



Postgraduate Bosowa University Publishing (PBUP)

Indonesian Journal of Business and Management

e-ISSN: 2460-3767 p-ISSN: 2656-6885

<https://postgraduate.universitasbosowa.ac.id/index.php/jbm>



ANTESEDEN KUALITAS LAYANAN TERHADAP LOYALITAS MELALUI KEPUASAN PELANGGAN PADA BPJS KETENAGAKERJAAN MALUKU

Antecedents of Service Quality towards Loyalty through Customer Satisfaction at BPJS Ketenagakerjaan Maluku

Elizabeth Lisya Wiharja^{1*}, Herminawati Abubakar², Seri Suriani²

¹BPJS Ketenagakerjaan Maluku

²Program Studi Manajemen Program Pascasarjana Universitas Bosowa

*Email: blisya101179@gmail.com

Diterima: 23 April 2024/Disetujui: 08 Juni 2025

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas layanan manual dan kualitas layanan online terhadap loyalitas pelanggan, dengan Kepuasan Pelanggan sebagai variabel mediasi di BPJS Ketenagakerjaan Wilayah Maluku. Metode yang digunakan adalah kuantitatif dengan mengumpulkan data melalui observasi dan kuesioner, melibatkan 100 responden. Analisis data dilakukan menggunakan metode Partial Least Square (PLS) versi 4.1. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Kualitas Layanan Manual dan Kualitas Layanan Online secara signifikan mempengaruhi Loyalitas Pelanggan baik secara langsung maupun melalui Kepuasan Pelanggan. Indeks t-statistik untuk Kualitas Layanan Manual adalah 3.49523 (p-value 0.00020) dan untuk Kualitas Layanan Online adalah 7.96469 (p-value 0.0000). Selain itu, kepuasan pelanggan berfungsi sebagai mediator yang signifikan dalam hubungan tersebut, dengan efek tidak langsung sebesar 16,95% untuk Kualitas Layanan Manual dan 17,29% untuk Kualitas Layanan Online. Temuan ini menggarisbawahi pentingnya pengelolaan kualitas layanan baik manual maupun digital dalam meningkatkan loyalitas pelanggan.

Kata Kunci: Kualitas Layanan Manual, Kualitas Layanan Online, Kepuasan Pelanggan, Loyalitas Pelanggan, BPJS Ketenagakerjaan

ABSTRACT

This study aims to analyze the effect of manual service quality and online service quality on customer loyalty, with customer satisfaction as a mediating variable at BPJS Ketenagakerjaan Maluku Region. The research employs a quantitative method, collecting data through observation and questionnaires from 100 respondents. Data analysis was conducted using Partial Least Square (PLS) version 4.1. The findings indicated that both Manual Service Quality and Online Service Quality significantly affect Customer Loyalty, both directly and indirectly through Customer Satisfaction. The t-statistic index for Manual Service Quality is 3.49523 (p-value 0.00020), and for Online Service Quality, it is 7.96469 (p-value 0.0000). Additionally, customer satisfaction acts as a significant mediator, with indirect effects of 16.95% for Manual Service Quality and 17.29% for Online Service Quality. These findings underscore the importance of managing both manual and digital service quality to enhance customer loyalty.

Keywords: Manual Service Quality, Online Service Quality, Customer Satisfaction, Customer Loyalty, BPJS Ketenagakerjaan



This work is licensed under Creative Commons Attribution License 4.0 CC-BY International license

1. PENDAHULUAN

Dalam era globalisasi yang ditandai dengan kemajuan teknologi dan intensitas persaingan yang semakin tinggi, kualitas pelayanan menjadi salah satu elemen penting

dalam dunia bisnis. Setiap perusahaan dituntut untuk memahami kebutuhan dan harapan pelanggan agar dapat memenuhi ekspektasi mereka. Hal ini sangat relevan mengingat bahwa pelanggan yang puas tidak hanya akan terus menggunakan produk atau layanan yang ditawarkan,

tetapi juga akan merekomendasikan kepada orang lain, yang berfungsi sebagai alat pemasaran yang powerful. Oleh karena itu, membangun loyalitas pelanggan menjadi fokus utama bagi banyak perusahaan, termasuk BPJS Ketenagakerjaan.

BPJS Ketenagakerjaan sebagai lembaga negara yang menyelenggarakan perlindungan bagi tenaga kerja melalui program jaminan sosial, memiliki tanggung jawab besar untuk memberikan pelayanan yang berkualitas kepada seluruh pesertanya. Program-program yang ditawarkan mencakup Jaminan Hari Tua, Jaminan Kematian, Jaminan Kecelakaan Kerja, Jaminan Pensiun, dan Jaminan Kehilangan Pekerjaan. Dalam rangka memenuhi tanggung jawab tersebut, BPJS Ketenagakerjaan terus berupaya untuk meningkatkan kualitas pelayanan, baik yang bersifat manual maupun yang berbasis digital.

Kualitas layanan merupakan faktor kunci dalam membangun loyalitas pelanggan. Menurut Parasuraman et al. (1998), kualitas layanan mencakup berbagai dimensi, seperti keandalan, responsif, jaminan, empati, dan bukti fisik. Dalam konteks BPJS Ketenagakerjaan, kualitas layanan manual dapat dirasakan melalui interaksi langsung antara petugas dan peserta, sedangkan kualitas layanan online dapat ditinjau dari seberapa baik platform digital yang disediakan untuk kemudahan akses informasi dan layanan.

Kepuasan pelanggan, di sisi lain, adalah variabel penting yang berfungsi sebagai penghubung antara kualitas layanan dan loyalitas pelanggan. Pelanggan yang merasa puas dengan kualitas layanan yang diberikan cenderung lebih loyal dan lebih mungkin untuk merekomendasikan layanan tersebut kepada orang lain. Seperti yang diungkapkan oleh Herni Kurnia (2018), kepuasan pelanggan memiliki pengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan, di mana pelanggan yang puas akan cenderung melakukan pembelian ulang dan tetap setia pada merek tertentu.

Beragam studi menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan dapat diukur melalui berbagai indikator, termasuk pengalaman pelanggan dalam menggunakan layanan. Dalam kasus BPJS Ketenagakerjaan, penting untuk menggali lebih dalam bagaimana pelanggan mengevaluasi pelayanan yang mereka terima, baik yang bersifat manual maupun online. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi pengaruh Kualitas Layanan Manual dan Kualitas Layanan Online terhadap Loyalitas Pelanggan, dengan menguji peran Kepuasan Pelanggan sebagai variabel mediasi.

Transformasi digital dalam pelayanan publik, terutama di BPJS Ketenagakerjaan, merupakan langkah strategis yang perlu dilakukan untuk menjaga relevansi dan menghadapi tantangan di era modern. Digitalisasi tidak hanya menawarkan kemudahan akses bagi pelanggan, tetapi juga dapat meningkatkan efisiensi pelayanan. Pelayanan yang cepat, akurat, dan dapat diakses kapan saja dan di mana saja menjadi nilai tambah yang mampu meningkatkan kepuasan pelanggan. Hal ini sejalan dengan penelitian yang diungkapkan oleh Supriyanto et al. (2021), yang menunjukkan bahwa kualitas layanan, baik manual

maupun digital, memiliki pengaruh penting terhadap kepuasan dan loyalitas pelanggan.

Adanya koneksi yang kuat antara kualitas layanan, kepuasan pelanggan, dan loyalitas pelanggan menjadi penting untuk dipahami. Dalam konteks BPJS Ketenagakerjaan, jika kualitas layanan yang diberikan optimal dan dapat menyentuh hati para peserta, mereka akan merasa puas. Kepuasan tersebut akan berlanjut pada loyalitas yang tinggi, di mana peserta tidak hanya akan terus menggunakan layanan yang ada, tetapi juga berkomitmen untuk tetap menjadi bagian dari BPJS Ketenagakerjaan.

Sebagai lembaga pelayanan publik, BPJS Ketenagakerjaan dihadapkan pada tantangan untuk terus meningkatkan kualitas pelayanan agar mampu bersaing dan memenuhi ekspektasi masyarakat. Oleh karena itu, diperlukan strategi yang efektif untuk membangun kepuasan dan loyalitas. Dalam hal ini, penting bagi BPJS Ketenagakerjaan untuk mengadakan penelitian yang berfokus pada evaluasi kualitas layanan yang telah diberikan, baik melalui jalur manual di kantor cabang maupun secara digital melalui aplikasi dan website.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas layanan manual dan kualitas layanan online terhadap loyalitas pelanggan, dengan Kepuasan Pelanggan sebagai variabel mediasi di BPJS Ketenagakerjaan Wilayah Maluku.

2. METODE

Dalam penelitian ini, pendekatan yang digunakan adalah kuantitatif dengan metode survei untuk mengumpulkan data yang akan digunakan dalam analisis. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh Kualitas Layanan Manual dan Kualitas Layanan Online terhadap Loyalitas Pelanggan di BPJS Ketenagakerjaan Wilayah Maluku serta peran Kepuasan Pelanggan sebagai variabel mediasi.

Penelitian ini termasuk dalam kategori penelitian kuantitatif, yang merupakan jenis penelitian ilmiah yang menguraikan keterkaitan antar fenomena secara sistematis dan terukur. Penelitian kuantitatif berfokus pada pengumpulan data numerik dan analisis statistik untuk menguji hipotesis yang telah dirumuskan.

Lokasi penelitian ini dilakukan di kantor cabang BPJS Ketenagakerjaan di Wilayah Maluku. Pengambilan data dilakukan selama periode tiga bulan, dengan kegiatan survei dilakukan pada hari kerja untuk memastikan keterlibatan peserta yang aktif.

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh peserta aktif BPJS Ketenagakerjaan di wilayah Maluku, yang jumlahnya sekitar 122.000 orang. Untuk menentukan sampel, penelitian ini menggunakan teknik purposive sampling, di mana responden dipilih berdasarkan kriteria tertentu yang relevan dengan tujuan penelitian. Mengacu pada prinsip pengambilan sampel dalam penelitian kuantitatif, jumlah sampel minimal yang diperlukan adalah 100 responden untuk memastikan validitas hasil penelitian.

Penelitian ini mengkaji beberapa variabel yang menjadi fokus utama analisis, yaitu:

- 1) Kualitas Layanan Manual (X1): Diukur melalui beberapa indikator, termasuk keandalan pelayanan, responsivitas, empati, dan kualitas interaksi antara petugas dan peserta. Kualitas layanan manual sangat bergantung pada pengalaman langsung peserta saat berinteraksi dengan petugas di kantor cabang.
- 2) Kualitas Layanan Online (X2): Juga diukur melalui indikator yang berbeda, yang mencakup kemudahan akses, keandalan informasi di web dan aplikasi mobile, serta kecepatan respon terhadap pertanyaan atau keluhan yang diajukan secara digital. Kualitas layanan online diharapkan dapat memberikan kemudahan dan kenyamanan bagi peserta dalam mengakses layanan BPJS Ketenagakerjaan.
- 3) Kepuasan Pelanggan (Z): Merupakan variabel yang mengukur tingkat kepuasan peserta terhadap layanan yang telah mereka terima, baik itu layanan manual maupun online. Indikator kepuasan pelanggan mencakup pengalaman pengguna, respon cepat terhadap keluhan, dan pemenuhan harapan peserta terhadap layanan.
- 4) Loyalitas Pelanggan (Y): Didefinisikan sebagai komitmen dan niat peserta untuk terus menggunakan layanan BPJS Ketenagakerjaan di masa depan. Keberadaan indikator-indikator seperti niat untuk merekomendasikan kepada orang lain dan kedisiplinan dalam membayar iuran menjadi elemen penting dalam mengukur loyalitas ini.

Data dikumpulkan melalui dua metode utama:

- 1) Kuesioner: Kuesioner terdiri dari serangkaian pertanyaan yang mengukur variabel Kualitas Layanan Manual, Kualitas Layanan Online, Kepuasan Pelanggan, dan Loyalitas Pelanggan. Kuesioner menggunakan skala Likert yang memungkinkan responden untuk memberikan penilaian dari sangat tidak setuju (1) hingga sangat setuju (5).
- 2) Dokumentasi: Metode ini dilakukan dengan mengumpulkan data sekunder dari dokumen dan catatan yang relevan dari BPJS Ketenagakerjaan terkait kualitas layanan dan umpan balik pelanggan.

Data yang dikumpulkan kemudian dianalisis menggunakan analisis statistik deskriptif dan inferensial. Untuk menguji hipotesis dan hubungan antar variabel, penelitian ini menggunakan metode Partial Least Square (PLS) dengan bantuan software SmartPLS versi 4.1. Analisis ini bertujuan untuk menghitung nilai jalur (path coefficient), t-statistic, dan p-value untuk menilai signifikansi hubungan antar variabel.

Penting juga untuk melakukan uji validitas dan reliabilitas dari kuesioner sebelum diterapkan, untuk memastikan bahwa instrumen yang digunakan benar-benar dapat mengukur apa yang dimaksud. Uji validitas

dilakukan dengan menghitung loading factor setiap indikator, dan reliabilitas diukur dengan nilai Cronbach's Alpha. Nilai Cronbach's Alpha yang lebih dari 0,6 menunjukkan bahwa instrumen tersebut dapat dianggap reliabel.

Dengan menggunakan pendekatan ini, penelitian diharapkan dapat memberikan pemahaman yang jelas tentang pengaruh Kualitas Layanan Manual dan Kualitas Layanan Online terhadap Loyalitas Pelanggan, serta peran kepuasan pelanggan dalam mediasi hubungan tersebut di BPJS Ketenagakerjaan Wilayah Maluku. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi acuan bagi BPJS Ketenagakerjaan dalam meningkatkan kualitas layanan dan kepuasan pelanggan secara berkelanjutan.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

a. Kualitas Layanan Manual terhadap Loyalitas Pelanggan di BPJS Ketenagakerjaan Wilayah Maluku

Hasil analisis menunjukkan bahwa Kualitas Layanan Manual pada BPJS Ketenagakerjaan Wilayah Maluku dapat meningkatkan Loyalitas Pelanggan. Ini berarti secara empiris, Kualitas Layanan Manual memberikan pengaruh yang nyata dalam meningkatkan Loyalitas Pelanggan. Hal ini dibuktikan oleh tanggapan responden yang menyatakan bahwa pelayanan dan kondisi layanan sudah sesuai dengan harapan mereka, sehingga memberikan dampak positif terhadap loyalitas. Nilai t-statistik yang diperoleh adalah 3.49523 dengan p-value 0.00020. Karena nilai t-statistik 3.49523 lebih besar dari 0.196 dan p-value 0.00020 lebih kecil dari 0.05, Kualitas Layanan Manual dapat dikatakan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan. Ini menunjukkan bahwa Kualitas Layanan Manual memberikan pengaruh yang berarti dalam meningkatkan Loyalitas Pelanggan, sehingga hipotesis 1 dalam penelitian ini dapat diterima. Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Andi Bau Salman, Muzakkir, dan Naida (2023) yang berjudul "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen pada RSUD Lamadukelleng Sengkang", yang menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.

b. Kualitas Layanan Online terhadap Loyalitas Pelanggan di BPJS Ketenagakerjaan Wilayah Maluku

Hasil analisis juga menunjukkan bahwa Kualitas Layanan Online di BPJS Ketenagakerjaan Wilayah Maluku dapat meningkatkan Loyalitas Pelanggan. Ini mengindikasikan bahwa Kualitas Layanan Online memiliki pengaruh nyata dalam meningkatkan Loyalitas Pelanggan. Hasil rekapitulasi jawaban responden menunjukkan persepsi yang tinggi terhadap pengembangan aplikasi BPJS Ketenagakerjaan, yang mempercepat proses dan mengurangi waktu tunggu. Dengan nilai t-statistik 7.96469 dan p-value 0.0000, dapat disimpulkan bahwa Kualitas Layanan Online berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan. Hasil penelitian ini mengindikasikan bahwa pengembangan

kualitas layanan online memiliki pengaruh yang bermakna dalam meningkatkan loyalitas pelanggan. Oleh karena itu, hipotesis 2 dalam penelitian ini dapat diterima, sejalan dengan penelitian oleh Santo I.G., John EHJ, dan Simon S.N (2022) dalam judul “Pengaruh Kualitas Layanan, Pemanfaatan Teknologi Informasi dan Customer Value terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan Jasa Transportasi Online (Literature Review Manajemen Sumber Daya Manusia)”, yang menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan pemanfaatan teknologi berdampak krusial dan berhubungan kausal dengan loyalitas melalui kepuasan konsumen.

c. Kepuasan Konsumen terhadap Loyalitas Pelanggan di BPJS Ketenagakerjaan Wilayah Maluku

Hasil analisis menunjukkan bahwa Kepuasan Pelanggan di BPJS Ketenagakerjaan Wilayah Maluku dapat meningkatkan Loyalitas Pelanggan. Ini menunjukkan bahwa kepuasan yang dirasakan pelanggan memiliki pengaruh yang nyata dalam meningkatkan loyalitas. Pengujian hipotesis menunjukkan nilai t-statistik 3.42234 dan p-value 0.00063. Karena nilai t-statistik 3.42234 lebih besar dari 0.196 dan p-value 0.00063 lebih kecil dari 0.05, hal ini menunjukkan bahwa Kepuasan Pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan. Temuan ini mengindikasikan bahwa kepuasan pelanggan memberikan pengaruh yang berarti dalam meningkatkan loyalitas. Penelitian ini sejalan dengan penelitian Herni Kurnia (2018) dalam penelitiannya yang berjudul “Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Konsumen Terhadap Loyalitas Pelanggan Apotek Fitz Di Cikeas Nagrak”, yang menunjukkan bahwa kepuasan konsumen memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan.

d. Kualitas Layanan Manual terhadap Loyalitas Pelanggan yang Dimediasi Oleh Kepuasan Pelanggan

Berdasarkan hasil pengolahan data melalui uji mediasi dengan menggunakan analisis Sobel Test, ditemukan bahwa Kualitas Layanan Manual berpengaruh langsung terhadap Loyalitas Pelanggan. Dari uji mediasi, diketahui bahwa Kepuasan Pelanggan dapat memediasi pengaruh Kualitas Layanan Manual terhadap Loyalitas Pelanggan. Temuan ini menunjukkan bahwa penerapan Kualitas Layanan Manual yang baik dapat meningkatkan Loyalitas Pelanggan, yang berdampak pada peningkatan loyalitas. Ini berarti bahwa penerapan Kualitas Layanan Manual yang baik akan meningkatkan kepuasan yang dirasakan oleh pelanggan. Semakin baik Kualitas Layanan Manual yang diterima, semakin tinggi pula kepuasan yang dirasakan, sehingga berpengaruh positif terhadap peningkatan Loyalitas Pelanggan.

Hasil pengujian menunjukkan bahwa pengaruh tidak langsung Kualitas Layanan Manual terhadap Loyalitas Pelanggan melalui Kepuasan Pelanggan adalah sebesar 0.16951 atau 16,95%. Nilai t-statistik 2.75546 dan p-value 0.00447 menunjukkan bahwa Kepuasan Pelanggan dapat

memediasi pengaruh Kualitas Layanan Manual terhadap Loyalitas Pelanggan. Temuan ini mengindikasikan bahwa peningkatan kualitas layanan manual akan meningkatkan rasa kepuasan pelanggan, yang pada gilirannya berdampak positif pada loyalitas pelanggan itu sendiri. Dengan demikian, hipotesis 4 dalam penelitian ini dapat diterima, sejalan dengan penelitian Sambodo R.S (2021) tentang “Faktor-Faktor Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Pelanggan (Literature Review Manajemen Pemasaran)” yang menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan dan kepuasan pelanggan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan.

e. Kualitas Layanan Online terhadap Loyalitas Pelanggan yang Dimediasi Oleh Kepuasan Pelanggan

Berdasarkan hasil penelitian melalui uji mediasi yang dilakukan, diketahui bahwa Kepuasan Pelanggan dapat memediasi pengaruh Kualitas Layanan Online terhadap Loyalitas Pelanggan. Peningkatan Kualitas Layanan Online, misalnya melalui peningkatan kualitas aplikasi, menyebabkan pelanggan merasa puas, yang berdampak positif pada peningkatan Loyalitas Pelanggan di BPJS Ketenagakerjaan Wilayah Maluku.

Hasil pengujian menunjukkan bahwa pengaruh tidak langsung Kualitas Layanan Online terhadap Loyalitas Pelanggan melalui Kepuasan Pelanggan adalah sebesar 0.17293 atau 17,29%, dengan nilai t-statistik 2.90660 dan p-value 0.00367. Karena nilai t-statistik 2.90660 lebih besar dari 0.196 dan p-value 0.00367 lebih kecil dari 0.05, ini menunjukkan bahwa Kepuasan Pelanggan dapat memediasi pengaruh Kualitas Layanan Online terhadap Loyalitas Pelanggan. Temuan ini mengindikasikan bahwa peningkatan Kualitas Layanan Online akan meningkatkan rasa kepuasan pelanggan, yang pada akhirnya berdampak pada peningkatan Loyalitas Pelanggan itu sendiri. Penelitian ini sejalan dengan penelitian Santo I.G., John EHJ, dan Simon S.N (2022) yang menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan penggunaan teknologi informasi berdampak krusial dan berhubungan kausal dengan loyalitas melalui kepuasan konsumen.

4. KESIMPULAN DAN SARAN

Hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa kualitas layanan manual memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan. Setiap peningkatan dalam Kualitas Layanan Manual yang diterima oleh peserta akan berkontribusi pada peningkatan loyalitas mereka. Hal ini menunjukkan bahwa pelayanan yang baik dan memenuhi harapan pelanggan sangat penting dalam membangun kepercayaan dan kesetiaan terhadap lembaga. Kualitas layanan online juga memiliki pengaruh positif dan signifikan dalam meningkatkan Loyalitas Pelanggan. Penanggapan positif dari responden mengenai penggunaan layanan digital menunjukkan bahwa pemanfaatan teknologi informasi dapat meningkatkan pengalaman pelanggan, mempercepat proses layanan, dan mengurangi waktu tunggu, yang semuanya berkontribusi pada loyalitas. Kepuasan Pelanggan berperan sebagai mediator

yang signifikan dalam hubungan antara Kualitas Layanan Manual dan Kualitas Layanan Online dengan Loyalitas Pelanggan. Hal ini mengindikasikan bahwa untuk meningkatkan loyalitas pelanggan, BPJS Ketenagakerjaan perlu meningkatkan kualitas layanan yang ditawarkan sekaligus memastikan bahwa para peserta merasa puas dengan pelayanan yang mereka terima.

DAFTAR PUSTAKA

- Alhaija, A. S. A., Hussein, H. S., & Allan, A. J. A. (2019). Relationship between customer satisfaction and customer loyalty: A review and future directions of its nature and approaches. *Eurasian Journal of Social Sciences*, 7(4).
- Bjjagani, S., Sastry, V. N., Chen, C. M., Kumari, S., & Khan, M. K. (2020). Systematic survey of mobile payments, protocols, and security infrastructure. *Journal of Ambient Intelligence and Humanized Computing*.
- Brata, A. A. (2003). *Dasar-dasar pelayanan prima*. Elex Media Komputindo.
- Buri, I., & Hoboken, J. V. (2021). The Digital Services Act (DSA) proposal: A critical overview. Institute for Information Law (IViR).
- Dewi, A. R., Suryawati, C., & Arso, S. P. (2023). Pengaruh kualitas pelayanan dan citra rumah sakit terhadap kepuasan pasien di Indonesia: Literature review. *Media Publikasi Promosi Kesehatan Indonesia*, 6(10).
- Griffin, J. (2002). *Customer loyalty: How to earn it, how to keep it*. McGraw Hill.
- Gelu, S. I., FoEh, J. E. H. J., & Niha, S. S. N. (2022). Pengaruh kualitas layanan, pemanfaatan teknologi informasi dan customer value terhadap kepuasan dan loyalitas pelanggan jasa transportasi online. *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 4(1).
- Kegoro, H. O., & Justus, M. (2020). Critical review of literature on brand equity and customer loyalty. *International Journal of Business, Economics and Management*, 7(3).
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2004). *Marketing management* (13th ed.). Upper Saddle River, NJ: Prentice Hall.
- Kurnia, H. (2018). Analisis pengaruh kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen terhadap loyalitas pelanggan apotek Fit di Cikeas Nagrak. *Ipwija.ac.id*.
- Lee, C. H., Liu, C. L., Trappey, A. J. C., Mo, J. P. T., & Desouza, K. C. (2021). Understanding digital transformation in advanced manufacturing and engineering: A bibliometric analysis, topic modeling and research trend discovery. *Advanced Engineering Informatics*.
- Mai, S., & Cuong, T. (2020). Relationships between service quality, brand image, customer satisfaction, and customer loyalty. *Journal of Asian Finance, Economics and Business*, 8(3).
- Marcela, I., Haris, P. A., Fawzia, P. Z., & Gultom, R. R. L. (2022). Determinasi kepuasan dan loyalitas pelanggan: Kualitas pelayanan dan kepercayaan. *Jurnal Manajemen Pendidikan dan Ilmu Sosial*, 3(1).
- Nasir, M., Adil, M., & Dhamija, A. (2021). The synergetic effect of after sales service, customer satisfaction, loyalty and repurchase intention on word of mouth. *International Journal of Quality and Service Sciences*, 13(3).
- Oliver, R. L., & Desarbo, W. (1988). Response determinants in satisfaction judgments. *Journal of Consumer Research*.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1998). SERVQUAL: A multiple-item scale for measuring consumer perceptions of service quality. *Journal of Retailing*, 64(1).
- Prasodjo, T. (2023). Pelayanan publik era digital. *Literasi Nusantara Abadi*.
- Rashid, A., & Rokhade, V. (2019). Service quality influence customer satisfaction and loyalty: A study in organized food and grocery retail. *UKH Journal of Social Sciences*, 3(1).
- Salman, A. B., Muzakir, & Naida. (2018). Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada RSUD Lamaddukelleng Sengkang. *Journal of Economic*, 2(1).
- Sasongko, S. R. (2021). Faktor-faktor kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan. *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 3(1).
- Sheikh, S. A. E., Halim, Y. T., Hamdy, H. I., & Hamdy, M. A. (2020). The impact of CRM on customer satisfaction and customer loyalty: Mediation effect of customer perceived value. *European Journal of Business and Management*, 57(4).
- Supriyanto, A., W, B. B., & Burhanuddin. (2021). Effects of service quality and customer satisfaction on loyalty of bank customers. *Cogent Business & Management*.
- Thabroni, G. (2022). Loyalitas pelanggan: Pengertian, faktor, manfaat, dimensi, indikator, dsb. *serupa.id*.
- Tartaglione, A. M., Cavacece, Y., Russo, G., & Granata, G. (2019). A systematic mapping study on customer loyalty and brand management. *Administrative Sciences*, 9(8).
- Uslu, A., & Eren, R. (2020). Critical review of service quality scales with a focus on customer satisfaction and loyalty in restaurants. *The Central European Journal of Regional Development and Tourism*, 12(1).
- Vroom, V. H. (1964). *Work & motivation*. John Wiley & Sons, Inc.