

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **1.1 Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dikemukakan sebelumnya, maka dapat disampaikan beberapa kesimpulan dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Kualitas pelayanan dan *perceived value* secara positif memengaruhi kepuasan dan loyalitas penumpang maskapai Lion Air di Kota Padang.
2. Kepuasan penumpang juga berperan penting dalam meningkatkan loyalitas penumpang.
3. Kepuasan penumpang memediasi hubungan antara kualitas pelayanan dan loyalitas penumpang.
4. Akan tetapi, kepuasan penumpang tidak memediasi hubungan antara *perceived value* dan loyalitas penumpang.

Pengaruh Positif:

- a. Kualitas pelayanan -> Kepuasan penumpang
- b. *Perceived value* -> Kepuasan penumpang
- c. Kualitas pelayanan -> Loyalitas penumpang
- d. *Perceived value* -> Loyalitas penumpang
- e. Kepuasan penumpang -> Loyalitas penumpang

Peran Mediasi:

- a. Kepuasan memediasi hubungan antara Kualitas pelayanan -> Loyalitas penumpang.
- b. Kepuasan tidak memediasi hubungan antara *Perceived value* -> Loyalitas penumpang.

Penelitian ini menunjukkan bahwa untuk meningkatkan loyalitas penumpang Lion Air di Padang, maskapai perlu fokus pada peningkatan kualitas pelayanan dan memberikan nilai yang baik kepada penumpang. Selain itu, meningkatkan kepuasan penumpang juga sangat penting, karena kepuasan berperan sebagai penghubung antara kualitas pelayanan dan loyalitas.

## 5.2 Implikasi Penelitian

Implikasi Teori

1. Penguatan Teori kualitas pelayanan dan *perceived value*:
  - 1.1 Penelitian ini memperkuat teori bahwa kualitas pelayanan dan *perceived value* memiliki peran penting dalam membentuk kepuasan penumpang dan loyalitas penumpang, khususnya dalam konteks maskapai penerbangan.
  - 1.2 Hasil ini mendukung model-model yang menekankan pentingnya faktor-faktor tersebut dalam perilaku konsumen.
2. Peran Mediasi Kepuasan penumpang :
  - 1.1 Temuan bahwa kepuasan penumpang memediasi hubungan antara kualitas pelayanan dan loyalitas penumpang, tetapi tidak memediasi hubungan antara *perceived value* dan loyalitas penumpang, memberikan nuansa baru pada pemahaman tentang mediasi dalam perilaku konsumen.

1. Ini menunjukkan bahwa mekanisme di balik pengaruh kualitas pelayanan dan *perceived value* terhadap loyalitas penumpang mungkin berbeda.

#### Implikasi Praktis

1. Peningkatan kualitas pelayanan:
  - 1.1 Maskapai Lion Air perlu fokus pada peningkatan kualitas pelayanan untuk meningkatkan kepuasan dan loyalitas penumpang.
  - 1.2 Ini dapat mencakup peningkatan dalam aspek-aspek seperti ketepatan waktu, kenyamanan, dan layanan pelanggan.
2. Optimasi *perceived value*:
  - 1.1 Maskapai perlu mengkomunikasikan dan meningkatkan *perceived value* oleh penumpang, seperti harga yang kompetitif dan manfaat tambahan.
  - 1.2 Walaupun *perceived value* tidak melalui mediasi kepuasan, *perceived value* tetap berpengaruh langsung terhadap loyalitas penumpang.
3. Fokus pada Kepuasan Penumpang:
  - 3.1 Kepuasan penumpang adalah kunci untuk membangun loyalitas. Maskapai perlu memantau dan meningkatkan kepuasan penumpang secara berkelanjutan.
  - 3.2 Maskapai perlu memberikan perhatian khusus pada faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan, terutama yang terkait dengan kualitas pelayanan.
4. Strategi Loyalitas yang Tepat:
  1. Maskapai dapat mengembangkan program loyalitas yang difokuskan pada peningkatan kualitas pelayanan dan nilai yang dirasakan.

2. Mengingat hasil mediasi yang berbeda, strategi untuk meningkatkan loyalitas melalui kualitas pelayanan dan nilai yang dirasakan mungkin perlu dibedakan.

5. Evaluasi dan Umpan Balik:

1. Maskapai perlu secara rutin mengevaluasi kinerja pelayanan dan mengumpulkan umpan balik dari penumpang untuk mengidentifikasi area yang perlu ditingkatkan.

Dengan memahami implikasi ini, Maskapai Lion Air dapat mengambil langkah-langkah strategis untuk meningkatkan kepuasan dan loyalitas penumpang, yang pada akhirnya akan berdampak positif pada kinerja bisnis mereka.

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi pedoman dan masukan bagi maskapai Lion Air yang beroperasi di Kota Padang. Temuan penelitian ini menunjukkan bahwa loyalitas penumpang maskapai Lion Air di Kota Padang masuk kedalam kategori tidak loyal oleh karena itu, masih perlu untuk ditingkatkan dimasa yang akan datang menjadi kategori loyal bahkan sangat loyal.

Upaya yang dapat dilakukan dalam rangka meningkatkan loyalitas penumpang maskapai Lion Air di Kota Padang sebagaimana dijelaskan diatas dapat dilakukan dengan cara meningkatkan kepuasan penumpang. Hal ini disebabkan karena hasil penelitian ini membuktikan bahwa variabel kepuasan penumpang merupakan variabel penting yang dapat mempengaruhi loyalitas penumpang maskapai Lion Air di Kota Padang.

Upaya peningkatan kepuasan penumpang sebagaimana yang dijelaskan diatas adalah dengan cara memperhatikan item pernyataan yang memiliki skor rata-rata paling rendah seperti:

1. Berdasarkan hasil TCR untuk variabel kepuasan penumpang pada indikator promosi maskapai Lion Air pada item pernyataan KPg4 memiliki nilai rata-rata 2,92 dengan TCR 58,40% tergolong pada kategori tidak puas. Oleh karena itu, diharapkan kepada manajemen maskapai Lion Air agar melakukan promosi maskapai lion air Kota Padang hendaknya lebih luas dan intens supaya promosinya terjangkau menyeluruh daerah Sumatera Barat sesuai dengan pernyataan KPg4 pada kuesioner yaitu saya puas dengan promosi maskapai lion air.
2. Berdasarkan hasil TCR untuk variabel kepuasan penumpang pada indikator Route penerbangan maskapai Lion Air pada item pernyataan KPg3 memiliki nilai rata-rata 2,93 dengan TCR 58,60% tergolong pada kategori tidak puas. Oleh karena itu, diberikan saran kepada manajemen maskapai Lion Air agar route penerbangan maskapai Lion Air hendaknya menjangkau seluruh kota yang diterbangi oleh maskapai lain sesuai dengan pernyataan KPg3 pada kuesioner yaitu saya puas dengan route penerbangan maskapai lion air.
3. Berdasarkan hasil TCR untuk variabel kepuasan penumpang pada indikator merasa puas atas keputusan membeli tiket maskapai Lion Air pada item pernyataan KPg5 memiliki nilai rata-rata 2,95 dengan TCR 59,00% tergolong pada kategori tidak puas. Oleh karena itu, diberikan saran kepada manajemen maskapai Lion Air agar kepuasan pelanggan atas keputusan membeli tiket

maskapai Lion Air hendaknya ditingkatkan dengan memberikan realisasi lebih dari yang diharapkan pelanggan sesuai dengan pernyataan KPg5 pada kuesioner yaitu saya merasa puas atas keputusan saya membeli tiket maskapai lion air.

4. Berdasarkan hasil TCR untuk variabel kepuasan penumpang pada indikator merasa puas berinteraksi dengan personil maskapai Lion Air pada item pernyataan KPg6 memiliki nilai rata-rata 2,97 dengan TCR 59,40% tergolong pada kategori tidak puas. Oleh karena itu, diberikan saran kepada manajemen maskapai Lion Air agar personil maskapai Lion Air memberikan pelayanan yang terbaik kepada pelanggan dengan cara melayani penumpang dengan ramah tamah, santun (*hospitality*) sesuai dengan pernyataan KPg6 pada kuesioner yaitu secara menyeluruh, saya merasa puas berinteraksi dengan personil maskapai lion air.

Hal lain yang harus diperhatikan oleh manajemen maskapai Lion Air di Kota Padang dalam upaya meningkatkan loyalitas penumpang adalah memperhatikan atau meningkatkan kualitas layanan. Hal ini disebabkan karena hasil penelitian ini telah membuktikan bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang positif terhadap loyalitas penumpang. Hal-hal yang harus diperhatikan dalam rangka memperbaiki kualitas pelayanan adalah dengan memperhatikan skor rata-rata item yang paling rendah, seperti:

1. Berdasarkan hasil TCR untuk variabel kualitas pelayanan / *assurance* pada indikator crew/karyawan maskapai Lion Air memiliki pengetahuan memadai untuk menjawab pertanyaan pelanggan pada item pernyataan KP22 memiliki nilai rata-rata 2,61 dengan TCR 52,20% tergolong pada kategori sangat tidak

baik. Oleh karena itu, diberikan saran kepada manajemen maskapai Lion Air agar Crew / Karyawan Maskapai Lion Air hendaknya memiliki pengetahuan memadai untuk menjawab pertanyaan-pertanyaan pelanggannya di Kota Padang sesuai dengan pernyataan KP22 pada kuesioner yaitu Crew / Karyawan maskapai Lion Air memiliki pengetahuan memadai untuk menjawab pertanyaan-pertanyaan pelanggannya.

2. Berdasarkan hasil TCR untuk variabel kualitas pelayanan / *assurance* pada indikator pelanggan merasa aman / nyaman berinteraksi dengan maskapai Lion Air pada item pernyataan KP20 memiliki nilai rata-rata 2,85 dengan TCR 57,00% tergolong pada kategori tidak baik. Oleh karena itu, diberikan saran kepada manajemen maskapai Lion Air agar crew / karyawan Maskapai Lion Air hendaknya mampu memberikan rasa aman / nyaman berinteraksi dengan pelanggannya di Kota Padang sesuai dengan pernyataan KP20 pada kuesioner yaitu bapak/ibu/sdr/i merasa aman / nyaman berinteraksi dengan Maskapai Lion Air.
3. Berdasarkan hasil TCR untuk variabel kualitas pelayanan / *responsiveness* pada indikator maskapai Lion Air memberitahu kapan pastinya layanan akan disampaikan pada item pernyataan KP15 memiliki nilai rata-rata 2,69 dengan TCR 53,80% tergolong pada kategori sangat tidak baik. Oleh karena itu, diberikan saran kepada manajemen maskapai Lion Air agar maskapai Lion Air memberitahu kepastian layanan yang akan disampaikan saat berinteraksi dengan pelanggannya di Kota Padang sesuai dengan pernyataan KP15 pada kuesioner

yaitu maskapai Lion Air memberitahu bapak/ibu/sdr/i kapan pastinya layanan akan disampaikan.

4. Berdasarkan hasil TCR untuk variabel kualitas pelayanan / *responsiveness* pada indikator maskapai Lion Air memberikan layanan yang cepat kepada pelanggan pada item pernyataan KP16 memiliki nilai rata-rata 2,76 dengan TCR 55,20% tergolong pada kategori tidak baik. Oleh karena itu, diberikan saran kepada manajemen maskapai Lion Air agar maskapai Lion Air memberikan layanan yang cepat dan tidak menunda-nunda saat berinteraksi dengan pelanggannya di Kota Padang.
5. Berdasarkan hasil TCR untuk variabel kualitas pelayanan / *responsiveness* pada indikator maskapai Lion Air bersedia membantu pelanggan pada item pernyataan KP17 memiliki nilai rata-rata 2,84 dengan TCR 56,80% tergolong pada kategori tidak baik. Oleh karena itu, diberikan saran kepada manajemen maskapai Lion Air agar maskapai Lion Air lebih peduli dan bersedia membantu pelanggannya yang sedang membutuhkan bantuan.
6. Berdasarkan hasil TCR untuk variabel kualitas pelayanan / *reliability* pada indikator maskapai Lion Air selalu mengupayakan catatan (records) yang bebas dari kesalahan pada item pernyataan KP14 memiliki nilai rata-rata 2,71 dengan TCR 54,20% tergolong pada kategori sangat tidak baik. Oleh karena itu, diberikan saran kepada manajemen maskapai Lion Air agar maskapai Lion Air mengupayakan catatan (records) dan lebih fokus supaya bebas dari kesalahan.
7. Berdasarkan hasil TCR untuk variabel kualitas pelayanan / *reliability* pada indikator maskapai Lion Air menyediakan layanan sesuai dengan yang

dijanjikan pada item pernyataan KP13 memiliki nilai rata-rata 2,87 dengan TCR 57,40% tergolong pada kategori tidak baik. Oleh karena itu, diberikan saran kepada manajemen maskapai Lion Air agar maskapai Lion Air komitmen dan merealisasikan atas ketersediaan layanan sesuai dengan yang dijanjikan.

8. Berdasarkan hasil TCR untuk variabel kualitas pelayanan / *reliability* pada indikator maskapai Lion Air sungguh-sungguh membantu memecahkan masalah pelanggan pada item pernyataan KP11 memiliki nilai rata-rata 2,87 dengan TCR 57,40% tergolong pada kategori tidak baik. Oleh karena itu, diberikan saran kepada manajemen maskapai Lion Air agar maskapai Lion Air komitmen dan merealisasikan sungguh-sungguh membantu memecahkan masalah pelanggan yang sedang dihadapi.
9. Berdasarkan hasil TCR untuk variabel kualitas pelayanan / *tangibles* pada indikator fasilitas fisik (seperti pesawat) maskapai Lion Air menarik secara visual pada item pernyataan KP2 memiliki nilai rata-rata 2,94 dengan TCR 58,80% tergolong pada kategori tidak baik. Oleh karena itu, diberikan saran kepada manajemen maskapai Lion Air agar maskapai Lion Air lebih fokus untuk melakukan pembaharuan/perawatan rutin fasilitas fisik (seperti pesawat) maskapai Lion Air agar kelihatan lebih menarik secara visual.
10. Berdasarkan hasil TCR untuk variabel kualitas pelayanan / *tangibles* pada indikator materi-materi berkaitan dengan layanan (brosur) maskapai Lion Air menarik secara visual pada item pernyataan KP4 memiliki nilai rata-rata 2,95 dengan TCR 59,00% tergolong pada kategori tidak baik. Oleh karena itu, diberikan saran kepada manajemen maskapai Lion Air agar maskapai Lion Air

lebih fokus untuk melakukan pembaharuan materi-materi berkaitan dengan layanan (brosur) maskapai Lion Air agar kelihatan lebih menarik secara visual.

### **1.3 Keterbatasan dan Saran**

Berdasarkan kesimpulan dan implikasi penelitian yang telah disampaikan sebelumnya, maka berikut ini dapat dikemukakan saran dan keterbatasan dalam penelitian ini:

1. Penelitian ini hanya menggunakan empat variabel yang mempengaruhi loyalitas penumpang yaitu kualitas pelayanan, *perceived value* dan kepuasan penumpang, sehingga variabel-variabel lain yang berpotensi mempengaruhi loyalitas penumpang seperti bauran pemasaran dan orientasi pasar masih terabaikan. Dengan demikian, bagi peneliti yang akan datang hendaknya menambahkan variabel lain tersebut kedalam model penelitiannya.
2. Penelitian ini hanya menggunakan pelanggan yang ada di Kota Padang sebagai daerah penelitian sehingga hasil penelitian ini mungkin belum dapat berlaku sama pada daerah lainnya di Indonesia. Dengan demikian, bagi peneliti yang akan datang hendaknya menggunakan model penelitian ini dan mengujikannya pada daerah lainnya di Indonesia .
3. Penelitian ini hanya menggunakan sebanyak 150 orang responden. Dengan demikian, disarankan bagi peneliti yang akan datang agar menggunakan jumlah responden yang lebih banyak lagi.
4. Penelitian ini hanya menggunakan 150 kuesioner responden yang layak untuk dilakukan analisa. Dengan demikian disarankan bagi peneliti yang akan datang agar menggunakan jumlah responden yang lebih banyak lagi.

## DAFTAR PUSTAKA

- Adam, M., Ibrahim, M., Ikramuddin, & Syahputra, H. 2020. "The Role of Digital Marketing Platforms on Supply Chain Management for Customer Satisfaction and Loyalty in Small and Medium Enterprises (SMEs) at Indonesia." *International Journal of Supply Chain Management* 9(3): 1210–1220.
- Aditi, B., Hafizah, & Hermansyur. 2021. "The Role of E-Services, Quality System and Perceived Value on Customer Satisfaction: An Empirical Study on Indonesian SMEs." *Journal of Industrial Engineering & Management Research*, 2(3): 193–205.
- Ajzen, I. 1991. *The Theory of Planned Behavior. Organizational Behavior and Human Decision Processes*.
- Ali, Osman M O. 2020. "The Roles of Relationships and Service Quality as Drivers of Customer Loyalty: An Empirical Study." *Open Journal of Social Sciences* 08(04): 14–32. doi:10.4236/jss.2020.84002.
- Anggraini, Fifin, and Anindhyta Budiarti. 2020. "Pengaruh Harga, Promosi, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Dimediasi Kepuasan Pelanggan Pada Konsumen Gojek." *Jurnal Pendidikan Ekonomi (JUPE)* 8(3): 86–94. doi:10.26740/jupe.v8n3.p86-94.
- Arikunto, A. 2006. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta: PT. Rineka Cipta. <https://cir.nii.ac.jp/crid/1130000795354347648.bib?lang=en>.
- Armayanti, Amelia Septia. 2019. "Terhadap Loyalitas Pelanggan Analysis of Product Quality , Service Quality and Brand Image on Customer Satisfaction Clinic Beauty and Effect On." *E-Proceeding of Management* 6(1): 131–38.
- Artha, I Nengah Asta Gina Jaya, and Ni K Seminari. 2018. "Peran Kepuasan Pelanggan Dalam Memediasi Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan." *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana* 8(1): 498. doi:10.24843/ejmunud.2019.v08.i01.p18.
- Astuti, Davia Sri, Mohamad Lutfi, Kepuasan Pelanggan, and Loyalitas Pelanggan. 2019. "64-Article Text-120-1-10-20200305." 9: 132–44.
- B, Irwan, Andi Widiawati, and Fitriani Latief. 2023. "Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Nilai Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Kopi Ilbs Di Gowa." *Nobel Management Review* 4(2): 337–47. doi:10.37476/nmar.v4i2.4061.
- Bagozzi, R. ., & Yi. 1988. "On The Evaluation of Structural Equation Models." *Journal of the Academy of Marketing Sciences* 16: 74–94.
- Bagus Nyoman Udayana, Ida, and Ambar Lukitaningsih. 2022. "Pengaruh Kualitas Layanan, Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Dalam Membentuk

- Loyalitas Pelanggan.” *Jurnal Penelitian Pendidikan dan Ekonomi* 19(02): 226–33. <https://journal.uniku.ac.id/index.php/Equilibrium>.
- Budiansari, Annisa, and Sujana Sujana. 2021. “Pengaruh Persepsi Kualitas Pelayanan Dan Persepsi Nilai Terhadap Kepuasan Serta Dampaknya Pada Loyalitas Pelanggan Maskapai Penerbangan.” *Jurnal Ilmiah Pariwisata Kesatuan* 2(1): 21–32. doi:10.37641/jipkes.v2i1.583.
- Bunga Pertiwi, Ayu, Hapzi Ali, and Franciscus Dwikotjo Sri Sumantyo. 2022. “Pengaruh Persepsi Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan Pada E-Commerce Shopee.” *Jurnal Ilmu Multidisplin* 1(2): 537–53. doi:10.38035/jim.v1i2.63.
- Chien, L. H., & Chi, S. Y. 2019. “Corporate Image as a Mediator between Service Quality and Customer Satisfaction: Difference across Categorized Exhibitors.” *Heliyon* 5(3). <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2019.e01307>.
- Chinintya, Dwi P, and Putranto Manalu. 2020. “Kepuasan Pasien BPJS Kesehatan Pada Pelayanan Kesehatan Di Klinik Haji Medan Jabar.” *Jurnal Kesehatan Global* 3(1): 1. doi:10.33085/jkg.v3i1.4527.
- Christono, AB, and Chairiah. 2019. “Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan.” *Journal of Economics & Business UniSadhuGuna Business School* 8(1): 1–17. <https://doi.org/10.36406/jemi.v3i1i02.545>.
- Darmawan, R. D. 2018. “Analisa Pengaruh Work-Family Conflict Dan Job Stress Terhadap Job Performance Perawat Di Rumah Sakit.” *Agora* 6: 2.
- Deng, Zhaohua, Yaobin Lu, Kwok K Wei, and Jinlong Zhang. 2010. “Understanding Customer Satisfaction and Loyalty: An Empirical Study of Mobile Instant Messages in China.” *International Journal of Information Management* 30(4): 289–300. doi:10.1016/j.ijinfomgt.2009.10.001.
- Dewi, K I L, N N Yulianthini, ..., Riri Oktarini, AB Christono, Chairiah, Suparno Saputra, et al. 2019. “Pengaruh Dimensi Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna BPJS Kesehatan Di Kota Singaraja.” *Bisma: Jurnal Manajemen* 2(2): 397. <https://ejournal.undiksha.ac.id/index.php/BISMA-JM/article/view/22011>.
- Dewi, Kiki A. 2018. “Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Pelanggan Dunkin’ Donuts Di Surabaya Dan Sidoarjo).” *Bisma (Bisnis Dan Manajemen)* 9(1): 43. doi:10.26740/bisma.v9n1.p43-55.
- Eka, C. W., & Sesilya, K. 2021. “J-Marks Analisis Pengaruh Perceived Value Dan Service Quality.” 9(1): 2019–22.
- Fakhrudin, Arif. 2020. “Pengaruh Kepuasan Dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas

- Penumpang Maskapai Garuda Indonesia Di Bandar Udara Adi Soemarmo.” *Jurnal Maksipreneur: Manajemen, Koperasi, dan Entrepreneurship* 10(1): 102. doi:10.30588/jmp.v10i1.677.
- Farizan, N., Rohman, F., & Hussein, A. S. 2019. “The Effect of Brand Identity, Brand Image, and Perceived Value on Loyalty with Customer Satisfaction as Mediation Variable for Costumer Fresh Juice Bintaro.” *Journal of Applied Management (JAM)* 17(1): 127–132. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.21776/ub.jam.2019.017.01.14>.
- Fauzana, Rozy, and Putu Nina Madiawati. 2020. “Pengaruh Kualitas Layanan Dan Citra Perusahaan Terhadap Loyalitas Konsumen Lion Air Di Kota Bandung Dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening.” *Jurnal Menara Ekonomi : Penelitian dan Kajian Ilmiah Bidang Ekonomi* 6(3): 58–66. doi:10.31869/me.v6i3.1860.
- Festinger, L. 1957. *A Theory of Cognitive Dissonance*. Row Peterson: Evanston, Ill.
- Firdhiani, Anna R, and Ari Setiyaningrum. 2020. “Studi Tentang Faktor-Faktor Penentu Customer Loyalty Pada Grabfood: Investigasi Atas Perceived Value, Customer Satisfaction, Dan Switching Cost.” *Ekonomi Bisnis* 25(2): 120. doi:10.17977/um042v25i2p120-132.
- Fitrianti, Dewi, and Nia Sonani. 2022. “Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Industri Pariwisata Di Jawa Barat.” *Arus Jurnal Sosial Dan Humaniora* 1(3): 140–47. doi:10.57250/ajsh.v1i3.43.
- Fornell, C., & Larcker, D. F. 1981. “Evaluating Structural Equation Models with Unobservable Variables and Measurement Error.” *Journal of Marketing Research*, 18: 1.
- Gika, Eline N N. 2023. “Analisis Strategi Pemasaran Digital Dalam Upaya Peningkatan Omset Penjualan (Studi Pada Konsumen Gojek Di Tasikmalaya).” *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (Jptn)* 11(1): 18–28. doi:10.26740/jptn.v11n1.p18-28.
- Grace, Ernest, Onita S Sinaga, Marto Silalahi, Marthin H Ambarita, and Sudung Simatupang. 2022. “Harga Dan Kualitas Pelayanan Serta Pengaruhnya Terhadap Kepuasan Pelanggan.” *Buletin Poltanesa* 23(1): 35–44. doi:10.51967/tanesa.v23i1.931.
- Griffin, Em. 2019. *Universitas Wheaton A First Look At Communication Theory (Pandangan Pertama Dalam Teori Komunikasi)*.
- Griffin, J. 2005. *Customer Loyalty*. jakarta: Erlangga.
- Griffin, J. 2012. *Customer Loyalty*. Jakarta: Erlangga.
- Habibi, S., & Zakipour, M. 2022. “The Effect of Perceived Value on Customer

- Loyalty by Examining the Mediating Role of Electronic Word-of-Mouth Advertising and Customer Satisfaction: Case Study of Jabama Company.” *International Journal of Applied Research in Management and Economics*, 5(4): 59–77. <https://doi.org/10.33422/ijarme.v5i4.971>.
- Hair, Joseph F, W. C Black, B. J Babin, and R. E Anderson. 2014. *Multivariate Data Analysis: A Global Perspective (7th Ed.)*. New Jersey: Pearson Education.
- Han, H., Kim, Y., & Kim, E. 2011. “Cognitive, Affective, Conative, and Action Loyalty: Testing the Impact of Inertia.” *International Journal of Hospitality Management* 30(4): 1008–1019.
- Herawati, Destiana, and Yenita Yenita. 2023. “Pelayanan Perusahaan Otobus Sinar Jaya Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Penumpang.” *Widya Cipta - Jurnal Sekretari Dan Manajemen* 7(1): 59–64. doi:10.31294/widyacipta.v7i1.15103.
- Hermawan, Rian, Mohamad Rizan, and Agung W Handaru. 2021. “Customer Satisfaction in Mobile Payment System: Finding From Indonesia.” *Jurnal Dinamika Manajemen Dan Bisnis* 3(2): 28–36. doi:10.21009/jdmb.03.2.2.
- Hoang, H., & Le, T. 2023. “Heliyon Unveiling Digital Transformation : Investigating Technology Adoption in Vietnam ’ s Food Delivery Industry for Enhanced Customer Experience.” *Heliyon* 9(9): e19719. <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2023.e19719>.
- Husain, Anita A., Maryam Mangantar, and Yunita Mandagie. 2022. “Analisis Pengaruh Nilai Pelanggan Dan Keunggulan Produk Terhadap Loyalitas Konsumen Di FIF Group Cabang Manado.” *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi* 10(1): 19–28.
- Ilyas, G. B., Munir, A. R., Tamsah, H., Mustafa, H., & Yusriadi, Y. 2021. “The Influence of Digital Marketing and Customer Perceived Value through Customer Satisfaction on Customer Loyalty.” *Journal of Legal, Ethical and Regulatory Issues* 24(8): 1–14.
- Isa, Muhammad, H A Lubis, and M.Si S A Chaniago. 2019. “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Penumpang Menggunakan Jasa Angkutan Penyeberangan PT. ASDP Indonesia Ferry (Persero) Cabang Sibolga.” *Jesya (Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah)* 2(2): 164–81. doi:10.36778/jesya.v2i2.90.
- Ismaila, Ilyas, G. B., Gusti, Y. K., Wiwaha, S. W., & Lionardo, A. 2022. “The Impact of Digital Marketing and Customer Perception Value through Customer Satisfaction on Customer Loyalty at Pt Catur Putra Harmonis Alauddin of Makassar Branch.” *Proceedings of the First Australian International Conference on Industrial Engineering and Operations Management*: 996–1005. <https://doi.org/10.46254/au01.20220222>.
- Jasin, M., Firmansyah, A., Anisah, H. U., Junaedi, I. W. R., & Haris, I. 2023. “The

- Effects of Customer Satisfaction, Perceived Service Quality, Perceived Value, and Brand Image on Customer Loyalty.” *Uncertain Supply Chain Management* 11(2): 763–768. <https://doi.org/10.5267/j.uscm.2023.1.004>.
- Jay H. Heizer, Barry Render. 2004. *Operations Management*. eds. Salemba and Empat. Pennsylvania State University: Pearson/Prentice Hall.
- Justianus. 2023. “Service Quality Terhadap Kepuasan Pelanggan Dengan Pendekatan Chat GPT.” doi:10.31219/osf.io/d4aef.
- Kaligis, Orlanda, Lisbeth Mananeke, and Debry Lintong. 2021. “Pengaruh Nilai Pelanggan Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Pada Bank BRI Kantor Cabang Manado Boulevard) The Effect of Customer Value, Atmosphere Room, Quality of Service for Customer Satisfaction (Study Case at Office BRI).” *Emba* 9(1): 1067–75. <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/article/view/32687%0Ahttps://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/article/download/32687/30906>.
- Karnita, I I N, and Nurdasila Darsono. 2020. “Pengaruh Kualitas Layanan Perusahaan Penerbangan Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Mediasi Pada Pelanggan Maskapai Lion Air Di Kota Banda Aceh.” *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Manajemen* 3(1): 55–70. <https://jim.usk.ac.id/EKM/article/viewFile/6380/2767>.
- Kaura, Vinita, Ch. S D Prasad, and Sourabh Sharma. 2015. “Service Quality, Service Convenience, Price and Fairness, Customer Loyalty, and the Mediating Role of Customer Satisfaction.” *The International Journal of Bank Marketing* 33(4): 404–22. doi:10.1108/ijbm-04-2014-0048.
- Khasbulloh, A. H. K., & Suparna, G. 2022. “Effect of Perceived Risk and Perceived Value on Customer Loyalty through Customer Satisfaction as Intervening Variables on Bukalapak Users.” *European Journal of Business and Management Research*, 7(4): 22–28. <https://doi.org/10.24018/ejbmr.2022.7.4.1472>.
- Kotler, P., & Armstrong, G. 2008. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. (12 Jilid. jakarta: Penerbit Erlangga.
- Kotler, P. and Keller, Kevin L. 2009. *Marketing Managemen, Thirteenth Edition*. 13 Jilid 2. Jakarta ; Erlangga.
- Kotler, P. and Keller, Kevin L. 2016. *Marketing Management, 15th Edition* New Jersey *No Title*. 15th Editi. Pearson Pretice Hall.
- Kotler, P. 2007. *Manajemen Pemasaran*. (12th Ed.). Indeks-Prentice Hall.
- Kotler, Philip, and Kevin Lane Keller. 2012. 14E *Management & Marketing*.
- Kurniah, and Awaluddin. 2022. “Pengaruh Pengalaman Dan Nilai Pelanggan

- Terhadap Loyalitas Melalui Kepuasan Sebagai Variabel Intervening Pada Pelanggan Scarlett Whitening Di Kota Makassar.” *Study of Scientific and Behavioral Management (SSBM)* 3(2): 21–31.
- Kurnianingsih, Asih. 2021. “Kualitas Layanan Dan Nilai Pelanggan: Pengaruhnya Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas.” *Jurnal Manajemen dan Retail* 1(02): 62–84. doi:10.47080/jumerita.v1i02.1574.
- Lin, W., & Yin, W. 2022. “Impacts of Service Quality , Brand Image , and Perceived Value on Outpatient ’ s Loyalty to China ’ s Private Dental Clinics with Service Satisfaction as a Mediator.” *PLoS ONE*, 17(6),: 1–9. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0269233>.
- Lubis, Ukkasyah S A. 2023. “Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen Terhadap Pelayanan Pada Bandar Udara: Faktor Kualitas Pelayanan, Fasilitas, Dan Faktor Keamanan.” *Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial* 4(1): 571–77. doi:10.38035/jmpis.v4i2.1575.
- Lupiyoadi, R. 2013. *Manajemen Pemasaran Jasa Berbasis Kompetensi*. 3rd ed. Jakarta: Salemba Empat.
- Maharani, Putu Hema, Luh Komang Candra Dewi, and Luh Kadek Budi Martini. 2023. “Pengaruh Penanganan Keluhan Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pasien Dengan Kepuasan Pasien Sebagai Variabel Mediasi Di Masa Pandemi Covid Di RSK Bedah Bimc, Kuta.” *Relasi : Jurnal Ekonomi* 19(1): 134–45. doi:10.31967/relasi.v19i1.667.
- Manyanga, W., Makanyeza, C., & Muranda, Z. 2022. “The Effect of Customer Experience, Customer Satisfaction and Word of Mouth Intention on Customer Loyalty: The Moderating Role of Consumer Demographics.” *Cogent Business & Management*, 9(1). <https://doi.org/10.1080/23311975.2022.2082015>.
- Mawar, Gabriel P, Markus N Otu, and Nyoman Suprayatna. 2020. “No Title.” *Syntax Idea* 2(3): 32. doi:10.36418/syntax-idea.v2i3.156.
- Melani, Melani, Sujana Sujana, and Gen G Gendalasari. 2021. “Pengaruh Bukti Fisik, Reliabilitas, Assurance, Daya Tanggap Dan Empati Terhadap Loyalitas Pelanggan Emerald Golf.” *Jurnal Ilmiah Pariwisata Kesatuan* 2(1): 31–40. doi:10.37641/jipkes.v2i1.584.
- Mochammad Faisal fadli, Jonathan Giovanni. 2021. “Pengaruh Kualitas Layanan, Nilai Pelanggan, Customer Relationship Management (Crm) Terhadap Kepuasan Pelanggan Dan Loyalitas Pelanggan (Studi Pada Pt. Bpr Prima Multi Makmur).” *Jurnal Ekonomi Integra* 11(2): 152. doi:10.51195/iga.v11i2.159.
- Mooradian, T., Matzler, K., & Ring, L. 2014. *Strategic Marketing*. USA: Palgrave Macmillan.
- Muktiono, Kautsar. 2014. “Pengaruh Kualitas Pelayanan Inti Dan Kualitas Pelayanan

Periferal Terhadap Kepuasan Pelanggan Serta Dampaknya Terhadap Minat Word of Mouth Pada Bengkel PT. Nasmoco Gombel.”

Munisih, Siti, and Djamaludin Malik. 2019. “Pengaruh Kualitas Obat Terhadap Nilai Pelanggan Dan Loyalitas Pelanggan Di Apotek Dela Semarang.” *Media Farmasi Indonesia* 14(2): 1507–16.

Ndoen, Jeremy R A, and Ni M W Kusumadewi. 2018. “Peran Kepuasan Pelanggan Dalam Memediasi Pengaruh Perceived Value Terhadap Loyalitas Pelanggan Hotspot WIFI.ID Di Denpasar.” *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana* 8(1): 54. doi:10.24843/ejmunud.2019.v08.i01.p03.

Ngo, Vu M, and Huan H Nguyen. 2016. “The Relationship Between Service Quality, Customer Satisfaction and Customer Loyalty: An Investigation in Vietnamese Retail Banking Sector.” *Journal of Competitiveness* 8(2): 103–16. doi:10.7441/joc.2016.02.08.

Nikmah, N., & Ar-Rasyid, G. 2020. “Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Serta Implikasinya Terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi Kasus Pada Pelanggan Divisi Local Government Service PT. Telkom Indonesia, Kebon Sirih Jakarta).” *Jurnal Manajemen FE-UB*, 7(1): 47–67.

Noor, Mohd. 2019. “Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Jasa Transportasi Online (Go-Jek).” *Sebatik* 23(2): 498–504. doi:10.46984/sebatik.v23i2.804.

Nuruly, Shaqina. 2024. “Determinasi Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Penumpang Kapal Roro.” *Jurnal Ilmu Manajemen (Jimmu)* 9(1): 1–13. doi:10.33474/jimmu.v9i1.21535.

Oktarini, Riri. 2020. “Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna Jasa Aplikasi Gojek Di Kota Tangerang.” *Jurnal Sekretari Universitas Pamulang* 6(2): 248. doi:10.32493/skr.v6i2.5541.

Oliver, R. L. 1999. “Whence Consumer Loyalty.” *Journal of Marketing* 63(special issue): 33–44.

Pangaribuan, Nelson S, and Yenita Yenita. 2023. “Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Dan Dampaknya Pada Loyalitas Pelanggan Perusahaan Transportasi Umum.” *Papatung Jurnal Ilmu Administrasi Publik Pemerintahan Dan Politik* 6(1): 1–15. doi:10.54783/japp.v6i1.652.

Parasuraman, A., L. L. Berry, & V. A. Zeithaml. 1991. “Refinement and Reassessment of the SERVQUAL Scale, *Journal of Retailing*.” 67 (4): 420-450 (May 2017): 17.

Parasuraman, A. 1997. “Reflections on Gaining Competitive Advantage through Customer Value.” *Journal of the Academy of Marketing Science* 25(2): 154–61.

- Parasuraman, A., Valarie A. Zeithaml, and Leonard L. Berry. 1985. "A Conceptual Model of Service Quality and Its Implications for Future Research." *Journal of Marketing* 49(4): 41. doi:10.2307/1251430.
- Prayoga, I M S, Ni N K Yasa, and Made Wardana. 2015. "Relational Benefit, Kepuasan, Dan Loyalitas Pelanggan Pada Bengkel Pt Honda Dewata Motor." *Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan* 17(1). doi:10.9744/jmk.17.1.11-20.
- Purnandika, Rona A. 2023. "Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Pengguna Transportasi Umum Di Jakarta." *Jurnal Ilmiah Manajemen Ekonomi Dan Akuntansi (JIMEA)* 1(2): 25–32. doi:10.62017/jimea.v1i2.226.
- Rafdinal, Wahyu, Yuliarni Putri, and Fitria Ridhaningsih. 2021. "Model Loyalitas Merek Pada Teh Kemasan Di Indonesia." *Jurnal Riset Bisnis Dan Investasi* 6(2): 86–96. doi:10.35313/jrbi.v6i2.1923.
- Rizki, Nurdini H. 2017. "Pengaruh Kualitas Layanan Upt Perpustakaan Terhadap Kepuasan Dan Intensitas Pemanfaatan Mahasiswa." *Jurnal Manajemen Dan Supervisi Pendidikan* 2(1): 41–51. doi:10.17977/um025v2i12017p041.
- Rusdarti. 2004. "Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Nilai Pelayanan Terhadap Loyalitas Nasabah Bank Bpd Jawa Tengah Cabang Semarang." *Jurnal Bisnis Strategi* 13: 54–65.
- Sangadji, E. ., & Sopiah. 2013. "Perilaku Konsumen: Pendekatan Praktis." *Himpunan Jurnal Penelitian*.
- Saputra, A. R., Zakaria, W., Shihab, M. S., & Widiyanti, M. 2022. "The Influence of Service Quality and Customer Satisfaction of the Brimo Application on Customer Loyalty." *International Journal of Science, Technology & Management*, 5(1): 1–5. <https://doi.org/https://doi.org/10.21744/ijbem.v5n1.1817>.
- Saputra, Suparno, and Sudarsa Resty Yulistianis. 2019. "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Grand Setiabudi Hotel& Apartment." *Jurnal Bisnis dan Pemasaran* 9(2): 21–31.
- Sari, Ni Made Desy Shinta, and I M Jatra. 2019. "Peran Kepuasan Pelanggan Dalam Memediasi Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan KFC Di Kota Denpasar." *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana* 8(12): 7349. doi:10.24843/ejmunud.2019.v08.i12.p22.
- Saribanon, Euis, Rohana Sitanggang, and Amrizal Amrizal. 2017. "Kepuasan Pengguna Jasa Transportasi Untuk Meningkatkan Loyalitas." *Jurnal Manajemen Transportasi Dan Logistik* 3(3): 317. doi:10.25292/j.mtl.v3i3.81.
- Saripudin, Abin, Wawan Oktriawan, and Nunung Kurniasih. 2021. "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Restoran Saung Manglid." *Muttaqien Indonesian Journal of Multidisciplinary Islamic Studies* 2(01): 48–57.

doi:10.52593/mtq.02.1.03.

- Schiffman, L., & Kanuk, L. 2012. *Consumer Behavior*. 10th ed. Pearson Prentice Hall: New Jersey: Pearson Education.
- Sefnedi. 2020. "The Mediating Effect of Patient Satisfaction on the Relationship Between Service Quality, Hospital Image, Trust and Patient Loyalty: Evidence from Indonesia." *Thomson Reuters* 9(2): 40–49. doi:10.5281/zenodo.3695689.
- Sekaran, U., & Bougie, R. 2013. *Research Method for Business Textbook: A Skill Building Approach*. John Wiley & Sons Ltd.
- Setyaningrum, R. P. 2021. "Enhancing Customer Loyalty through Product Innovation and Perceived Value: A Study on Customers Batik in Bekasi District, West Java, Indonesia." *Linguistics and Culture Review* 5(July): 1337–1355.
- Sewaka, Anggraini, K., Mas, M., Nurhadi, A., & Arianto, N. 2022. "The Effect of Customer Satisfaction and Service Quality of Banking Products on Loyalty of Bank Customer in Tangerang." *International Journal of Artificial Intelligence Research*, 6(1). <https://doi.org/10.29099/ijair.v6i1.295>.
- Shrestha, Purna M. 2021. "Impact of Service Quality on Customer Satisfaction and Loyalty." *Management Dynamics* 24(2): 71–80. doi:10.3126/md.v24i2.50041.
- Siswadi, S., Jumaizi, J., Supriyanto, S., & Dewa, A. L. 2023. "Indonesian Online Transportation (Go-Jek) Customers Satisfaction and Loyalty: How the Role of Digital Marketing, Word of Mouth, Perceived Value and Perceived Quality?" *Journal of Law and Sustainable Development* 11(2): 1–19. <https://doi.org/10.55908/sdgs.v11i2.362>.
- Slack, Neale J. 2020. "The Effect of Service Quality on Customer Satisfaction and Loyalty and the Mediating Role of Customer Satisfaction Supermarkets in Fiji." 32(3): 543–58. doi:10.1108/TQM-07-2019-0187.
- Solimun, Solimun, and Adji A R Fernandes. 2018. "The Mediation Effect of Customer Satisfaction in the Relationship Between Service Quality, Service Orientation, and Marketing Mix Strategy to Customer Loyalty." *The Journal of Management Development* 37(1): 76–87. doi:10.1108/jmd-12-2016-0315.
- Subekti, Sitti. 2018. "Kepuasan Penumpang Terhadap Pelayanan Terminal Domestik Di Bandar Udara Adi Sucipto Yogyakarta." *Warta Penelitian Perhubungan* 29(2): 277–88. doi:10.25104/warlit.v29i2.558.
- Subroto, F X A. 2013. "Pengaruh Market Orientation Terhadap Service Quality, Satisfaction Dan Loyalty Pelanggan Toko Buku Gramedia Di Jawa Timur." *Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan* 15(1). doi:10.9744/jmk.15.1.41-52.
- Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Bandung:

Alfabeta.

Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. Bandung: CV AFABETA.

Sumual, Yunita M., J. A. F. Kalangi, and Danny D. S. Mukuan. 2021. "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pt Otomoto Mantos." *Productivity 2*: No. 1, 2021. <https://doi.org/10.36406/jemi.v3i02.545>.

Timo, F., Mugiono, & Djawahir, A. H. 2019. "The Effect of Product Quality and Service Quality on Customer Loyalty Mediated by Customer Satisfaction (Evidence on Kharisma Store In Belu District, East Nusa Tenggara Province)." *South East Asia Journal of Contemporary Business, Economics and Law* 19(5): 13–26.

Tjiptono, F., & Diana, A. 2015. Yogyakarta: Andi *Pelanggan Puas? Tak Cukup*. Yogyakarta : Andi.

Tjiptono, F. 2016. *16 Service, Quality & Satisfaction*. Yogyakarta.

Tjiptono, Fandy. 2008. *Strategi Pemasaran*. Kedua. Yogyakarta : Andi.

Tjiptono, Fandy. 2023. "Service , Quality & Satisfaction." (January 2016): 4–5.

Utami, B., Hidayat, M. S., & Setyariningsih, E. 2023. "The Relationship between Customer Satisfaction and Loyalty: A Systematic Literature Review." *International Journal of Social Service and Research* 03(01): 54–62.

Vincencia, M., & Christiani, N. 2021. "The Effect of Product Quality, Price, and Promotion toward Students' Purchase Decision for Telkomsel Products." *Review of Management and Entrepreneurship* 5(2): 137–150. <https://doi.org/10.37715/rme.v5i2.1803>.

Wahyono, Febriza N. 2023. "Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Warbon Kopi." *Jurnal Kewirausahaan Akuntansi Dan Manajemen Tri Bisnis* 5(2): 270–81. doi:10.59806/tribisnis.v5i2.306.

Warman, Andri, Muhammad I Firdaus, and Indri Yusnita. 2014. "Karakteristik Penumpang Travel Jakarta-Bandung." *Jurnal Manajemen Transportasi Dan Logistik* 1(1): 63. doi:10.54324/j.mtl.v1i1.8.

Widayanti, Fitri R, and Amanda R Pattisinai. 2022. "Analisis Pelayanan Angkutan Kota Trayek Terminal Tambak Osowilangun." *Publikasi Riset Orientasi Teknik Sipil (Proteksi)* 3(2): 77–82. doi:10.26740/proteksi.v3n2.p77-82.

Widnyana, I W, and I N Suarmanayasa. 2021. "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Nasabah Dengan Kepuasan Sebagai Variabel Mediasi Pada LPD." *Bisma Jurnal Manajemen* 7(2): 181. doi:10.23887/bjm.v7i2.31923.

Wijaya, Johan, and Jul A Fadli. 2022. "Pengaruh Perceived Value, Kualitas Produk,

- Ekuitas Merek Terhadap Loyalitas Customer Di Mediasi Kepuasan.” *Jurnal Multidisiplin Indonesia* 1(1): 95–111. doi:10.58344/jmi.v1i1.8.
- Woodruff, R. B., & Gardial, S. F. 1996. “Know Your Customer New Approaches to Understanding Customer Value and Satisfaction.” *Cambridge: Blackwell Publishers, Inc.*
- Woodruff, R. B. 1997. “Customer Value: The next Source for Competitive Advantage.” *Journal of the Academy of Marketing Science*, 25(2),: 139–53.
- Wulandari, S., & Marlana, N. 2020. “Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Minat Beli Ulang Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening Pada Pengguna Transportasi Migo Di Surabaya.” *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (Jptn)*, 8(2): 791–797.
- Yulita, Lady, and Irmeilyana Irmeilyana. 2018. “Analisis Jalur Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Loyalitas Penumpang BRT Trans Musi.” *Jurnal Infomedia* 3(2). doi:10.30811/jim.v3i2.717.
- Zeithaml, V. A., & Bitner, M. J. 2013. *Services Marketing : Integrating Customer Focus Across The Firm*. New York: McGraw-Hill.
- Zeithaml, V. A., Walker, O. C., Lutz, R., Park, C. W., & Schmalensee, D. 1988. “Consumer Perceptions of Price, Quality, and Model Value:A Means-End Synthesis of Evidence.” *Journal of Marketing* Vol. 52.
- Zhao, X;, J.G; Lynch Jr, and Q Chen. 2010. “Reconsidering Baron and Kenny : Myths and Truths about Mediating Analysis.” *Journal of Consumer Research* 3(7): 197–206.
- Zhong, Y., & Moon, H.C. 2020. “Perceived Price, Service Quality, Food Quality, Physical Environment Quality, and the Moderating Role of Gender.” *MDPI :Foods*, 9 9(460): 1–9. doi:https://doi.org/10.3390/foods9040460.