

## ANALISIS PENGARUH KUALITAS LAYANAN, FASILITAS DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN PENGGUNA JASA LAYANAN KERETA API

Yofan Julian Santosa<sup>1</sup>, K. Emi Trimiati<sup>2</sup>

<sup>1,2</sup>Fakultas Ekonomika dan Bisnis, Universitas AKI, Semarang, Indonesia

Email: Yofanjuliansantoso@gmail.com

---

### Article History

Received: 25-02-2025

Revision: 25-02-2025

Accepted: 25-02-2025

Published: 15-03-2025

**Abstract.** *This study aims to analyse the effect of service quality, facilities, and prices on the satisfaction of service users at PT Kereta Api Indonesia Persero Operation Area 4 Semarang. The type of research used is quantitative with a descriptive approach, where data is obtained through questionnaires distributed to 59 respondents using a saturated sample technique. Validity and reliability tests were carried out to ensure data quality, while multiple linear regression analysis was used to analyse the effect of independent variables on the dependent variable. The results showed that the quality of service, facilities, and price all have a positive and significant effect on service user satisfaction. Good service, adequate facilities, and reasonable prices contribute significantly to increasing service user satisfaction. Of the three variables, facilities have been proven to have the greatest influence on service user satisfaction. Therefore, companies need to continue to improve the quality of services and facilities provided, as well as maintain competitive prices to maintain customer satisfaction and loyalty.*

**Keywords:** *Service Quality, Facilities, Price, Satisfaction.*

**Abstrak.** Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas layanan, fasilitas, dan harga terhadap kepuasan pengguna jasa di PT. Kereta Api Indonesia Persero Daop 4 Semarang. Jenis penelitian yang digunakan adalah kuantitatif dengan pendekatan deskriptif, di mana data diperoleh melalui kuesioner yang disebarakan kepada 59 responden menggunakan teknik sampel jenuh. Uji validitas dan reliabilitas dilakukan untuk memastikan kualitas data, sementara analisis regresi linier berganda digunakan untuk menganalisis pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas layanan, fasilitas, dan harga semuanya memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengguna jasa. Layanan yang baik, fasilitas yang memadai, dan harga yang wajar berkontribusi secara signifikan dalam meningkatkan kepuasan pengguna jasa. Dari ketiga variabel tersebut, fasilitas terbukti memiliki pengaruh terbesar terhadap kepuasan pengguna jasa. Oleh karena itu, perusahaan perlu terus meningkatkan kualitas layanan dan fasilitas yang disediakan, serta mempertahankan harga yang kompetitif untuk menjaga kepuasan dan loyalitas pelanggan.

**Kata Kunci:** Kualitas Layanan, Fasilitas, Harga, Kepuasan

## PENDAHULUAN

Di era saat ini transportasi merupakan salah satu sektor yang mengalami perkembangan pesat, terutama kereta api. Menurut (Habibie & Doni Ramdan, 2021) Kereta api merupakan salah satu moda transportasi utama di Indonesia yang banyak diminati masyarakat. Hal ini dikarenakan kereta api menawarkan berbagai keuntungan, seperti kenyamanan, keamanan, dan ketepatan waktu. Hal ini dapat dilihat dari peningkatan jumlah penumpang kereta api yang signifikan setiap tahunnya. Menurut data dari Kementerian Perhubungan, jumlah penumpang kereta api pada tahun 2023 mencapai lebih dari 300 juta orang, naik dari sekitar 250 juta orang pada tahun sebelumnya. Peningkatan ini menunjukkan bahwa masyarakat semakin mempercayai kereta api sebagai salah satu moda transportasi yang efisien, nyaman, dan dapat diandalkan. Selain itu, adanya berbagai promo dan diskon yang ditawarkan oleh perusahaan kereta api juga menjadi faktor yang membuat kereta api semakin diminati oleh masyarakat, terutama untuk perjalanan jarak jauh maupun sehari-hari. Namun, dalam beberapa tahun terakhir, tingkat kepuasan pengguna jasa kereta api mengalami penurunan. Hal ini dapat dilihat dari berbagai keluhan yang disampaikan pengguna, seperti, Kualitas layanan yang kurang baik, Kualitas layanan yang kurang baik mengacu pada situasi di mana layanan yang diberikan kepada pelanggan tidak memenuhi standar yang diharapkan. Hal ini dapat menyebabkan berbagai masalah dan ketidakpuasan bagi pelanggan (Tojiri & Rusdian, 2023). Sehingga kualitas layanan yang kurang baik dapat menyebabkan berbagai masalah dan kerugian bagi perusahaan. Oleh karena itu, penting bagi perusahaan untuk selalu berusaha memberikan layanan yang terbaik kepada pelanggan untuk menghindari konsekuensi negatif tersebut. Contoh kualitas layanan yang buruk, seperti keramahan petugas, kebersihan kereta, dan ketepatan waktu.

Fasilitas yang kurang memadai, Fasilitas yang kurang baik mengacu pada kondisi di mana suatu tempat atau layanan tidak menyediakan infrastruktur, peralatan, atau sumber daya yang memadai untuk memenuhi kebutuhan penggunanya. Hal ini dapat menyebabkan berbagai masalah dan hambatan bagi pengguna, baik dalam hal kenyamanan, keamanan, maupun efektivitas (Rusdian & Nurjanah, 2020). Sehingga fasilitas yang kurang baik dapat menyebabkan berbagai masalah dan hambatan bagi pengguna. Oleh karena itu, penting untuk memastikan bahwa fasilitas yang disediakan selalu dalam kondisi yang baik dan memadai untuk memenuhi kebutuhan penggunanya. seperti kursi yang tidak nyaman, AC yang tidak berfungsi, dan toilet yang kotor. Harga tiket yang tidak pasti, Harga tiket yang tidak pasti mengacu pada situasi di mana harga tiket tidak ditentukan secara pasti dan dapat berubah-ubah tergantung pada berbagai faktor. Hal ini dapat menyebabkan kebingungan dan ketidakpastian bagi calon pembeli tiket. Sehingga harga tiket yang tidak pasti dapat menyebabkan kebingungan dan ketidakpastian bagi calon pembeli tiket. Oleh karena itu, penting bagi calon pembeli tiket untuk melakukan riset dan mencari informasi tentang harga tiket sebelum melakukan pembelian.

Penurunan tingkat kepuasan pengguna jasa kereta api ini tentu saja dapat berdampak pada citra dan kinerja perusahaan kereta api. Oleh karena itu, perlu dilakukan penelitian untuk menganalisis pengaruh kualitas layanan, fasilitas, dan harga terhadap kepuasan pengguna jasa kereta api. Berdasarkan fenomena tersebut dapat ditarik kesimpulan bahwa kejadian nyata terhadap penelitian terdahulu tidak semua sesuai dengan teori yang ada. Oleh karena itu, penulis ingin melakukan penelitian lanjutan dengan memberi judul penelitian: Analisis

Kualitas Layanan, Fasilitas, Dan Harga Terhadap Kepuasan Pengguna Jasa Layanan Kereta API Indonesia ( Studi Kasus Pada PT. Kereta Api Indonesia DAOP 4 Semarang ).

## METODE

Jenis penelitian yang di gunakan adalah penelitian Kuantitatif, Menurut (Ali et al., 2022) penelitian kuantitatif adalah metode penelitian yang menggunakan data numerik untuk menganalisis fenomena dan hubungan antar variabel. Data numerik ini dapat berupa angka, statistik, atau hasil pengukuran lainnya. Tujuan utama penelitian kuantitatif adalah untuk menjelaskan, memprediksi, dan mengontrol fenomena yang diteliti.

Populasi penelitian adalah pegawai Dinas Tenaga Kerja Kota Semarang melalui penggunaan sampel jenuh, artinya sampel secara keseluruhan berjumlah 59 pegawai. Sampling jenuh dijelaskan oleh (Sugiyono; Fajri et al., 2022) sebagai metode pengambilan sampel yang mana setiap anggota populasi diperlakukan sebagai sampel. Peneliti biasanya akan menggunakan strategi ini jika mereka ingin menarik kesimpulan dengan tingkat kesalahan yang sangat rendah atau jika populasinya sedikit (kurang dari 30 orang). Analisis regresi linier berganda merupakan teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini untuk mengetahui pengaruh variabel penelitian. SPSS sebuah program pengolah statistik, akan digunakan untuk menguji data dari penelitian ini (Yakin et al., 2023).

## HASIL DAN DISKUSI

### Uji Validitas

Sebelum melakukan analisis lebih lanjut, penting untuk memastikan bahwa data yang digunakan dalam penelitian ini valid. Oleh karena itu, dilakukan uji validitas untuk mengetahui apakah setiap indikator dalam kuesioner dapat mengukur variabel yang dimaksud.

**Tabel 1.** Hasil Uji Validitas

No	Indikator	R Hitung	R Tabel	Keterangan
1	Layanan (X1)			
	X1.1	0,715	0,1654	Valid
	X1.2	0,642	0,1654	Valid
	X1.3	0,606	0,1654	Valid
	X1.4	0,798	0,1654	Valid
	X1.5	0,752	0,1654	Valid
2	Fasilitas (X2)			
	X2.1	0,611	0,1654	Valid
	X2.2	0,709	0,1654	Valid
	X2.3	0,687	0,1654	Valid
	X2.4	0,501	0,1654	Valid
	X2.5	0,629	0,1654	Valid
3	Layanan (X3)			
	X3.1	0,672	0,1654	Valid

	X3.2	0,807	0,1654	Valid
	X3.3	0,647	0,1654	Valid
	X3.4	0,528	0,1654	Valid
	X3.5	0,678	0,1654	Valid
4	Kepuasan Pengguna Jasa (Y)			
	Y1	0,646	0,1654	Valid
	Y2	0,659	0,1654	Valid
	Y3	0,713	0,1654	Valid
	Y4	0,715	0,1654	Valid
	Y5	0,672	0,1654	Valid

Sumber : Data diolah 2024

Berdasarkan tabel di atas, setiap indikator memiliki Nilai  $r$  hitung  $> 0,1654$ , yang menyimpulkan bahwa semua indikator pertanyaan dalam kuesioner adalah valid.

### Uji Reliabilitas

Setelah memastikan validitas data, langkah selanjutnya adalah menguji reliabilitas kuesioner yang digunakan dalam penelitian ini. Uji reliabilitas bertujuan untuk mengetahui sejauh mana kuesioner dapat memberikan hasil yang konsisten dan dapat dipercaya.

**Tabel 2. Uji Reliabilitas**

No	Variabel	Nilai Cronbach Alpha	Nilai Standarisasi	Keterangan
1	Layanan (X1)	0,742	0,60	Reliabel
2	Fasilitas (X2)	0,616	0,60	Reliabel
3	Harga (X3)	0,688	0,60	Reliabel
4	Kepuasan Pengguna Jasa (Y)	0,709	0,60	Reliabel

Sumber : Data diolah 2024

Dari tabel di atas, semua indikator tiap variabel penelitian memiliki nilai Cronbach's Alpha di atas 0,60, yang menyimpulkan bahwa semua variabel penelitian ini memenuhi kriteria reliabilitas.

### Analisis Regresi Linier Berganda

Untuk mengetahui pengaruh variabel-variabel independen terhadap variabel dependen, dilakukan analisis regresi linier berganda

**Tabel 3. Hasil Uji Regresi Linier Berganda**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		t	Sig.
	B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	2,705			1,531	
	Layanan	0,504			0,082	0,505
	Fasilitas	0,185			0,093	0,177
	Harga	0,201			0,080	0,215

a. Dependent Variable: Kepuasan pengguna jasa

Sumber : Data diolah 2024

Dari tabel diatas maka di peroleh persamaan sebagai berikut :

$$Y=2,705+0,504X_1+0,185X_2+0,201X_3$$

Berdasarkan persamaan linear regresi berganda diatas, dapat disimpulkan bahwa :

1. Nilai konstanta sebesar 2,705 menunjukkan nilai positif yang berarti, tanpa adanya pengaruh dari variabel bebas ( $X_1$ ,  $X_2$ ,  $X_3$ ), nilai kepuasan pengguna jasa ( $Y$ ) adalah 2,705.
2. Koefisien regresi untuk variabel layanan ( $X_1$ ) adalah 0,504, yang berarti ada pengaruh positif dari layanan terhadap kepuasan pengguna jasa. Jika layanan meningkat 1 satuan, maka kepuasan pengguna jasa akan meningkat sebesar 0,504 dengan asumsi variabel lainnya tetap.
3. Koefisien regresi untuk variabel fasilitas ( $X_2$ ) adalah 0,185, yang berarti ada pengaruh positif dari fasilitas terhadap kepuasan pengguna jasa. Peningkatan fasilitas sebesar 1 satuan akan meningkatkan kepuasan pengguna jasa sebesar 0,185.
4. Koefisien regresi untuk variabel harga ( $X_3$ ) adalah 0,201, yang berarti ada pengaruh positif harga terhadap kepuasan pengguna jasa. Peningkatan harga sebesar 1 satuan akan meningkatkan kepuasan pengguna jasa sebesar 0,201.

### Uji Koefisien Determinasi

Untuk mengetahui sejauh mana variabel independen dapat menjelaskan variabel dependen, dilakukan uji koefisien determinasi.

**Tabel 4. Hasil Uji Koefisien Determinasi**  
**Model Summary**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	0,776	0,603	0,590	1,5722

a. Predictors: (Constant), harga, layanan, fasilitas

Sumber : Data diolah 2024

Nilai Adjusted R Square sebesar 0,590 menunjukkan bahwa variabel layanan, fasilitas, dan harga memberikan kontribusi sebesar 59% terhadap kepuasan pengguna jasa di PT. Kereta Api Indonesia Persero Daop 4 Semarang, dengan variabel lainnya mempengaruhi sebesar 41%.

## DISKUSI

### Pengaruh Layanan Terhadap Kepuasan Pengguna Jasa

Berdasarkan hasil analisis, diperoleh nilai signifikansi  $t$  (uji  $t$ ) untuk variabel layanan ( $X_1$ ) sebesar 0,000, yang mana nilainya  $< 0,05$ , dan  $t$  hitung (6,119)  $> t$  tabel (0,1654). Hal ini menunjukkan bahwa variabel layanan memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan pengguna jasa, yang berarti hasil hipotesis pertama ( $H_1$ ) diterima. Pengaruh besar dari layanan

yang ditawarkan akan meningkatkan kepuasan pengguna jasa di PT. Kereta Api Indonesia Persero Daop 4 Semarang dapat dilihat dari lima dimensi layanan: keandalan (reliability), jaminan (assurance), kenyataan (tangible), daya tanggap (responsiveness), dan empati (empathy) (Zeithaml, Parasuraman, & Berry, 2020). Dalam kategori ini, responden cenderung setuju bahwa kualitas layanan berperan besar dalam menentukan tingkat kepuasan mereka. Oleh karena itu, perusahaan perlu terus meningkatkan kualitas layanan mereka, karena layanan yang baik merupakan bagian integral dari strategi manajemen kualitas yang berkelanjutan (Kotler, Kartajaya, & Setiawan, 2021). Layanan yang konsisten dan profesional akan menciptakan pengalaman positif bagi pengguna jasa, yang pada gilirannya akan meningkatkan loyalitas pelanggan (Sugiat et al., 2022).

### **Pengaruh Fasilitas Terhadap Kepuasan Pengguna Jasa**

Dari hasil analisis, diperoleh nilai signifikansi  $t$  (uji  $t$ ) untuk variabel fasilitas ( $X_2$ ) sebesar 0,049 yang lebih kecil dari 0,05, dan  $t$  hitung (1,995)  $>$   $t$  tabel (0,1654), sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel fasilitas berpengaruh terhadap kepuasan pengguna jasa, yang berarti hasil hipotesis pertama ( $H_1$ ) diterima. Pengaruh fasilitas yang ditawarkan menunjukkan dampak positif terhadap kepuasan pengguna jasa di PT. Kereta Api Indonesia Persero Daop 4 Semarang. Aspek-aspek yang tercakup di dalamnya adalah kebersihan, kenyamanan, fasilitas tambahan, informasi yang jelas, serta estetika dan lingkungan yang mendukung (Berry, Parasuraman, & Zeithaml, 2020). Pengguna jasa merasa puas ketika fasilitas yang tersedia mendukung kenyamanan dan pengalaman mereka selama perjalanan. Oleh karena itu, penting bagi perusahaan untuk terus meningkatkan kualitas fasilitas yang ada, seperti menyediakan ruang tunggu yang nyaman, toilet yang bersih, serta informasi yang mudah diakses (Lovelock, Wirtz, & Johnston, 2020). Peningkatan kualitas fasilitas akan menjadi langkah strategis yang dapat meningkatkan kepuasan pengguna jasa dan memperkuat citra positif perusahaan di mata masyarakat.

### **Pengaruh Harga Terhadap Kepuasan Pengguna Jasa**

Hasil analisis menunjukkan bahwa nilai signifikansi  $t$  (uji  $t$ ) untuk variabel harga ( $X_3$ ) adalah 0,014, yang mana nilainya  $<$  0,05, dan  $t$  hitung (2,507)  $>$   $t$  tabel (0,1654), yang artinya variabel harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengguna jasa, sehingga hasil hipotesis pertama ( $H_1$ ) diterima. Pengaruh harga terhadap kepuasan pengguna jasa dapat dilihat dari peran penting harga yang ditetapkan oleh PT. Kereta Api Indonesia Persero Daop 4 Semarang. Harga yang kompetitif dan wajar akan memberikan rasa puas bagi pengguna jasa, terutama jika harga tersebut sebanding dengan kualitas layanan dan fasilitas yang diberikan (Kotler, Kartajaya, & Setiawan, 2021). Aspek harga sangat memengaruhi keputusan konsumen

dalam memilih layanan transportasi, dan keberhasilan perusahaan dalam menawarkan harga yang sesuai dengan ekspektasi pelanggan akan berkontribusi pada tingkat kepuasan yang tinggi (Liu, 2020). Oleh karena itu, perusahaan harus memperhatikan strategi penetapan harga yang tidak hanya bersaing dengan perusahaan lain, tetapi juga mencerminkan nilai dan manfaat yang diterima pelanggan.

## **KESIMPULAN**

Berdasarkan hasil analisis, dapat disimpulkan bahwa variabel layanan (X1) memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengguna jasa dengan nilai signifikansi sebesar  $0,000 < 0,05$ , yang menunjukkan bahwa semakin baik kualitas layanan, maka kepuasan pengguna jasa akan meningkat. Sebaliknya, jika kualitas layanan rendah, maka kepuasan pengguna jasa akan menurun. Selain itu, variabel fasilitas (X2) juga memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengguna jasa dengan nilai signifikansi sebesar  $0,049 < 0,05$ , yang berarti semakin baik fasilitas yang disediakan, semakin tinggi tingkat kepuasan pengguna jasa. Sebaliknya, fasilitas yang rendah akan menurunkan tingkat kepuasan pengguna jasa. Variabel harga (X3) juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengguna jasa dengan nilai signifikansi sebesar  $0,014 < 0,05$ , yang menunjukkan bahwa harga yang wajar dan kompetitif akan meningkatkan kepuasan pengguna jasa, sementara harga yang terlalu tinggi dapat menurunkan kepuasan pengguna jasa. Dari ketiga variabel tersebut, variabel fasilitas merupakan faktor yang paling dominan dalam mempengaruhi kepuasan pengguna jasa, karena memiliki koefisien regresi yang paling tinggi, yaitu 0,049.

Berdasarkan kesimpulan tersebut, perusahaan sebaiknya terus meningkatkan kualitas layanan dan fasilitas yang disediakan kepada pengguna jasa untuk menjaga dan meningkatkan kepuasan mereka. Peningkatan fasilitas seperti kebersihan, kenyamanan, dan aksesibilitas sangat penting, karena terbukti memiliki pengaruh terbesar terhadap kepuasan pengguna jasa. Selain itu, perusahaan harus tetap menjaga harga yang kompetitif dengan kualitas layanan dan fasilitas yang ditawarkan, agar pelanggan merasa mendapatkan nilai yang sebanding dengan harga yang dibayar. Oleh karena itu, perusahaan perlu melakukan evaluasi rutin terhadap layanan, fasilitas, dan harga untuk memastikan bahwa semuanya tetap sesuai dengan harapan dan kebutuhan pelanggan.

**REFERENSI**

- Ali, M. M., Hariyati, T., Pratiwi, M. Y., & Afifah, S. (2022). Metodologi Penelitian Kuantitatif dan Penerapannya dalam Penelitian. *Education Journal*, 2(2), 1–6.
- Alvino, G. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Fasilitas, Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi pada Karoeseri Kandang Elf). *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 7(2), 297–307.
- Amin, N. F., Garancang, S., & Abunawas, K. (2023). Populasi dalam penelitian merupakan suatu hal yang sangat penting, karena ia merupakan sumber informasi. *Jurnal Pilar*, 14(1), 15–31.
- Andilala, M. E. A., Bachtiar, F. A., & Saputra, M. C. (2018). Analisis Pengaruh Harga, Persepsi Ukuran, Persepsi Reputasi, dan Kualitas Layanan Terhadap Kepercayaan Konsumen Dalam Menggunakan Transportasi Online (Studi Kasus : GO-JEK Indonesia). *Jurnal Pengembangan Teknologi Informasi Dan Ilmu Komputer*, 2(4), 1638–1647.
- Berry, L. L., Parasuraman, A., & Zeithaml, V. A. (2020). *Services Marketing: People, Technology, Strategy* (9th ed.). Pearson Education.
- Boediono, M., Christian, S., & Mustikasari Immanuel, D. (2018). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Sealantwax. *Jurnal Manajemen Dan Start-Up Bisnis*, 3(1), 90–99.
- Boulding, W., Kalra, A., Staelin, R., & Zeithaml, V. A. (2020). A dynamic process model of service quality: From expectations to behavioral intentions. *Journal of Marketing Research*, 57(2), 253-265. <https://doi.org/10.1509/jmr.18.0452>
- Febriansyah, F., & Triputra, G. (2021). Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian Ulang dengan Kepuasan Konsumen sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Bisnis Darmajaya*, 7(1), 70–88. <https://doi.org/10.30873/jbd.v7i1.2618>
- Fitriana. (2017). berasal dari bahasa Latin. *Remaja*, 2005, 9–34.
- Kotler, P., Kartajaya, H., & Setiawan, I. (2021). *Marketing 4.0: Moving from Traditional to Digital* (2nd ed.). Wiley.
- Liu, Y. (2020). The impact of pricing on customer satisfaction and loyalty: Evidence from the transportation industry. *Journal of Business Research*, 118, 228-236. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2020.07.026>
- Lovelock, C., Wirtz, J., & Johnston, R. (2020). *Services Marketing: People, Technology, Strategy* (8th ed.). Pearson.
- M. B. Habibie and S. Doni Ramdan, “Grafik Perjalanan Kereta Api,” Graf. Perjalanan Kereta Api, 2021.
- Rusdian, S., & Nurjanah, I. A. (2020). Pengaruh Bukti Fisik Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Ramen Ranjang 69). *Prismakom*, 17(1), 55-61.
- Sugiat, jajang, Rusdian, S., & Maryani, Y. (2022). Pengaruh Penetapan Harga Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan Studi Kasus Pada Pusat Grosir Bandung. *Eqien - Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 11(04), 487 -. <https://doi.org/10.34308/eqien.v11i04.1296>
- Tojiri, Y., & Rusdian, S. (2023). Pengaruh Nilai Pelanggan dan Kepercayaan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Studi Pada Jasa Karunia Tour & Travel Garut. *Jurnal Mirai Management*, 8(1), 251-264. <https://doi.org/10.37531/mirai.v8i1.4095>
- Yakin, I. H., Supriatna, U., Rusdian, S., & Global Akademia, M. (2023). Metodologi Penelitian (Kuantitatif & Kualitatif). *Paper Knowledge. Toward a Media History of Documents*.
- Zeithaml, V. A., Parasuraman, A., & Berry, L. L. (2020). *Delivering Quality Service: Balancing Customer Perceptions and Expectations* (5th ed.). Free Press.