

## Kepercayaan dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Aplikasi J&T Express Pada Mahasiswa

Devi Liana<sup>1</sup>, Tiara Fitri Rizkiyah<sup>2</sup>, Ananda Adi Riansyah<sup>3</sup>

<sup>1</sup>Universitas Wiralodra Indramayu, Devliana@gmail.com

<sup>2</sup>Universitas Wiralodra Indramayu, tiarafitrizkiyah17@gmail.com

<sup>3</sup>Universitas Wiralodra Indramayu, AnandaAdi@gmail.com

### Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kepercayaan dan kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan aplikasi J&T Express pada mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Wiralodra. Metode penelitian yang digunakan adalah deskriptif dan asosiatif dengan pendekatan kuantitatif. Data dikumpulkan melalui kuesioner yang disebarluaskan kepada 50 responden mahasiswa pengguna aplikasi J&T Express. Teknik analisis data meliputi uji validitas, reliabilitas, uji asumsi klasik (normalitas, multikolinearitas, heteroskedastisitas, dan linearitas), serta analisis regresi linier berganda.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan dengan koefisien determinasi sebesar 53,2%. Kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan dengan koefisien determinasi sebesar 67,2%. Secara simultan, kepercayaan dan kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan dengan koefisien determinasi sebesar 70,1%.

Berdasarkan temuan tersebut, disarankan agar J&T Express meningkatkan transparansi informasi, kecepatan respons layanan pelanggan, serta pengembangan fitur aplikasi untuk memperkuat kepercayaan dan kualitas layanan, sehingga dapat meningkatkan kepuasan pelanggan.

**Kata Kunci:** Kepercayaan, Kualitas Layanan, Kepuasan Pelanggan, J&T Express.

### 1. Pendahuluan

Perkembangan teknologi yang pesat membawa perubahan dan kemudahan bagi khalayak dalam menjalankan aktivitas. Beragam kecanggihan teknologi dihadirkan, salah satunya *smartphone* yang dilengkapi berbagai fitur dengan sifat yang lebih fleksibel. Pada tahun 2011, Android dan iOS mengeluarkan teknologi terbarunya yang hingga sekarang dikenal dan dinamai *smartphone*. Tahun 2011 pula teknologi *smartphone* modern sudah memulai awal yang baik.

Secara global, pertumbuhan pengguna *smartphone* di dunia yang dilansir dari Stock Apps (2021) mencapai 5,3 miliar pada Juli tahun 2021. Jumlah tersebut menggambarkan lebih dari separuh total populasi penduduk bumi sekitar 7,9 miliar dengan persentase 67 persen.

Kementerian Komunikasi dan Informatika menyatakan bahwa penggunaan ponsel pintar atau *smartphone* di Indonesia mencapai 167 juta orang atau sama dengan 89 persen dari total penduduk Indonesia.

Mayoritas pengguna internet berasal dari generasi muda (Gen Z dan milenial), yang cenderung lebih terbuka terhadap teknologi baru, seperti pembayaran digital dan layanan berbasis aplikasi. Hal ini mendorong perusahaan, termasuk penyedia layanan pengiriman seperti J&T Express, untuk beradaptasi dengan kebutuhan konsumen yang semakin dinamis.

Kepuasan pelanggan merupakan tingkat perasaan senang atau kecewa yang muncul setelah membandingkan antara layanan yang diterima dengan harapan pelanggan. Pelanggan akan merasa puas jika kinerja produk atau layanan sesuai atau melebihi ekspektasi mereka. Kepuasan ini diukur berdasarkan total pengalaman pelanggan dengan perusahaan, termasuk kualitas layanan, kepercayaan, dan faktor lainnya.

Meskipun minat masyarakat terhadap layanan pengiriman berbasis aplikasi terus meningkat, terdapat kesenjangan (*gap*) antara harapan dan kenyataan layanan yang diberikan. Awalnya, aplikasi J&T Express mendapat antusiasme tinggi berkat fitur unggulan seperti pelacakan paket *real-time* dan notifikasi cepat. Namun, belakangan muncul keluhan tentang penurunan kualitas layanan, seperti notifikasi yang tidak akurat, kesulitan melacak paket, respons layanan pelanggan yang lambat, gagal *login* atau akun terkunci, dan aplikasi *error*/lambat. Hal ini mengakibatkan penurunan kepercayaan pelanggan dan peralihan ke aplikasi pesaing yang lebih andal.

Kepuasan pelanggan menjadi indikator penting dalam industri logistik, terutama di kalangan mahasiswa yang mengandalkan layanan pengiriman untuk kebutuhan akademik (pengiriman buku, dokumen) dan bisnis online (UMKM). Ketidakpuasan muncul ketika harapan tidak sejalan dengan kenyataan, seperti pelacakan paket tidak *realtime* menyebabkan ketidakpastian, layanan pelanggan lambat memperparah masalah terutama untuk paket *urgent*.

Berdasarkan observasi awal yang dilakukan peneliti dalam beberapa bulan terakhir terhadap mahasiswa di Indramayu, ditemukan bahwa banyak pengguna J&T Express mengeluhkan sistem aplikasi sering *error*, ketidakakuratan informasi, dan layanan pelanggan yang kurang responsif. Hal ini menimbulkan ketidakpuasan, terutama di kalangan mahasiswa yang mengandalkan layanan pengiriman untuk kebutuhan akademik dan bisnis *online*. Pelanggan merasa tidak puas karena beberapa faktor, antara lain, notifikasi yang

tidak akurat yang membuat pengguna kesulitan memantau status pengiriman, keterlambatan pengiriman yang mengganggu rencana penerima paket, layanan pelanggan yang lambat, sehingga masalah tidak segera terselesaikan, dan kurangnya transparansi dalam proses pengiriman.

Kepercayaan dan kualitas layanan merupakan faktor kunci dalam kepuasan pelanggan. Kepercayaan yang rendah terhadap konsistensi dan transparansi layanan J&T Express dapat memicu peralihan ke kompetitor. Sementara itu, kualitas layanan seperti akurasi pelacakan paket, notifikasi, dan responsivitas layanan pelanggan jika tidak optimal, langsung menurunkan kepuasan pelanggan. Kedua faktor ini saling terkait dalam membentuk kepuasan pelanggan.

Dalam perilaku konsumen banyak ditemukan faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan, faktor-faktor tersebut menurut Qomariah (2016:12) dalam jurnal **Laila et al., (2022)** adalah layanan, kepercayaan, nilai, harga, merek, atribut, promosi, dan sebagainya.

Berdasarkan latar belakang diatas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh Kepercayaan Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Aplikasi J&T Express Pada Mahasiswa”.

## 2. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode asosiatif dengan jenis data kuantitatif. Metode asosiatif dalam penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Kepercayaan dan Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan di Indramayu. Dalam menentukan jumlah sampel menggunakan rumus Hair. Rumus Hair digunakan karena ukuran populasi yang belum diketahui pasti dan menyarankan bahwa ukuran sampel minimum 5-10 dikali variabel indikator. Maka diperoleh hasil jumlah sampel yang dibutuhkan dalam penelitian ini adalah 60 responden. Alasan peneliti menggunakan rumus Hair karena populasi yang dituju tidak diketahui jumlahnya. Teknik pengambilan sampel yang digunakan peneliti yaitu *incidental sampling* dengan pengambilan data menggunakan kuesioner. Analisis data pada penelitian ini menggunakan uji validitas dan uji reliabilitas yang dapat diterima jika  $> 0,60$  (Sugiyono, 2021). Selanjutnya, dilakukan uji asumsi klasik yang terdiri dari uji normalitas menggunakan P-Plot, data dapat dikatakan berdistribusi normal jika gambar membentuk garis lurus diagonal dan titik-titik menyebar di sekitar garis diagonal serta mengikuti arah garis diagonalnya. Uji multikolinearitas menggunakan koefisien korelasi, di mana jika nilai koefisien korelasi  $> 0,8$  maka tidak terdapat multikolinearitas . Terakhir,

melakukan analisis data dengan uji t secara parsial dan uji f secara simultan dengan tingkat signifikansi sebesar 0,05. Jika nilai signifikansi kurang dari 0,05 maka variabel bebas berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat.

### 3. Hasil Dan Pembahasan Penelitian Hasil Penelitian

Penelitian ini membahas mengenai tentang pengaruh variabel kepercayaan dan kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan pada J&T Express

#### Pengaruh Kepercayaan Terhadap Kepuasan Pelanggan

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh kepercayaan pada aplikasi J&T Express terhadap kepuasan pelanggan dengan nilai koefisien determinasi sebesar 53,2% sedangkan sisanya 46,8% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak diteliti.

Terdapat hasil perhitungan korelasi kepercayaan terhadap kepuasan pelanggan yaitu 0,729. Artinya tingkat kekuatan hubungan korelasi antara variabel kepercayaan terhadap kepuasan pelanggan termasuk “tinggi”.

Hasil pada uji regresi kepercayaan terhadap kepuasan pelanggan adalah 0,561. Hal tersebut menunjukkan bahwa variabel kepercayaan berpengaruh positif bagi kepuasan pelanggan. Pada uji variabel kepercayaan diperoleh  $T_{hitung} 2,122 > T_{tabel} 2,012$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, dan signifikan diperoleh sebesar  $0,039 < 0,050$ , yang artinya variabel kepercayaan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Laila et al., 2022) yang menyatakan bahwa kepercayaan memberikan dampak yang positif dan pada kepuasan pelanggan. Selain itu hasil penelitian ini didukung oleh (Tjiptono, 2007) dalam jurnal (Laila et al., 2022), menyatakan bahwa “Kepercayaan atau trust sebagai persepsi akan keterhandalan dari sudut pandang konsumen didasarkan pada pengalaman, atau lebih pada urutan-transaksi atau interaksi yang dicirikan oleh terpenuhinya harapan akan kinerja dan kepuasan pelanggan”. Artinya, semakin tinggi kepercayaan semakin tinggi pula kepuasan pelanggan yang dirasakan oleh konsumen.

#### Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh Kualitas Layanan pada aplikasi J&T Express terhadap kepuasan pelanggan dengan nilai koefisien determinasi sebesar 67% sedangkan sisanya 33% dipengaruhi oleh faktor-faktor

lain yang tidak diteliti.

Terdapat hasil perhitungan korelasi kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan yaitu 0,820. Artinya tingkat kekuatan hubungan korelasi antara variabel kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan termasuk “sangat tinggi”.

Hasil pada uji regresi kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan adalah 0,491. Hal tersebut menunjukkan bahwa variabel kualitas layanan berpengaruh positif bagi kepuasan pelanggan. Pada uji variabel kualitas layanan diperoleh  $T_{hitung} 5,151 > T_{tabel} 2,012$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, dan signifikan diperoleh sebesar  $0,000 < 0,050$ , yang artinya variabel kualitas layanan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Tesar & Suprihhadi, 2022) yang menyatakan bahwa kualitas layanan berpengaruh positif pada kepuasan pelanggan. Selain itu hasil penelitian ini didukung oleh Tjipto (2016:60) dalam jurnal Tesar & Suprihhadi (2022), menyatakan bahwa “Kualitas layanan merupakan tingkat keunggulan yang diharapkan serta pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan”. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa kualitas layanan merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan

### **Pengaruh Kepercayaan dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan**

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh Kepercayaan dan Kualitas Layanan pada aplikasi J&T Express terhadap kepuasan pelanggan. terhadap kepuasan pelanggan dengan nilai koefisien determinasi sebesar 70% sedangkan sisanya 30% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak diteliti.

Terdapat hasil perhitungan korelasi kepercayaan dan kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan yaitu 0,837. Artinya tingkat kekuatan hubungan korelasi antara variabel kepercayaan dan kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan termasuk “sangat tinggi”.

Hasil pada uji regresi kepercayaan dan kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan adalah  $Y = 7,055 + 0,198 X_1 + 0,374 X_2$ . Nilai konstanta adalah 7,055. Hal tersebut menunjukkan bahwa variabel kepercayaan dan kualitas layanan berpengaruh positif bagi kepuasan pelanggan. Pada uji variabel kepercayaan dan kualitas layanan diperoleh  $F_{hitung} 55,029 > F_{tabel} 3,200$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, dan signifikan diperoleh sebesar  $0,000 < 0,050$ , yang artinya variabel kepercayaan dan kualitas layanan secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Raiyan & Siregar, 2021), menunjukkan bahwa secara bersama-sama kepercayaan dan kualitas layanan berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Adapun hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa semua nilai thitung lebih besar dari ttabel=1,96 (n=150), pengaruh langsung Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan ( $\beta= 0,243$ , thitung= 2,742), pengaruh langsung Kepercayaan terhadap Kepuasan Pelanggan ( $\beta= 0,414$ , thitung= 2,485). Selain itu hasil penelitian ini didukung oleh (Setiawan & Sayuti, 2017) dalam jurnal oleh (Raiyan & Siregar,2021), menyatakan bahwa “Secara simultan kepercayaan dan kualitas layanan mempunyai pengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen”.

#### 4. Kesimpulan

Dari hasil uraian diatas serta berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti secara teori, pendapat maupun penelitian terdahulu yang telah dikemukakan tentang pengaruh kepercayaan dan kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan aplikasi J&T Express pada mahasiswa fakultas ekonomi Universitas Wiralodra, maka peneliti memberikan kesimpulan sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil analisis deskriptif, kepercayaan pelanggan aplikasi J&T Express pada mahasiswa memperoleh skor tertinggi pada indikator “persepsi keamanan layanan” sebesar 409, sedangkan skor terendah pada indikator “keyakinan pada layanan” sebesar 371. Total skor variabel kepercayaan sebesar 1.165 dengan persentase 78% dikatakan “Baik”.
2. Berdasarkan hasil analisis deskriptif, kualitas layanan pelanggan aplikasi J&T Express pada mahasiswa memperoleh skor tertinggi pada indikator “*fulfillment* (pemenuhan layanan)” sebesar 395, sedangkan skor terendah pada indikator “*customer service* (layanan pelanggan)” sebesar 373, Total skor variabel kualitas layanan sebesar 1.545 dengan persentase 77% dikatakan “Baik”.
3. Berdasarkan hasil analisis deskriptif, kepuasan pelanggan aplikasi J&T Express pada mahasiswa memperoleh skor tertinggi pada indikator “kesediaan merekomendasikan” sebesar 398, sedangkan skor terendah pada indikator “minat melakukan penggunaan ulang” sebesar 371. Total skor variabel kepuasan nasabah sebesar 1.162 dengan persentase penilaian 77% dikatakan “Baik”.
4. Hasil uji hipotesis menunjukkan bahwa nilai  $T_{hitung} 2,122 > T_{tabel} 2,012$ , sehingga dapat

disimpulkan bahwa kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan dan diperoleh nilai R Square sebesar 0,532 berarti 53,2% variabel dependen dijelaskan oleh model, sisanya dipengaruhi faktor lain.

5. Hasil uji hipotesis menunjukkan bahwa nilai  $T_{hitung} 5,151 > T_{tabel} 2,012$ , sehingga dapat disimpulkan bahwa kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan dan diperoleh nilai R Square sebesar 0,672 berarti 67,2% variabel dependen dijelaskan oleh model, sisanya dipengaruhi faktor lain.
6. Pada uji hipotesis diperoleh nilai  $F_{hitung} 55,029 > F_{tabel} 3,200$  dan signifikansi  $0,000 < 0,05$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel kepercayaan dan kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Diperoleh nilai korelasi berganda (R) sebesar 0,837 menunjukkan hubungan yang sangat kuat dan positif, sedangkan R Square sebesar 0,701 menunjukkan 70,1% variasi kepuasan pelanggan dijelaskan oleh kedua variabel secara simultan.

## 5. Daftar Pustaka

- Agustiningrum, D., & Andjarwati, A. L. (2021). Pengaruh kepercayaan, kemudahan, dan keamanan terhadap keputusan pembelian di marketplace. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 9(3).
- Albi, M., Parlyna, R., & Hidayat, N. (2021). Pengaruh kualitas layanan dan kepuasan pelanggan terhadap minat beli ulang pada aplikasi belanja online x. *Jurnal Bisnis, Manajemen, Dan Keuangan*, 2(3). *Asosiasi penyelenggara jasa internet indonesia*. (2024). APJII.
- Darno, & Yosepha, S. Y. (2022). Pengaruh kualitas pelayanan dan kepercayaan terhadap kepuasan pelanggan pengguna tokopedia di jakarta timur. *JIMEN: Jurnal Inovatif Mahasiswa Manajemen*, 3(1).
- Deliyana, R., Permatasari, B., & Sukmasari, D. (2022). Pengaruh persepsi kemudahan, persepsi keamanan, dan persepsi kepercayaan terhadap kepuasan pelanggan dalam menggunakan mobile banking bca. *Journal of Economic and Business Research*, 2(2).
- Efrianto, G., & Tresnawaty, N. (2021). Pengaruh privasi, keamanan, kepercayaan dan pengalaman terhadap penggunaan fintech di kalangan masyarakat kabupaten tangerang banten. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Ekonomi*, 6(1).
- Fauziah, A. N., & Tjahjaningsih, E. (2021). Membangun kepuasan pelanggan indihome telkom witel kudas dengan meningkatkan persepsi harga, layanan purna jual, dan promosi. *Proceeding SENDIU*.
- Fitri, S. Y., & Susanti, F. (2023). Harga, kepercayaan, kemudahan penggunaan aplikasi dan promosi terhadap keputusan pembelian online di shopee (studi pada mahasiswa stkip dan stie widyaswara indonesia solok selatan). *SAMMAJIVA : Jurnal Penelitian*

*Bisnis Dan Manajemen*, 1(2).

- Fitriwardhani, T., Ekantoro, J., & Kenanga, N. F. A. (2024). Optimalisasi komunikasi pelayanan publik dalam meningkatkan kepuasan pelanggan melalui aplikasi trans jatim ajaib. *Jurnal Ilmiah Politik, Kebijakan, Dan Sosial (PUBLICIO)*, 6(2).
- Fransiska, C., & Bernarto, I. (2021). Pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan dan keberlanjutan penggunaan pada pengguna aplikasi kesehatan. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 11(2).
- Ghozali. (2021). *Aplikasi analisis multivariate dengan program ibm SPSS 26* (10th ed.). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Haris, A. (2023). Pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan. *Economics and Digital Business Review*, 4(2).
- Hikmah, A., & Nurlinda, R. (2023). Pengaruh persepsi manfaat dan persepsi kemudahan penggunaan terhadap minat menggunakan dompet digital dana. *Al-Kharaj : Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 1(4).
- Istiyono, W. A., & Rizal, A. (2022). Pengaruh kualitas produk, kualitas layanan, dan kepercayaan terhadap kepuasan pelanggan (studi pada pelanggan restoran mie gacoan cabang semarang). *SEIKO: Journal of Management & Business*, 5(2).
- Kevin, M., & Nofrizal. (2023). Pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan pada pt alfamart medan. *Jurnal Ilmu Sosial Dan Politik*, 2(1). <https://doi.org/10.51622/jispol.v2i1.736>
- Krisnanto, A., & Yulianthini, N. N. (2021). Pengaruh nilai pelanggan dan kepercayaan terhadap kepuasan pelanggan pengguna jasa gojek di kota singaraja. *Prospek: Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 3(1).
- Kumanireng, I. H. W., & Utomo, R. B. (2023). Pengaruh literasi keuangan literasi pajak dan literasi digital terhadap minat investasi mahasiswa universitas mercu buana yogyakarta di pasar modal. *Jae (Jurnal Akuntansi Dan Ekonomi)*, 8(3).
- Laila, T. N., Putra, Y. P., & Aisah, S. (2022). Faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan herbalife di healthy glow skin. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Global Masa Kini*, 13(2).
- Meida, F., Astuti, M., & Nastiti, H. (2022). Pengaruh kualitas pelayanan dan kepercayaan terhadap kepuasan pelanggan e-commerce sociolla di era pandemic covid-19. *Jurnal IKRAITH-EKONOMIKA*, 5(2)
- Musman, A. (2024). *Strategi manajemen kepuasan pelanggan* (1st ed.). Anak Hebat Indonesia.
- Raiyan, M., & Siregar, M. R. (2021). Pengaruh persepsi risiko, dan kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan melalui variabel kepercayaan pada pengguna jasa angkutan gojek di banda aceh pada pandemi covid-19. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Manajemen*, 6(1).
- Ramadhanti, E., & Marlina, N. (2021). Analisis strategi kualitas layanan menggunakan metode importance -performance analysis (ipa). *Forum Ekonomi*, 23(3).
- Sari, N. A. A., & Wahyono, T. E. (2022). Pengaruh harga dan kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan indihome di perumahan permata jingga malang. *Jurnal Aplikasi Bisnis*, 8(2)
- Senjaya, Aan Juhana. (2020). Langkah-langkah analisis statistik. In *K-Media* (Vol. 59). K. Media
- Senjaya, A. J. (2022). *Statistika deskriptif* (4th ed.). K. Media. Sugiyono. (2022). *Metode penelitian kuantitatif* (3rd ed.). Alfabeta. Sugiyono. (2023). *Metode penelitian studi kasus* (1st ed.). Alfabeta.

Sugiyono. (2024). *Statistik untuk penelitian*. Alfabeta.

Sugiyono. (2025). *Statistik untuk penelitian*. Alfabeta.

Tesar, M., & Suprihhadi, H. (2022). Pengaruh kualitas layanan, harga, dan promosi, terhadap kepuasan pelanggan layanan gojek di surabaya. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 11(5).*Top brand award*. (2024). Top Brand