

Analisis Kualitas Pelayanan Terhadap Tingkat Kepuasan Pelanggan Pada *Customer Service* Bank BJB Cabang Utama Bandung

Dianda Silvi Naila^a, Iwan Kurniawan^b, Laksmi Fitriani^c, Septiana Dwiputrianti^d

^{a,b,c,d}Politeknik STIA LAN Bandung

e-mail : ^a20110037@poltek.stialanbandung.ac.id, ^biwan.kurniawan@poltek.stialanbandung.ac.id,
^claksmi.fitriani@poltek.stialanbandung.ac.id, ^dseptiana.dwiputrianti@poltek.stialanbandung.ac.id

Abstrak

Penelitian ini dilakukan untuk mengoptimalkan kualitas pelayanan yang diberikan oleh *Customer Service* Bank BJB Cabang Utama Bandung. *Customer Service* merupakan memiliki peran yang sangat penting dalam membangun dan mempertahankan hubungan berkelanjutan dengan pihak nasabah. Metode analisis yang digunakan yaitu *gap Servqual* untuk menentukan tingkat kepuasan pelanggan dan layanan yang diberikan berdasarkan tingkat kinerja dan harapan berdasarkan 5 dimensi *service quality* yaitu *Tangibles*, *Empathy*, *Reliability*, *Responsiveness*, dan *Assurance*. Kemudian metode *Importance Performance Analysis* (IPA) dan *Potential Gain in Customer Value* (PGCV) untuk menentukan atribut prioritas yang harus diperbaiki. Jenis penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan menyebarkan kuisioner yang disebarkan kepada masyarakat yang pernah menggunakan jasa pelayanan *Customer Service* Bank BJB Cabang Utama Bandung dan mendapatkan total 108 responden. Hasil penelitian menunjukkan bahwa ada 6 atribut yang memiliki kinerja dibawah rata-rata dan terdapat 3 atribut prioritas yang harus diperbaiki. *Customer Service* Bank BJB Cabang Utama Bandung perlu meningkatkan meningkatkan efisiensi petugas, mengawasi keadilan petugas dalam melayani, dan memanfaatkan teknologi dalam melakukan pelayanan.

Kata Kunci: kualitas pelayanan, Bank BJB, IPA dan PGCV.

Analysis Of Service Quality On Customer Satisfaction At Customer Service Bank BJB Cabang Utama Bandung

Abstract

This research aimed to optimize the quality of service provided by the Customer Service department of Bank BJB's Main Branch in Bandung. Customer Service plays a crucial role in establishing and maintaining ongoing relationships with customers. The Servqual gap analysis method was employed to determine the level of customer satisfaction and the service delivered based on performance and expectations across five dimensions of service quality: Tangibles, Empathy, Reliability, Responsiveness, and Assurance. Subsequently, the Importance Performance Analysis (IPA) and Potential Gain in Customer Value (PGCV) methods were utilized to identify priority attributes requiring improvement. This quantitative research involved distributing questionnaires to individuals who had previously used the services of the Customer Service department at Bank BJB's Main Branch in Bandung, resulting in a total of 108 respondents. The findings indicated that six attributes exhibited below-average performance, and three priority attributes were identified for improvement. The Customer Service department of Bank BJB's Main Branch in Bandung needs to enhance staff efficiency, monitor the fairness of staff service, and leverage technology in service delivery.

Keywords: service quality; Bank BJB; IPA and PGCV.

KONFERENSI NASIONAL ILMU ADMINISTRASI 8.0

“Penguatan Kebijakan dan Kelembagaan Untuk Mendukung Pembangunan Berkelanjutan di Era Transformasi Nasional”

29 AGUSTUS 2024 POLITEKNIK STIA LAN BANDUNG

A. PENDAHULUAN

Strategi pemasaran tidak hanya sekadar mempromosikan produk, tetapi mencakup juga bagaimana perusahaan memberikan pelayanan kepada pelanggan. Menurut Bilson Simamora dalam Faroh (Faroh, 2017), Pelayanan merupakan segala aktivitas atau keuntungan yang disediakan oleh satu entitas kepada entitas lain yang bersifat abstrak dan tidak menghasilkan kepemilikan apa pun. Produksi layanan dapat berkaitan dengan produksi fisik atau tidak. Kualitas pelayanan yang baik dapat meningkatkan kepuasan pelanggan dan membangun citra positif bagi perusahaan (Aziez Herdian et al., 2022).

Kepuasan pelanggan sangat dipengaruhi oleh persepsi mereka terhadap kualitas pelayanan. Penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Waworundeng dalam kajiannya yang berjudul “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan, Citra Perusahaan Dan Loyalitas Pelanggan” (Waworundeng et al., 2022) menunjukkan bahwa kepuasan konsumen sangat terkait dengan kualitas pelayanan yang diberikan oleh suatu bisnis, termasuk perusahaan-perusahaan di sektor perbankan. Pelayanan yang berkualitas tinggi dapat meningkatkan loyalitas pelanggan dan menjadi keunggulan kompetitif bagi perusahaan, terutama di sektor perbankan.

Pelayanan yang baik tidak hanya berdampak pada nasabah individu, tetapi juga pada reputasi perusahaan secara keseluruhan (Budianto, 2023). Pengalaman negatif seorang nasabah dapat dengan cepat menyebar melalui media sosial dan ulasan online, sehingga merusak citra perusahaan. Sebaliknya, pelayanan yang positif dapat meningkatkan reputasi perusahaan dan menarik minat calon nasabah baru.

Bank BJB, sebagai salah satu bank di Indonesia, memiliki peran penting dalam memberikan pelayanan berkualitas melalui *Customer Service*. *Customer Service* merupakan salah satu garda terdepan (*frontliner*) dalam melayani nasabah serta berkontribusi dalam pertumbuhan bisnis secara keseluruhan

(Ahmad et al., 2024). Sebuah *Customer Service* yang efektif tidak hanya menjawab dengan cepat, tetapi juga memahami sepenuhnya kebutuhan dan harapan pelanggan.

Menurut Parasuraman (1990) dalam Budiono (Budiono, 2014), kualitas pelayanan dipengaruhi oleh beberapa faktor, seperti daya tanggap, jaminan, empati, keandalan, dan bukti fisik. Faktor-faktor ini sangat penting untuk diperhatikan oleh perusahaan, termasuk Bank BJB, dalam upaya meningkatkan kepuasan pelanggan dan mencapai keunggulan kompetitif di pasar.

Berdasarkan data pengaduan, pada *Customer Service* Bank BJB Cabang Utama Bandung Terdapat sejumlah pengaduan yang tidak terselesaikan pada bulan berjalan, menunjukkan adanya penumpukan kasus yang belum ditangani secara optimal oleh tim *Customer Service*. Keterlambatan dalam menyelesaikan pengaduan nasabah terlihat dari adanya pengaduan yang masih dalam proses dari bulan sebelumnya, terutama pada bulan Desember 2023, Januari 2024, dan April 2024. Adanya penumpukan pengaduan dan keterlambatan dalam penyelesaian mengindikasikan bahwa proses penanganan pengaduan di *Customer Service* belum berjalan secara efisien, sehingga berpotensi mengurangi kepuasan nasabah.

Untuk mencapai peningkatan kualitas pelayanan yang signifikan, Bank BJB Cabang Utama Bandung perlu menerapkan strategi yang komprehensif. Hal ini meliputi evaluasi kinerja secara berkala, partisipasi aktif pelanggan dalam proses perbaikan, pengembangan kompetensi pegawai melalui pelatihan, serta implementasi sistem pengukuran kinerja yang efektif. Dengan demikian, bank dapat memperoleh pemahaman yang lebih mendalam mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi persepsi pelanggan dan mengambil langkah-langkah yang diperlukan untuk meningkatkan kepuasan pelanggan. Hal tersebut yang melatarbelakangi penelitian ini dilakukan

KONFERENSI NASIONAL ILMU ADMINISTRASI 8.0

“Penguatan Kebijakan dan Kelembagaan Untuk Mendukung Pembangunan Berkelanjutan di Era Transformasi Nasional”

29 AGUSTUS 2024 POLITEKNIK STIA LAN BANDUNG

dengan lokus pada Bank BJB Cabang Utama Bandung.

B. PEMBAHASAN

Karakteristik Responden

Analisis karakteristik responden merujuk pada atribut individu yang menjadi fokus kajian dalam penelitian. Hasil analisis tersebut berupa data mengenai profil dari responden penelitian. Responden yang telah mengisi kuisioner ini berjumlah 108 orang yang diberikan melalui media sosial. Informasi mengenai data responden mencakup jenis kelamin, pendidikan terakhir, usia, dan pekerjaan.

Uji Validitas dan Reliabilitas

Pengujian dilakukan dengan data yang diperoleh dari responden sebanyak 33 orang dengan taraf signifikansi 10% dan r tabel 0,403. Hasil uji validitas kinerja dan harapan yaitu r hitung > r tabel yang dapat diartikan bahwa atribut pertanyaan dianggap valid. Kemudian uji reliabilitas dianggap reliabel jika lebih besar dari nilai *cronbach's alpha* 0,60. Hasil analisis uji reliabilitas kinerja sebesar 0,927 dan reliabilitas harapan sebesar 0,924. Maka dapat diartikan bahwa atribut pertanyaan dianggap reliabel.

Service Quality

Tabel 1.
Hasil analisis Servqual

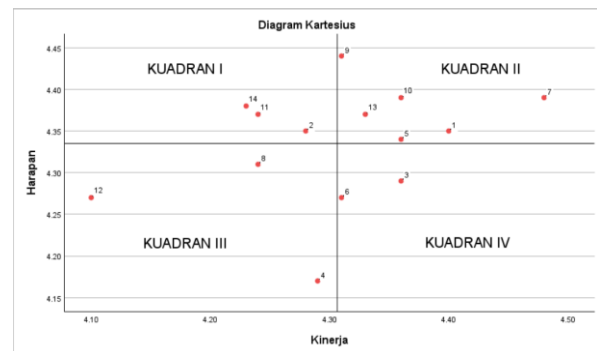
Dimensi	No Item	Kinerja	Harapan	Gap
Bukti Fisik	1	4,4	4,35	0,05
	2	4,28	4,35	-0,07
	3	4,36	4,29	0,07
Empati	4	4,29	4,17	0,12
	5	4,36	4,34	0,02
Kehandalan	6	4,31	4,27	0,04
	7	4,48	4,39	0,09
	8	4,24	4,31	-0,07
Daya Tanggap	9	4,31	4,44	-0,13
	10	4,36	4,39	-0,03
	11	4,24	4,37	-0,13
Jaminan	12	4,1	4,27	-0,17
	13	4,33	4,37	-0,04
	14	4,23	4,38	-0,15

Sumber: Data diolah, (2024).

Berdasarkan tabel diatas, hasil negatif mendominasi nilai gap antara harapan nasabah

dengan kinerja yang diterima nasabah. Sebanyak delapan item pernyataan menghasilkan negatif dan enam item pernyataan menghasilkan positif. Hal ini menunjukkan bahwa masih adanya ketidakpuasan nasabah dengan pelayanan yang diberikan oleh Customer Service Bank BJB Cabang Utama Bandung.

Importance Performance Analysis (IPA)



Gambar 1. Diagram Kartesius

Sumber : Data diolah, (2024).

Berdasarkan gambar diatas, menunjukkan bahwa setiap atribut yang dinilai pada diagram posisinya tersebar. Atribut-atribut ini bisa dilihat berada di empat kuadran yang berbeda-beda berdasarkan seberapa penting atribut tersebut dan seberapa baik atribut tersebut sudah dipenuhi oleh perusahaan. Garis mendatar menunjukkan seberapa penting/harapan suatu atribut, sedangkan garis tegak menunjukkan seberapa baik kinerja atribut tersebut sudah dipenuhi. Penjelasan mengenai keempat diagram tersebut sebagai berikut:

1. Kuadran I (Prioritas Utama)

Pada kuadran ini menunjukkan atribut yang dianggap penting atau harapan pelanggan tinggi namun kinerja dari perusahaan itu sendiri masih belum memuaskan. Berdasarkan hal tersebut, sebaiknya pihak perusahaan berfokus pada aspek pada kuadran ini untuk meningkatkan atau memperbaiki atribut yang termasuk didalamnya. Ada 3 atribut yang masuk pada kuadran I, diantaranya:

- Peralatan dan teknologi yang digunakan memadai
- Pelayanan yang diberikan cepat

KONFERENSI NASIONAL ILMU ADMINISTRASI 8.0

“Penguatan Kebijakan dan Kelembagaan Untuk Mendukung Pembangunan Berkelanjutan di Era Transformasi Nasional”

29 AGUSTUS 2024 POLITEKNIK STIA LAN BANDUNG

c. Petugas bersikap adil dalam melakukan pelayanan

2. Kuadran II (Pertahankan)

Pada kuadran ini menunjukkan atribut yang menunjang kepuasan pelanggan. Atribut ini dianggap sangat penting dan sangat memuaskan bagi pelanggan. Berdasarkan hal tersebut, penting bagi pihak perusahaan untuk mempertahankan atribut tersebut. Ada 6 atribut yang termasuk pada kuadran II, diantaranya:

- Penampilan petugas bersih dan rapih
- Petugas tersenyum selama transaksi
- Petugas menyelesaikan masalah dengan baik
- Ketelitian petugas dalam melayani cukup baik
- Pelayanan yang diberikan ramah
- Aman dalam bertransaksi

3. Kuadran III (Prioritas Rendah)

Pada kuadran ini menunjukkan atribut yang kurang penting bagi pelanggan namun kinerja yang diberikan pun masih belum memuaskan. Berdasarkan hal tersebut, pihak perusahaan tidak perlu terlalu memfokuskan terhadap atribut tersebut. Ada 3 atribut yang termasuk pada kuadran III, diantaranya:

- Petugas memberikan kemudahan dalam antrian
- Petugas menjelaskan produk dengan baik
- Jumlah ketersediaan petugas cukup

4. Kuadran IV (Berlebihan)

Pada kuadran ini menunjukkan atribut yang menurut pelanggan kurang penting, namun pada kinerja yang diberikannya berlebihan. Atribut ini dianggap kurang penting akan tetapi kinerjanya sangat memuaskan. Ada 2 atribut yang termasuk pada kuadran IV, diantaranya:

- Fasilitas terawat dengan baik
- Petugas cakap dalam melayani

Potential Gain in Customer Value (PGCV)

Tabel 2. Hasil Analisis PGCV

No	I	P	ACV	UD	PG	Pri
----	---	---	-----	----	----	-----

				CV	CV	ori tas
2	4,35	4,28	18,62	21,75	3,13	5
11	4,37	4,24	18,53	21,85	3,32	3
14	4,38	4,23	18,53	21,90	3,37	2
4	4,17	4,29	17,89	20,85	2,96	6
8	4,31	4,24	18,27	21,55	3,28	4
12	4,27	4,10	17,51	21,35	3,84	1
Rata-rata nilai PGCV					3,32	

Sumber: Data diolah, (2024)

Atribut yang menjadi suatu prioritas perbaikan akan ditentukan berdasarkan dari 2 kuadran IPA yaitu kuadran I dan kuadran III. Hal tersebut dikarenakan kedua kuadran dianggap kuadran terdiri dari atribut yang kurang memuaskan. Terdapat tiga atribut yang berada diatas rata-rata nilai PGCV yaitu sebesar 3,32. Atribut tersebut diantaranya jumlah ketersediaan petugas cukup (3,84), petugas bersikap adil dalam melakukan pelayanan (3,37) dan pelayanan yang diberikan cepat (3,32). Berdasarkan hasil analisis PGCV, ketiga atribut tersebut dipastikan menjadi prioritas utama dalam memperbaiki kualitas pelayanan *Customer Service Bank BJB Cabang Utama Bandung* kedepannya.

Hasil penelitian ini menunjukkan distribusi atribut-atribut yang dinilai pelanggan terhadap layanan *Customer Service Bank BJB Cabang Utama Bandung* melalui analisis diagram yang terbagi dalam empat kuadran. Tiap kuadran menggambarkan hubungan antara tingkat pentingnya atribut dan seberapa baik kinerja perusahaan dalam memenuhinya. Kuadran I menampung atribut yang penting namun kinerjanya belum memuaskan, menjadikannya prioritas utama bagi perusahaan untuk ditingkatkan. Di kuadran ini, atribut seperti ketersediaan teknologi yang memadai, kecepatan layanan, dan sikap adil petugas tercatat sebagai perhatian utama. Kuadran II mencakup atribut yang dianggap penting dan kinerjanya memuaskan, seperti penampilan petugas yang bersih, pelayanan ramah, dan

keamanan transaksi. Perusahaan perlu mempertahankan kinerja pada aspek ini.

Di kuadran III, atribut yang kurang penting bagi pelanggan namun kinerjanya juga tidak terlalu memuaskan ditampilkan, sehingga perusahaan tidak perlu memprioritaskannya. Sementara itu, kuadran IV menunjukkan atribut yang kurang penting tetapi kinerjanya berlebihan, yang meskipun memuaskan, tidak perlu menjadi fokus utama perusahaan. Selain itu, melalui analisis *Potential Gain in Customer Value* (PGCV), tiga atribut dengan nilai di atas rata-rata yaitu ketersediaan petugas yang cukup, sikap adil petugas, dan kecepatan layanan, diprioritaskan untuk perbaikan guna meningkatkan kualitas pelayanan secara keseluruhan. Hasil analisis ini menjadi acuan bagi Bank BJB untuk fokus pada perbaikan kualitas pelayanan, khususnya pada atribut-atribut yang berdampak langsung terhadap kepuasan pelanggan di masa mendatang.

C. PENUTUP DAN REKOMENDASI

Penelitian ini mengungkap adanya ketidakpuasan pelanggan terhadap layanan yang diberikan oleh *Customer Service* Bank BJB Cabang Utama Bandung. Analisis mendalam dengan analisis *Servqual* bahwa gap antara kinerja dan harapan masih didominasi oleh nilai negatif yang menunjukkan bahwa terdapat ketidakpuasan nasabah dalam beberapa aspek layanan yang diberikan Bank BJB Cabang Utama Bandung. Kemudian dari hasil analisis IPA, terdapat 6 atribut yang memiliki kinerja dibawah rata-rata yang perlu ditinjau kembali oleh perusahaan. Analisis PGCV dilakukan untuk menentukan prioritas perbaikan yang menghasilkan tiga atribut prioritas utama yang perlu diperbaiki yaitu ketersediaan jumlah petugas, petugas bersikap adil dalam pelayanan, dan kecepatan petugas dalam memberikan layanan. Untuk mengatasi permasalahan ini, disarankan agar Bank BJB melakukan penyesuaian jumlah petugas, menerapkan mekanisme evaluasi yang efektif, dan mengoptimalkan proses kerja. Dengan demikian, diharapkan kepuasan pelanggan dapat meningkat, loyalitas nasabah terbangun, dan reputasi Bank BJB semakin diperkuat.

REFERENSI

- Ahmad, N., Mirza, M., & Yoman, M. (2024). Peran Customer Service dalam Meningkatkan Kualitas Pelayanan pada Pelanggan (Studi Kasus PT. Ekspedisi Pada Jaya Kota Tangerang). *Innovative: Journal Of Social Science Research*, 4(1), 2999–3007.
- Alifah, U. N., Prahutama, A., & Rusgiyono, A. (2020). Metode Servqual, Kuadran Ipa, Dan Indeks PgcV Untuk Menganalisis Kualitas Pelayanan Rumah Sakit X. *Jurnal Statistika Universitas Muhammadiyah Semarang*, 8(2), 144. <https://doi.org/10.26714/jsunimus.8.2.2020.144-151>
- Anindya, J. P., Pradesa, H. A., Nugroho, A. B., & Wijayanti, R. (2023). Formulasi Strategi Pengembangan Bisnis Vaksin Virus (Studi Kasus di PT. Bio Farma Bandung). *Management Studies and Entrepreneurship Journal (MSEJ)*, 4(5), 5324–5337. <https://doi.org/10.37385/msej.v4i5.2567>
- Ansori. (2015). Metodologi Penelitian. *Paper Knowledge . Toward a Media History of Documents*, 3(April), 49–58.
- Anwar, S. (2022). The Role of The School Committee as a Mediator Between Educational Institutions and Village Communities in Madrasah Tsanawiyah, Gabus Sub-district, Grobogan Regency. *Jurnal Administrasi Negara*, 28(2), 138–162. <https://doi.org/10.33509/jan.v28i2.1712>.
- Anwar, S., Trilestari, E. W., & Agustina, I. (2022). The Tourism Development Policy in Bandung Regency: A Study on Kampung Gamis Soreang. *Jurnal Ilmu Administrasi: Media Pengembangan Ilmu Dan Praktek Administrasi*, 19(1), 112 - 121. <https://doi.org/10.31113/jia.v19i1.859>
- Aziez Herdian, R., Rakhmat, C., & Suci Putri Lestari. (2022). Pengaruh Lokasi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 1(2), 1–6.

KONFERENSI NASIONAL ILMU ADMINISTRASI 8.0

“Penguatan Kebijakan dan Kelembagaan Untuk Mendukung Pembangunan Berkelanjutan di Era Transformasi Nasional”

29 AGUSTUS 2024 POLITEKNIK STIA LAN BANDUNG

- <https://doi.org/10.57151/jeko.v1i2.32>
 Budianto, E. W. H. (2023). Pemetaan Penelitian Risiko Operasional Pada Industri Keuangan Syariah Dan Konvensional: Studi Bibliometrik Vosviewer Dan Literature Review. *Ekonomi Islam*, 14(2), 158–174. <https://doi.org/10.22236/jei.v14i2.11121>
- Budiono, A. (2014). Analisis Kualitas Pelayanan Konsumen Bengkel Mobil Suzuki Nusantara Jaya Sentosa Soekarno-Hatta Bandung. *E-Journal Graduate Unpar*, 1(1), 94–105.
- Devani, V., & Rizko, R. A. (2016). Analisis Kepuasan Pelanggan dengan Metode Customer Satisfaction Index (CSI) dan Potential Gain in Customer Value (PGCV). *Jurnal Rekayasa Dan Manajemen Sistem Informasi*, 2(2), 24–29.
- Fanani, I., Djati, S. P., & Silvanita, K. (2017). Pengaruh Kepuasan Kerja dan Komitmen Organisasi terhadap Organizational Citizenship Behavior(OCB) (Studi Kasus RSU UKI). *Fundamental Management Journal*, 1(1), 40–53.
- Faroh, N. W. (2017). Analisa pengaruh harga, promosi, dan pelayanan terhadap keputusan pembelian (Studi Pemasaran Online Melalui Jejaring Sosial Facebook “Perawatan Wajah”). *Journal Ilmiah Prodi Manajemen*, 4(2), 3–24.
- Febriana, N. I. (2016). Muamalat Indonesia Kantor Cabang Pembantu Tulungagung. *An-Nisbah*, 03(01), 145–168.
- Howin, R., & Prasetya, W. (2020). Penerapan Metode IPA dan PGCV untuk Menganalisis Kualitas Layanan PT. Bank X berdasarkan Dimensi Servqual. *Jurnal METRIS*, 21(02), 92–102. <https://doi.org/10.25170/metris.v21i02.2493>
- Indarsyah, R., Rahman, A. ., Putrianti, S. D. ., & Taufik, N. I. . (2023). Model Strategi Pemasaran Kue Kering Lebaran Di UMKM Ranayya Kitchen Menggunakan Business Model Canvas (BMC) Dan Analisis Swot. *Management Studies and Entrepreneurship Journal (MSEJ)*, 4(6), 7471–7487. <https://doi.org/10.37385/msej.v4i6.2790>
- Ismanto, J. (2022). Manajemen Pemasaran. In *Unpam Press* (Issue 1). https://repository.unpam.ac.id/8664/1/SAK0122_MANAJEMENPEMASARAN.pdf
- Kawidjaya, S. P., Nugroho, A. B., Pradesa, H. A., & Taufik, N. I. (2023). Persepsi Atas Kualitas Sistem Dan Informasi Dalam Mendorong Kepuasan Pengguna Sistem BJB Greens. *Management Studies and Entrepreneurship Journal (MSEJ)*, 4(6), 7775–7788. <https://doi.org/10.37385/msej.v4i6.2548>
- Kusyana, D. N. B., & Pratiwi, K. A. (2019). Skala Pengukuran Kualitas Layanan: Sebuah Kajian Literatur. *Widya Manajemen*, 1(2), 21–39. <https://doi.org/10.32795/widyamanajemen.v1i2.354>
- Lestari, A. T., & Iskandar, K. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen Bank BTN Cabang Tegal. *Journal of Economic and Management (JECMA)*, 2(1), 1–9. <https://doi.org/10.46772/jecma.v2i1.513>
- Novira, A., Priatna, R., & Pradesa, H. A. (2020). Peran Kualitas Layanan Dalam Mendorong Kepuasan Pengguna Layanan Kesehatan Puskesmas Kabupaten Sumedang. *Jemap*, 3(2), 287. <https://doi.org/10.24167/jemap.v3i2.2828>
- Nur, M. (2017). Kualitas Pelayanan Prima pada PT PLN (Persero) Rayon Makassar Selatan. *Jurnal Office*, 3(1), 72. <https://doi.org/10.26858/jo.v3i1.3501>
- Nuraieni, F. A., Haryanto, N.D., & Pradesa, H. A. (2021). Faktor Penentu Dalam Mendorong Niat Membeli “Odading Mang Oleh”. *Jurnal Ekonomi Manajemen*, 7 (2), 113–126. <https://doi.org/10.37058/jem.v7i2.27>

- 35
- Putriansyah, R.S.A., Wijayanti, R., Ravenska, N., Tindaon, S.S. (2023). Analisis Promotion Mix Hijab Mandjha Ivan Gunawan. *Konferensi Nasional Ilmu Administrasi*, 7 (1), 131-140.
- Sabila, S.S., Pradesa, H.A., Zulvia, P., Purba, C.O. (2023). Penerapan Importance Performance Analysis (IPA) Pada E-Service Quality Pembelian Tiket Kereta Lokal Melalui KAI Access. *Konferensi Nasional Ilmu Administrasi*, 7 (1), 194-200.
- Salsabil, H., Ravenska, N., Taufik, N.I., Wijayanti, R. (2023). Perancangan Brand Strategy Canvas Untuk Meningkatkan Brand Awareness Pada Perusahaan Haircare. *Konferensi Nasional Ilmu Administrasi*, 7 (1), 105-114.
- Sambodo Rio Sasongko. (2021). Faktor-Faktor Kepuasan Pelanggan Dan Loyalitas Pelanggan (Literature Review Manajemen Pemasaran). *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 3(1), 104-114. <https://doi.org/10.31933/jimt.v3i1.707>
- Sinollah, & Masruro. (2019). Dalam Membentuk Kepuasan Pelanggan Sehingga Tercipta Loyalitas Pelanggan (Studi Kasus pada Toko Mayang Collection cabang Kapanjen). *Jurnal Dialektika*, 4(1), 45-64.
- Vahlevi, R., & Indra Vitaharsa, L. (2022). Pengaruh Kualitas Layanan Mobile Banking Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Nasabah Di Bank Bni Kcu Daan Mogot. *Jurnal Sosial Sains*, 2(9), 1060-1069. <https://doi.org/10.36418/jurnalsosains.v2i9.480>
- Waworundeng, J., Sandag, G., Ngeloh, S. V., & Lalong, A. (2022). Analisis Tingkat Kepuasan Pelanggan terhadap Layanan Grab dan Gojek di Masa Pandemi Covid-19 Analysis of Customer Satisfaction Levels with Grab and Gojek Services during the Covid-19 Pandemic. *Cogito Smart Journal*, 8(1), 111-121. <http://cogito.unklab.ac.id/index.php/cogito/article/view/395/223>
- Wijaya, H., Beik, I. S., & Sartono, B. (2017). Pengaruh Kualitas Layanan Perbankan Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Nasabah Bank Syariah XYZ di Jakarta. *Jurnal Aplikasi Bisnis Dan Manajemen*, 3(3), 417-426. <https://doi.org/10.17358/jabm.3.3.417>