan nilai t-hitung lebih besar dari t-tabel (3.259 > 1.663) dan nilai signifikansi lebih kecil dari nilai alpha (0.002 < 0,05). Maka dalam hal ini dinyatakan H_1 diterima.
b. Pengaruh variabel harga terhadap loyalitas pelanggan (H_2)
   Variabel harga berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan pada jasa transportasi (gojek) di kota padang dengan nilai t-hitung lebih besar dari t-tabel (9.956 > 1.663) dan nilai signifikansi lebih kecil dari nilai alpha (0.043 < 0,05). Maka dalam hal ini dinyatakan H_2 diterima.
c. Pengaruh variabel kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan (H_3)
   Variabel kepuasan pelanggan tidak berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan pada jasa transportasi (gojek) di kota padang dengan nilai t-hitung lebih kecil dari t-tabel (1.615 < 1.663) dan nilai signifikansi lebih besar dari nilai alpha (0.110 > 0,05). Maka dalam hal ini dinyatakan H_3 ditolak.

Pembahasan

Pengaruh Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis pertama, ditemukan bahwa variabel kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada jasa transportasi (gojek) di kota padang. Dimana nilai t hitung lebih besar dari t tabel dan nilai signifikansi lebih kecil dari nilai alpha. Maka dalam penelitian ini hipotesis pertama (H1) diterima..

Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Mekel et all (2022) mengemukakan pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitasn konsumen pada perusahaan transportasi gojek manado, dengan menghasilkan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen. Di mana kepuasan konsumen terhadap pelayanan seperti kecepatan respon, kenyamanan, keamanan, dan keramahan mitra mendorong konsumen untuk tetap menggunakan layanan tersebut dan tidak beralih ke kompetitor. Pelanggan yang merasa mendapatkan pelayanan yang baik akan membentuk hubungan emosional yang kuat dengan perusahaan, sehingga meningkatkan loyalitas dan kemungkinan penggunaan ulang jasa transportasi tersebut.

Menurut Insani, N. A (2020) penelitian yang berjudul Pengaruh kualitas pelayanan, harga dan promosi terhadap loyalitas pelanggan GoFood di Kota Bandung juga mengatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Hal ini dilihat dari nilai t-hitung 7,090 > t-tabel 1,665 berarti semakin tinggi kualitas pelayanan yang dirasakan oleh pelanggan, maka semakin mendorong loyalitas pelanggan.

Pengaruh Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis kedua, ditemukan bahwa variabel harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada jasa transportasi (gojek) di kota padang.

Dimana nilai t hitung lebih besar dari t tabel dan nilai signifikansi lebih kecil dari nilai alpha. Maka dalam penelitian ini hipotesis kedua (H2) diterima.

Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Shukma, A.D (2022) mengemukakan pengaruh harga terhadap loyalitas pelanggan gojek di kota Pekanbaru , dengan menghasilkan harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Di mana pelanggan cenderung tetap menggunakan layanan ketika harga yang ditawarkan dianggap wajar, kompetitif, dan sesuai dengan manfaat yang diterima. Harga yang terjangkau dan transparan memberikan rasa puas serta membentuk loyalitas yang tinggi terhadap suatu layanan.

Menurut Insani, N. A (2020) penelitian yang berjudul Pengaruh kualitas pelayanan, harga dan promosi terhadap loyalitas pelanggan GoFood di Kota Bandung juga mengatakan bahwa harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Hal ini dilihat dari nilai t-hitung 2,912 > t-tabel 1,665 berarti semakin sesuai dan terjangkau harga yang ditawarkan, maka semakin mendorong loyalitas pelanggan.

Pengaruh Kepuasaan pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis ketiga, ditemukan bahwa variabel kepuasan pelanggan tidak berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan pada jasa transportasi (gojek) di kota padang. Dimana nilai t hitung lebih kecil dari t tabel dan nilai signifikansi lebih besar dari nilai alpha. Maka dalam penelitian ini hipotesis ketiga (H3) ditolak.

Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Adrina, C (2021) mengemukakan pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan, dengan menghasilkan kepuasan pelanngan tidak berpengaruh terhadap loyalitas Pelanggan. Di mana pelanggan yang merasa puas belum tentu menunjukkan komitmen atau kesetiaan dalam menggunakan layanan secara berkelanjutan. Hal ini menunjukkan bahwa terdapat faktor lain yang lebih dominan dalam memengaruhi loyalitas pelanggan dibandingkan hanya sekadar rasa puas terhadap layanan.

Menurut Adrina, C (2021) penelitian yang berjudul Loyalitas Konsumen yang Dipengaruhi oleh Kualitas Pelayanan, Harga dan Kepuasan Konsumen mengatakan bahwa kepuasan pelanggan tidak berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan. Hal ini dilihat dari nilai t-hitung 0,679 < t-tabel 1,665 berarti semakin sesuai dan terjangkau harga yang ditawarkan, maka semakin mendorong loyalitas pelanggan. Berarti tingkat kepuasan pelanggan yang tinggi belum tentu mendorong loyalitas pelanggan.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian kualitas pelayanan, harga, dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan pada jasa transportasi di kota Padang, yang diolah menggunakan SPSS, maka dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan dan harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada jasa transportasi (gojek) di kota padang, sedangkan kepuasan pelanggan tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada jasa transportasi (gojek) di kota padang.

DAFTAR PUSTAKA

Al Chalabi dan Turan. (2023). Analisis Keputusan Pembelian dan Loyalitas Pelanggan terhadap Voucher Gratis Ongkos Kirim E-Commerce Shopee Indonesia. *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, *4*(5), 678–685.

Along, A. (2020). Kualitas Layanan Administrasi Akademik di Politeknik Negeri Pontianak. *Jurnal Ilmiah Administrasi Publik*, *006*(01), 94–99. https://doi.org/10.21776/ub.jiap.2020.006.01.11

Andika, S., & Purnamasari, P. (2024). *(Studi Kasus Pada Pelanggan Kentucky Fried Chicken Di Kab . Bekasi) JIMEA | Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen , Ekonomi , dan Akuntansi)*. *8*(2), 1539–1552.

Anggraini, F., & Budiarti, A. (2020). Pengaruh Harga, Promosi, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Dimediasi Kepuasan Pelanggan Pada Konsumen Gojek. *Jurnal Pendidikan Ekonomi (JUPE)*, *8*(3), 86–94. https://doi.org/10.26740/jupe.v8n3.p86-94

Angkola, M., Utami, C. W., & Gosal, G. G. (2023). Pengaruh Gaya Hidup Dan Etnosentrisme Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian. *Performa*, *8*(2), 147–157. https://doi.org/10.37715/jp.v8i2.2037

Aprileny, I., Rochim, A., & Emarawati, J. A. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga Dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan. *Jurnal STEI Ekonomi*, *31*(02), 60–77. https://doi.org/10.36406/jemi.v31i02.545

Apriliani, D., Baqiyyatus S, N., Febila, R., & Sanjaya, V. F. (2020). Pengaruh kepuasan pelanggan, brand image, dan kepercayaan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan pada membercard. *Entrepreneurship Bisnis Manajemen Akuntansi (E-BISMA)*, *1*(1), 20–30. https://doi.org/10.37631/e-bisma.v1i1.214

Clearesta, I., Angelina, G., & Wiradharma, G. (2019). Pengalaman Konsumen Terhadap Layanan Gojek Di Kota Jakarta: Studi Kualitatif Deskriptif. *Jurnal Komunikasi dan Bisnis*, *6*(1), 70–80.

dhean, arfia, S., & Laily, N. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Melaui Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening (Studi pada Laundry Starclean) Dhean Arfia Sabriana Nur laily Sekolah Tingi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*, 17.

Fahlevi, R. A., Bhayangkara, U., Raya, J., & Author, C. (2024). *Sebagai Variabel Intervening Di Perumda Tirta*. *2*(3), 2727–2735.

Gultom, I., & Samosir, A. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening Pada Evony Coffee Shop Siantar. *Manajemen : Jurnal Ekonomi*, *3*(1), 56–62. https://doi.org/10.36985/manajemen.v3i1.466

Handi Irawan. (2021). *Prinsip Kepuasan Pelanggan*. Jakarta : Elex Media Komputindon.

Harun Al Rasyid. (2022). Pengaruh Kualitas Layanan dan Pemanfaatan Teknologi Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pengguna Indihome di Indonesia. *Indonesian Marketing Journal*, *2*(1), 69–86.

Ifah, E. N., & Ramadhani, R. (2024). Pengaruh Kualitas Dan Harga Produk Terhadap Keputusan Pembelian Di Pasar Tradisional. *Jurnal Minfo Polgan*, *13*(1), 657–667. https://doi.org/10.33395/jmp.v13i1.13772

Jannah, nina sarifatul, Kaukab, M. elfa., & Trihudiyatmanto, M. (2024). *Pengaruh Etnosentrisme, Persepsi Kualitas, Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Produk Skincare Emina (Studi Kasus pada Konsumen di Kabupaten Wonosobo)*. *4*, 88–98.

Jannah, S. A., & Hayuningtias, K. A. (2024). Pengaruh Kualitas Produk Dan Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Serta Dampaknya Pada Loyalitas Pelanggan. *Jesya*, *7*(1), 489–500. https://doi.org/10.36778/jesya.v7i1.1421

Jennifer, J., & Buntu Laulita, N. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Mie Instan dengan Mediasi Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Administrasi dan Manajemen*, *13*(2), 184–199. https://doi.org/10.52643/jam.v13i2.3133

Komara, A. T., Yura Roslina, N., Jatmika, L., & Pasundan, S. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi pada salah satu perusahaan jasa transportasi di Kota Bandung). *Acman: Accounting and Management Journal*, *1*(2), 104–114.

Maulidiah, E. P., Survival, S., & Budiantono, B. (2023). Pengaruh Fasilitas Terhadap Kualitas Pelayanan Serta Implikasinya Pada Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Economina*, *2*(3), 727–737. https://doi.org/10.55681/economina.v2i3.375

Nurhikma, T., Fauzi, A., Putri, S. C. T., Asmarani, D., Damayanti, V., & Thalitha, R. F. (2022). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Loyalitas Pelanggan Layanan Transportasi Online (Go-Jek) : Kualitas Pelayanan, Harga Dan Kepuasan Konsumen. *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, *3*(6), 646–656.

Orlando, J., & Harjati, L. (2022). Pengaruh Atribut Produk dan Harga terhadap Kepuasan Konsumen di Rumah Makan Aa Raffi Fried Chicken Sindangbarang Bogor. *Journal of Accounting & Management Innovation*, *6*(1), 49–66.

Rafiansyah, M., Widodo, A., Silvianita, A., & Rubiyanti, N. (2025). *The Influence of Service Quality , Perceived Service Quality , Perceived Price Fairness on Customer Loyalty of Gojek Users in Bandung Through Customer Satisfaction and Brand Image a Conceptual Paper*. *4*(1), 41–52.

Sahda, F. T., Putri, A. R., & Kurniaty, D. (2023). Harga, Kualitas Layanan, dan Kepercayaan pada Transportasi Online Maxim terhadap Kepuasan Pelanggan. *Al-Kharaj : Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, *6*(2), 2491–2507. https://doi.org/10.47467/alkharaj.v6i2.5343

Sophian, S., & Irfan. (2023). Pengaruh Brand Image Dan Harga Tiket Terhadap Keputusan Berkunjung Ke Wisata Pulau Mandeh Kabupaten Pesisir Selatan. *Jurnal Riset Rumpun Ilmu Ekonomi*, *2*(1), 133–144. https://doi.org/10.55606/jurrie.v2i1.1196

Sugiyono. (2017a). *Metode Penelitian Bisnis*.

Sugiyono. (2017b). *metode penelitian kuantitatif, kualitatif dan R & D*. ALFABETA.

Sugiyono. (2020a). *metode penelitian kuantitaif,kualitatif, dan R&D* (Sutomo (ed.); Kedua). alfabeta.

Sugiyono. (2022). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. ALFABETA.

Suryawardani, B., & Wulandari, A. (2020). Determinant Factors of Customers Switching Behavior to Customer Satisfaction and Loyalty in Online Transportation Users in Bandung. *Jurnal Dinamika Manajemen*, *11*(1), 12–26. https://doi.org/10.15294/jdm.v11i1.21432

Syahwi, M., & Pantawis, S. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan, Citra Perusahaan, dan Nilai Pelanggan Terhadap Kepuasaan Pelanggan Indihome (Studi Kasus pada PT. Telkom Kota Semarang). *ECONBANK: Journal of Economics and Banking*, *3*(2), 150–163. https://doi.org/10.35829/econbank.v3i2.202

Tonce, Y., dan Yoseph, D. (2022). *Minat dan Keputusan Pembelian. Penerbit Adab.*

Zalzabila, D. A. (2024). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Minat Beli Ulang Produk Dunkin'Donuts Di Dki Jakarta*. *9*(2), 115–126