Journal of Management and Creative Business
Volume 4 Nomor 4 Oktober 2026
e-ISSN: 2962-1119; p-ISSN: 2962-0856, Hal. 945-953
DOI: https://doi.org/10.30640/jmcbus.v4i4.8057
Tersedia: https://jurnaluniv45sby.ac.id/index.php/jmcbus

Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan pada Jasa Servis Dadaha Phone Tasikmalaya

Vina Nurmiptah[1], Nandang[2*], Ismail Yusup[3]
[1-3]Program Studi Kewirausahaan, Universitas Pendidikan Indonesia, Indonesia
[*]*Penulis Korespondensi: nandang@upi.edu*

Abstract. *This study examines the role of service quality in influencing customer loyalty at Dadaha Phone repair service. The development of digital technology, accompanied by the increasing use of mobile phones, has encouraged the growing demand for mobile phone repair services. Under these conditions, service quality becomes an important factor in building and maintaining customer loyalty. This study employed a quantitative method with a descriptive and verification approach. The population consisted of customers of Dadaha Phone Tasikmalaya repair services, with a sample of 385 respondents selected using a purposive sampling technique. Data were collected through questionnaires and analyzed using descriptive analysis, classical assumption tests, simple linear regression analysis, t-test, and coefficients of determination analysis. The results showed that service quality and customer loyalty were categorized as high. Furthermore, service quality had a positive and significant effect on customer loyalty. The coefficient of determination indicated that service quality explained 81.1% of the variation in customer loyalty, while 18.9% stems from the influence of other variables outside the scope of the research model. These findings indicate that continuous improvement of service quality can be an effective strategy for strengthening customer loyalty at Dadaha Phone Tasikmalaya repair service.*

Keywords: *Customer Loyalty; Mobile Phone Repair Services; Service Industry; Service Marketing; Service Quality.*

Abstrak. Penelitian ini mengkaji peran kualitas pelayanan dalam membentuk loyalitas pelanggan pada jasa servis Dadaha Phone. Perkembangan teknologi digital yang diikuti dengan meningkatnya penggunaan telepon seluler telah mendorong bertambahnya kebutuhan masyarakat terhadap layanan perbaikan handphone. Dalam kondisi tersebut, kualitas pelayanan menjadi faktor yang berperan dalam membangun dan mempertahankan loyalitas pelanggan. Penelitian menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan deskriptif dan verifikatif. Populasi dalam penelitian adalah pelanggan jasa servis Dadaha Phone Tasikmalaya sebanyak 385 responden dipilih menggunakan teknik *purposive sampling*. Data diperoleh melalui kuesioner dan dianalisis menggunakan analisis deskriptif, uji asumsi klasik, analisis regresi linier sederhana, uji t, dan koefisien determinasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan loyalitas pelanggan berada pada kategori tinggi. Selain itu, kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Nilai koefisien determinasi memperlihatkan hasil kualitas pelayanan sebesar 81,1% variasi loyalitas pelanggan, sedangkan 18,9% berasal dari pengaruh variabel lain di luar cakupan model penelitian. Temuan ini mengindikasikan bahwa peningkatan kualitas pelayanan secara berkelanjutan dapat menjadi strategi yang efektif untuk memperkuat loyalitas pelanggan pada jasa servis Dadaha Phone Tasikmalaya.

Kata Kunci: Industri Jasa; Jasa Servis Handphone; Kualitas Pelayanan; Loyalitas Pelanggan; Pemasaran Jasa.

1. LATAR BELAKANG

Perkembangan teknologi digital yang semakin pesat telah meningkatkan penggunaan perangkat telepon seluler dalam berbagai aktivitas masyarakat, seperti komunikasi, pekerjaan,hiburan, hingga transaksi digital. Berdasarkan data Badan Pusat Statistik (2025), penggunaan telepon seluler di Indonesia mencapai 68,65% penduduk pada tahun 2024. Peningkatan penggunaan tersebut menyebabkan meningkatnya kebutuhan masyarakat terhadap jasa servis handphone akibat berbagai permasalahan, baik kerusakan perangkat keras maupun perangkat lunak.

Naskah Masuk: 22 Juli 2026; Revisi: 12 Agustus 2026; Diterima: 18 September 2026; Terbit: 01 Oktober 2026

Meningkatnya kebutuhan jasa servis handphone menjadi peluang bagi pelaku usaha di bidang perbaikan perangkat elektronik. Namun, persaingan dalam industri jasa menyebabkan perusahaan harus mampu memberikan pelayanan yang berkualitas tinggi. Menurut Parasuraman dkk. (1988), kualitas pelayanan dipahami sebagai perbandingan antara harapan pelanggan dengan persepsi mereka yang dapat menghasilkan umpan balik positif dan mendorong terbentuknya hubungan jangka panjang.

Dadaha Phone merupakan salah satu usaha jasa servis handphone yang berlokasi di Kota Tasikmalaya dan telah beroperasi sejak tahun 2017. Dalam menjalankan kegiatan usahanya, Salah satu tantangan yang dihadapi adalah mempertahankan pelanggan melalui penyediaan layanan jasa yang konsisten. Berdasarkan fenomena yang ditemukan, sebagian pelanggan memiliki kecenderungan memilih teknisi tertentu dibandingkan menggunakan layanan berdasarkan identitas usaha secara keseluruhan. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa loyalitas pelanggan masih dipengaruhi oleh pengalaman pelanggan terhadap individu pemberi layanan.

Selain itu, data jumlah pelanggan Dadaha Phone tahun 2024-2025 menunjukkan adanya peningkatan jumlah pelanggan, tetapi masih mengalami perubahan pada beberapa periode. Perbedaan jumlah pelanggan antar teknisi juga menunjukkan adanya variasi penilaian pelanggan terhadap kualitas yang diterima. Fenomena tersebut menjadi penting untuk dikaji karena dalam usaha jasa, konsistensi pelayanan antar pemberi layanan dapat mempengaruhi kepercayaan dan kesetiaan pelanggan.

Kesetiaan pelanggan menjadi sasaran penting dalam pemasaran jasa karena pelanggan yang memiliki loyalitas tinggi cenderung terus menggunakan jasa yang sama, memberikan rekomendasi kepada pihak lain serta tetap memilih perusahaan meskipun terdapat berbagai alternatif dari pesaing. Griffin (2005) menjelaskan bahwa loyalitas pelanggan tercermin dari perilaku penggunaan ulang jasa, memanfaatkan produk atau jasa lain dari perusahaan, rekomendasi untuk orang lain, serta ketahanan terhadap pengaruh pesaing. Dengan demikian, kualitas pelayanan merupakan salah satu faktor yang berperan penting dalam membentuk serta menciptakan retensi pelanggan.

Hubungan antara kualitas pelayanan dengan loyalitas pelanggan telah dibuktikan dalam berbagai penelitian sebelumnya. Menurut Fauzi dkk. (2022) membuktikan bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Menurut Lathifah dan Silvianita (2023) menyatakan bahwa kualitas pelayanan yang tinggi berperan dalam mendorong tingkat loyalitas yang tinggi. Sebagian penelitian terdahulu masih menitikberatkan kajian pada sektor perbankan digital, transportasi, pendidikan, dan layanan

umum. Penelitian mengenai kualitas pelayanan pada jasa servis handphone yang memiliki karakteristik interaksi langsung antara teknisi dan pelanggan masih relatif terbatas. Selain itu, penelitian mengenai perbedaan mengenai perbedaan kualitas pelayanan antar pemberi layanan dalam satu unit usaha dan dampaknya terhadap loyalitas pelanggan masih belum banyak dikaji.

Berdasarkan kesenjangan tersebut, penelitian ini dilaksanakan untuk mengkaji pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan pada jasa servis Dadaha Phone Tasikmalaya. Secara khusus, fokus dari penelitian yang dilaksanakan untuk mendeskripsikan kualitas pelayanan dan loyalitas pelanggan serta menguji pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan pada jasa servis Dadaha Phone Tasikmalaya.

2. KAJIAN TEORITIS

Loyalitas Pelanggan

Dalam jangka waktu yang panjang, loyalitas pelanggan tercermin melalui komitmen dalam memilih dan menggunakan jasa secara terus - menerus. Indikator loyalitas pelanggan menurut Griffin (2005) terdiri dari empat hal, yaitu melaksanakan pembelian ulang secara teratur *(repeat purchase)*, pembelian produk atau jasa lain dari perusahaan, *refers others*, serta tidak mudah beralih terhadap daya tarik pesaing *(immunity)*.

Kualitas Pelayanan

Menurut Parasuraman dkk. (1988) harapan pelanggan menjadi salah satu dasar dalam menentukan kualitas pelayanan yang diberikan oleh persepsi mereka terhadap pelayanan yang diterima. Semakin tinggi tingkat kesesuaian tersebut, semakin baik kualitas pelayanan yang dirasakan pelanggan sehingga dapat menciptakan pengalaman yang positif.

Salah satu aspek penting dalam membentuk penilaian positif terhadap perusahaan jasa adalah kualitas pelayanan. Menurut Tjiptono dan Chandra (2016), kualitas pelayanan merupakan kondisi dinamis yang berkaitan dengan produk, jasa, sumber daya manusia, proses, serta lingkungan yang mampu memenuhi bahkan melampaui harapan pelanggan.

Hubungan Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan

Loyalitas pelanggan dapat terbentuk melalui pengalaman positif yang diperoleh dari pelayanan berkualitas. Ketika pelayanan yang diberikan mampu memenuhi atau melampaui harapan pelanggan, maka pelanggan akan terdorong untuk kembali menggunakan layanan. Sebaliknya, rendahnya kualitas pelayanan dapat menyebabkan pelanggan pindah bahkan pergi kepada penyedia produk atau jasa lain.

Penelitian Felicia dkk. (2024) pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan ditunjukkan oleh kualitas pelayanan, Temuan tersebut didukung dengan penelitian

Pangesti dkk. (2024) yang menjelaskan kemampuan dalam memberikan pelayanan yang berkualitas mampu meningkatkan kepercayaan sekaligus memperkuat loyalitas pelanggan. Berdasarkan kajian teoritis tersebut, hipotesis penelitian ini adalah:

H1: Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada jasa servis Dadaha Phone Tasikmalaya

3. METODE PENELITIAN

Gambaran mengenai kualitas pelayanan dan loyalitas pelanggan pada jasa servis Dadaha Phone Tasikmalaya diperoleh melalui pendekatan deskriptif dalam penelitian yang menggunakan metode kuantitatif, sedangkan pendekatan verifikatif bertujuan untuk menguji pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan (Sugiyono, 2022).

Objek penelitian adalah pelanggan jasa servis Dadaha Phone Tasikmalaya. Populasi penelitian mencakup seluruh pelanggan yang pernah menggunakan layanan servis Dadaha Phone. Penelitian ini melibatkan 385 responden teknik *purposive sampling* yang digunakan dalam penelitian ini, yaitu responden yang memiliki kriteria yang pernah menggunakan jasa servis Dadaha Phone lebih dari satu kali.

Data penelitian diperoleh secara langsung menggunakan skala likert lima poin diterapkan pada instrumen kuesioner dengan kategori, mulai dari 1 (sangat tidak setuju) sampai dengan 5 (sangat setuju). Dalam penelitian ini variabel independen adalah kualitas pelayanan (X), sedangkan variabel dependen adalah loyalitas pelanggan (Y). Kualitas pelayanan mengacu pada lima dimensi SERVQUAL yang meliputi keandalan *(reliability)*, daya tanggap *(responsiveness)*, jaminan *(assurance)*, empati *(empathy)*, dan bukti fisik *(tangibles)*. Adapun loyalitas pelanggan mengacu pada indikator pembelian ulang, pembelian produk atau jasa lain, rekomendasi kepada pihak lain, serta ketahanan atau pengaruh dari daya tarik pesaing (Griffin, 2005).

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis pengaruh kualitas pelayanan sebagai variabel independen terhadap loyalitas pelanggan sebagai variabel dependen dilakukan pada jasa servis Dadaha Phone Tasikmalaya. Kuesioner disebarkan kepada pelanggan sebagai metode pengumpulan data dalam penelitian ini yaitu pelanggan yang pernah menggunakan layanan servis Dadaha Phone lebih dari satu kali. Penelitian dilaksanakan pada tahun 2026 dengan jumlah responden sebanyak 385 orang. Data yang telah didapatkan kemudian dianalisis dengan bantuan IBM SPSS Statistics 25

melalui serangkaian pengujian yang meliputi uji instrumen penelitian, uji asumsi klasik, serta pengujian hipotesis dengan analisis regresi linear sederhana.

Uji Instrumen Penelitian

Uji Validitas

Seluruh butir pernyataan pada variabel kualitas pelayanan maupun loyalitas pelanggan memiliki koefisien korelasi memenuhi kriteria validitas, sehingga seluruh butir pernyataan dinyatakan valid serta memenuhi syarat untuk digunakan dalam penelitian.

Uji Reliabilitas

Nilai *Cronbach's Alpha* yang diperoleh dari variabel kualitas pelayanan sebesar 0,947 dan variabel loyalitas pelanggan sebesar 0,839 berdasarkan hasil uji reliabilitas yang telah dilakukan. Terlampaui batas minimum 0,60, pada kedua nilai pengujian mengartikan setiap instrumen penelitian ini reliabel serta mampu memberikan hasil pengukuran yang konsisten.

Analisis Deskriptif Variabel Penelitian

Berdasarkan hasil analisis deskriptif yang melibatkan 340 responden, nilai rata-rata sebesar 106,63 (SD = 10,37) diperoleh pada variabel kualitas pelayanan, nilai tersebut mengindikasikan kualitas pelayanan Dadaha Phone termasuk pada kategori tinggi. Dimensi *empathy* memperoleh nilai indeks tertinggi, besaran nilai memperoleh 4,14, yang menunjukkan bahwa pelanggan memberikan tanggapan positif terhadap profesionalisme, kemampuan teknis, serta perhatian yang diberikan oleh karyawan. Sementara itu, dimensi *reliability* memperoleh nilai indeks terendah (4,00), terutama pada indikator ketepatan waktu penyelesaian servis. Meskipun demikian, secara keseluruhan pelanggan tetap mempersepsikan Dadaha Phone dengan baik.

Pada variabel loyalitas pelanggan mencatat nilai rata-rata sebesar 37,54 (SD = 4,13), termasuk kategori tinggi. Nilai indeks tertinggi (4,01), diperoleh dari dimensi *refers others* menunjukkan bahwa pelanggan bersedia merekomendasikan jasa servis Dadaha Phone kepada orang lain. Sebaliknya, dimensi *immunity* memperoleh nilai indeks terendah (3,82), yang mengindikasikan bahwa sebagian pelanggan masih mempertimbangkan alternatif jasa servis lain meskipun secara umum loyalitas pelanggan tetap berada pada kategori tinggi.

Pengujian Model Regresi

Uji Asumsi Klasik

Pemenuhan persyaratan analisis oleh model regresi dapat diketahui melalui uji asumsi klasik yang telah dilakukan. Hasil uji normalitas menghasilkan nilai *Monte Carlo. Sig.* yaitu 0,052 (>0,05), uji heteroskedastisitas menghasilkan besaran signifikansi yaitu 0,201 (>0,05), dan uji linearitas menunjukkan sifat hubungan yang linear, sebagaimana ditunjukkan oleh nilai

linearity sebesar 0,000 dan *deviation from linearity* sebesar 0,097(>0,05) . Dengan demikian, model regresi telah memenuhi asumsi klasik tersebut dapat digunakan sebagai dasar untuk menguji hipotesis penelitian.

Analisis Regresi Linear Sederhana

Loyalitas pelanggan sebagai variabel terikat dianalisis melalui metode regresi linier sederhana guna mengetahui pengaruh kualitas pelayanan. Diperoleh persamaan regresi linear sederhana dalam penelitian ini, yaitu Y= 0,830 + 0,340*X*. Nilai tersebut menjelaskan variabel kualitas pelayanan sebesar 0,340 menjelaskan adanya hubungan positif pada variabel loyalitas pelanggan. Hal ini mengindikasikan bahwa setiap peningkatan kualitas pelayanan akan diikuti oleh peningkatan loyalitas pelanggan, dengan asumsi variabel lain berada pada kondisi konstan.

Pengujian Hipotesis

Pengujian melalui uji parsial (t) menghasilkan bahwa variabel kualitas pelayanan memperoleh nilai *t* hitung sebesar 40,514 dan nilai signifikansi sebesar 0,000 (<0,05). Hasil pengujian memperlihatkan adanya pengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan ditunjukkan oleh kualitas pelayanan. Maka, hipotesis penelitian dapat diterima karena telah membuktikan adanya pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan.

Koefisien Determinasi

Pengujian koefisien determinasi dilakukan guna mengetahui besarnya peran dari kualitas pelayanan mampu memberikan kontribusi yang memprediksikan perubahan loyalitas pelanggan.

Tabel 1. Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2).

Model	R	R-*Square*	*Adjusted R Square*	*Std. Error of the estimate*
1	0,900	0,811	0,810	2,756

Berdasarkan Tabel 4.1, nilai R square 0,811 mengungkapkan bahwa kualitas pelayanan mampu memberikan peran variasi yang menjelaskan variabel loyalitas pelanggan sebesar 81,1%. Sementara itu, 18,9% dijelaskan oleh variabel atau faktor tambahan yang berada di luar cakupan model penelitian ini.

Hasil analisis ini memberikan temuan bahwa kualitas pelayanan menjadi salah satu aspek penting yang memiliki peran membangun loyalitas pelanggan. Temuan tersebut didukung oleh penelitian Pertiwi dkk. (2022) yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan memiliki peran terhadap loyalitas pelanggan. Lebih lanjut, hasil penelitian juga memperkuat pendapat variabel loyalitas pelanggan dipengaruhi secara positif dan signifikan oleh kualitas pelayanan (Fatonah dkk., 2023).

5. KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil penelitian, kualitas pelayanan pada jasa servis Dadaha Phone Tasikmalaya berada pada kategori cenderung tinggi. Pelanggan memberi penilaian positif terhadap seluruh dimensi kualitas pelayanan, yaitu keandalan *(reliability)*, daya tanggap, *(responsiveness)*, jaminan *(assurance)*, empati *(empathy)*, dan bukti fisik *(tangibles),* dengan dimensi jaminan *(assurance)* dan dimensi empati *(empathy)* memperoleh penilaian tertinggi. Loyalitas pelanggan termasuk pada kategori cenderung tinggi, ditunjukkan oleh kecenderungan pelanggan untuk menggunakan kembali jasa servis, memanfaatkan layanan lain, merekomendasikan Dadaha Phone kepada pihak lain, serta terus menggunakan layanan tersebut daripada penyedia jasa lain.

Temuan dari pengujian analisis regresi linear sederhana memperlihatkan bahwa peningkatan loyalitas pelanggan secara positif dan signifikan sebagai akibat dari meningkatnya kualitas pelayanan pada jasa servis Dadaha Phone Tasikmalaya. Dengan nilai signifikansi sebesar 0,000 (<0,05), hasil pengujian hipotesis penelitian dapat diterima. Selain itu, nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,811 dapat diketahui bahwa kualitas pelayanan mampu memberikan kontribusi 81,1% variasi loyalitas pelanggan, sedangkan sebesar 18,9% merupakan kontribusi dari faktor-faktor lain yang tidak menjadi fokus penelitian. Dengan demikian, peningkatan kualitas pelayanan akan diikuti oleh peningkatan loyalitas pelanggan. Kemudian faktor-faktor di luar penelitian antara lain citra perusahaan (Fadly dkk., 2023), kepuasan pelanggan (Fauzi dkk., 2023; Pangesti dkk., 2024; Tanjung & Rahman, 2023), nilai konsumen (Masrury, 2025), *brand image* (Rizal dkk, 2025), harga (Fatonah dkk., 2023; Pertiwi dkk., 2022; Wiguna & Padmantyo, 2022), ketepatan waktu (Sahara, 2024), motivasi (Zebua dkk., 2025) serta store atmosfer (Takwim dkk., 2022).

Berdasarkan temuan yang diperoleh, kualitas pelayanan diketahui memiliki pengaruh terhadap loyalitas pelanggan yang berperan strategis untuk mempertahankan loyalitas pelanggan pada usaha jasa servis handphone. Oleh karena itu, Dadaha Phone disarankan untuk mempertahankan kualitas pelayanan, terutama aspek empati *(empathy),* serta meningkatkan aspek keandalan *(reliability)*, seperti ketepatan waktu penyelesaian servis, konsistensi hasil perbaikan, dan kejelasan informasi kepada pelanggan. Selain itu, perusahaan dapat mengembangkan program loyalitas pelanggan, seperti pemberian layanan purna servis, atau penghargaan bagi pelanggan tetap untuk meningkatkan hubungan yang berkesinambungan dengan pelanggan.

Penelitian ini terbatas pada satu objek penelitian dan hanya menggunakan variabel kualitas pelayanan yang digunakan untuk menjelaskan loyalitas pelanggan. Berdasarkan uraian

tersebut, penelitian selanjutnya dapat mempertimbangkan penambahan variabel lain, seperti kepuasan pelanggan, kepercayaan, harga dan citra perusahaan. Diharapkan peneliti di masa depan akan menerapkan cakupan penelitian yang lebih luas sehingga hasil yang telah dilakukan dapat memberikan gambaran yang lebih menyeluruh sehingga dapat daya generalisasi yang lebih luas.

DAFTAR REFERENSI

Badan Pusat Statistik. (2025). *Statistik telekomunikasi Indonesia 2024*. Jakarta: Badan Pusat Statistik.

Fadli, M., Augustin, J., & Zahara, F. (2023). Pengaruh kualitas pelayanan melalui citra perusahaan terhadap loyalitas pelanggan PT. Perkebunan Nusantara V Pekanbaru. *Jurnal Administrasi Bisnis, 12*(1), 76–88. https://doi.org/10.14710/jab.v12i1.46288

Fatonah, H., Rani, & Purwatiningsih. (2023). Pengaruh kualitas pelayanan, harga dan kepercayaan terhadap loyalitas pelanggan pada jasa pengiriman J&T Express Cabang Kedoya Raya 2. *Sammajiva: Jurnal Penelitian Bisnis dan Manajemen, 1*(3), 186–201. https://doi.org/10.47861/sammajiva.v1i2.356

Fauzi, A., Setyawan, I., Rahma, S. A., Harnanti, N., Linda, A., & Opusunggu, S. (2022). Pengaruh kualitas layanan, kepuasan pelanggan, citra perusahaan terhadap loyalitas pelanggan. *Jurnal Manajemen dan Bisnis, 1*(3).

Felicia, Nugroho, N., Yuliana, & Hutabarat, F. A. M. (2024). Pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan. *Journal of Trends Economics and Accounting Research, 4*(3), 654–659. doi:10.47065/jtear.v4i3.1043

Griffin, J. (2005). *Customer loyalty: Menumbuhkan dan mempertahankan kesetiaan pelanggan*. Jakarta: Erlangga.

Lathifah, U. K., & Silvianita, A. (2023). Loyalitas pelanggan Kopi Kenangan dari segi pengalaman pelanggan, kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan (Studi pada konsumen di Bandung). *Ekobis, 24*(1), 55–71.

Masruri, Y. (2025). Pengaruh kualitas pelayanan dan nilai konsumen terhadap loyalitas pelanggan pada jasa pencucian pakaian laundry syariah (MJ Laundry Cikarang). *Jurnal Al-Fatih Global Mulia, 7*(1), 17–24. https://doi.org/10.59729/alfatih.v7i1.124

Pangesti, E. N., Resmi, S., & Utami, A. M. (2024). Pengaruh kualitas layanan dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan pada Badan Penyelenggaraan Jaminan Sosial Ketenagakerjaan Gunungkidul. *Cakrawangsa Bisnis, 5*(1), 17–28.

Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1988). SERVQUAL: A multiple-item scale for measuring consumer perceptions of service quality. *Journal of Retailing, 64*(1), 12–40.

Pertiwi, A. B., Ali, H., & Sumantyo, F. D. S. (2022). Pengaruh persepsi harga dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan pada e-commerce Shopee. *Jurnal Ilmu Multidisiplin, 1*(2). https://doi.org/10.38035/jim.v1i2

Pramista, N. M. M., & Yulianthini, N. N. (2025). Pengaruh kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan spa di Maya Sanur Resort and Spa. *Prospek: Jurnal Manajemen dan Bisnis, 7*(1).

Purnama, C., Rahmah, Z. Z., Fatmah, D., Rahmah, M., Hasani, S., Rahmah, Y., Yuliani, & Mutfarida, B. (2024). Investigasi peran temporal kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah dengan kepuasan sebagai variabel mediasi pada Bank Syariah Indonesia. *Manajemen: Jurnal Ekonomi USI, 6*(2), 390–400.

Rizal, R. S., & Ashari, A. A. (2025). Pengaruh kualitas pelayanan dan brand image terhadap loyalitas pelanggan jasa PT Krakatau Bandar Samudera. *Sains Manajemen Unsera: Jurnal Manajemen Unsera, 11*(1).

Sahara, S., & Adelina, F. (2024). Analisis kualitas pelayanan dan ketepatan waktu pengiriman terhadap loyalitas pelanggan di ekspedisi JNE Kota Tangerang. *JIEOM, 7*(1).

Subawa, I. G. B., & Sulistyawati, E. (2020). Kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan dengan kepuasan pelanggan sebagai variabel mediasi. *E-Jurnal Manajemen, 9*(2), 718–736. https://doi.org/10.24843/EJMUNUD.2020.v09.i02.p16

Sugiyono. (2022). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Takwim, R. I., Asmala, T., & Johan, A. (2022). Pengaruh kualitas layanan dan store atmosphere terhadap customer loyalty. *Fair Value: Jurnal Ilmiah Akuntansi dan Keuangan, 4*(12), 5617–5624.

Tanjung, J. R., & Rahman, S. (2023). Pengaruh kualitas pelayanan, kualitas produk dan kepercayaan terhadap kepuasan dan loyalitas pelanggan IndiHome PT. Telkom Indonesia Pekanbaru. *Jurnal BANSI (Bisnis, Manajemen dan Akuntansi), 3*(1).

Tjiptono, F., & Chandra, G. (2016). *Service, quality & satisfaction* (Edisi ke-4). Yogyakarta: Andi.

Wiguna, M. A., & Padmantyo, S. (2023). Pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap loyalitas pelanggan yang dimediasi oleh kepuasan pelanggan. *Jurnal Lentera Bisnis, 12*(2), 379–391. https://doi.org/10.34127/jrlab.v12i2.766

Zebua, M. D., Musri, M. A., & Ichsan, R. N. (2025). Pengaruh kualitas pelayanan dan motivasi terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan sebagai variabel intervening. *Journal of Artificial Intelligence and Digital Business (RIGGS), 4*(2), 458–464.