



Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Kantor Pos Kcu Solo

Dirga Aji Saputra^{1*}, Ari Susanti²

¹⁻²Program Studi Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Surakarta, Indonesia

Alamat: Jl, Slamet Riyadi No. 436-437 Makamhaji, Kartasura, Sukoharjo, Jawa Tengah

*Penulis Korespondensi: santisties@gmail.com

Abstract: *This study aims to analyze the effect of service quality on customer satisfaction at the Solo Main Post Office (KCU Solo). The background of this research is driven by the increasing competition within Indonesia's logistics service industry and the need for service innovation in public institutions to adapt to the demands of modern customers. This research employs a quantitative method by distributing structured questionnaires to active users of postal delivery services. The collected data were analyzed using simple linear regression to examine the relationship between service quality and customer satisfaction. The results indicate that service quality is a key determinant of customer satisfaction, particularly in terms of reliability, responsiveness, and assurance. These findings affirm that improving service quality enhances customer trust and satisfaction toward postal services. The study provides managerial implications for PT Pos Indonesia to continuously improve service innovation, employee responsiveness, and facility convenience in order to maintain competitiveness in the era of digital transformation.*

Keywords: *Customer Satisfaction; Service Quality; Postal Service; PT Pos Indonesia; SERVQUAL*

Abstrak: Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan di Kantor Pos KCU Solo. Latar belakang penelitian didorong oleh meningkatnya persaingan dalam industri jasa logistik di Indonesia serta perlunya inovasi layanan di lembaga publik agar mampu beradaptasi dengan kebutuhan pelanggan modern. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan menyebarkan kuesioner terstruktur kepada pelanggan aktif layanan pengiriman. Data dianalisis dengan menggunakan teknik regresi linier sederhana untuk mengetahui hubungan antara kepuasan pelanggan dan kualitas pelayanan. Hasil menunjukkan bahwa kualitas layanan adalah factor utama dalam Tingkat kepuasan pelanggan, khususnya dalam hal aspek keandalan, daya tanggap, dan jaminan. Temuan ini menegaskan bahwa peningkatan kualitas pelayanan dapat memperkuat kepercayaan serta kepuasan pelanggan terhadap layanan pos. Studi ini memiliki dampak manajemen pada PT Pos Indonesia untuk terus meningkatkan inovasi layanan, ketanggapan petugas, dan kenyamanan fasilitas guna mempertahankan daya saing di era transformasi digital

Kata kunci: *Kantor Pos; Kepuasan Pelanggan; Kualitas Pelayanan; PT Pos Indonesia; SERVQUAL*

LATAR BELAKANG

Persaingan dalam industri jasa logistik nasional semakin meningkat seiring dengan pertumbuhan pesat sektor perdagangan elektronik di Indonesia. Perubahan perilaku konsumen yang menuntut layanan cepat, efisien, dan mudah diakses secara digital mendorong setiap perusahaan jasa, termasuk PT Pos Indonesia, untuk bertransformasi agar tetap relevan dengan kebutuhan pasar modern. Sebagai salah satu BUMN tertua, PT Pos Indonesia memiliki peran strategis dalam menjaga kelancaran distribusi barang dan layanan publik di seluruh wilayah Indonesia. Namun, di tengah munculnya berbagai perusahaan logistik swasta dengan sistem layanan digital yang lebih adaptif, perusahaan ini dihadapkan pada tantangan untuk mempertahankan kepercayaan dan loyalitas pelanggan.

Kinerja pelayanan yang dirasakan pelanggan menjadi barometer utama keberhasilan organisasi jasa. Pelanggan menilai mutu layanan bukan hanya dari hasil akhir, tetapi juga dari pengalaman ketika berinteraksi dengan penyedia jasa. Menurut (Parasuraman, Zeithaml, V. A.; Berry, 1998), Kualitas layanan dipahami sebagai perbandingan antara harapan pelanggan dan kinerja aktual yang diterima. Model SERVQUAL yang mereka kembangkan menyoroti lima indikator penting—keandalan (*reliability*), daya tangkap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), empati (*empathy*), dan bukti fisik (*tangibles*). Setiap indikator mencerminkan bagaimana perusahaan mengelola proses pelayanan agar sesuai dengan ekspektasi pelanggan (Kolter & Keller, 2021). Kantor Pos KCU Solo merupakan cabang utama PT Pos Indonesia di wilayah Surakarta yang melayani berbagai kebutuhan logistik, mulai dari pengiriman barang hingga transaksi keuangan. Inovasi seperti penerapan sistem antrian digital, peningkatan fasilitas ruang tunggu, dan penyediaan aplikasi layanan daring telah dijalankan untuk memperkuat kepuasan pelanggan. Meski demikian, sejumlah pengguna masih menyampaikan keluhan tentang keterlambatan pengiriman dan kecepatan pelayanan di loket utama. Situasi ini mengindikasikan bahwa inovasi teknologi belum sepenuhnya diimbangi dengan peningkatan kualitas interaksi layanan secara langsung.

Kajian empiris menunjukkan bahwa kualitas pelayanan menjadi penentu penting bagi tingkat kepuasan pelanggan di berbagai sektor. (Hartatik & Susanti, 2022). Membuktikan bahwa profesionalitas petugas dan ketepatan waktu berpengaruh

signifikan terhadap kepuasan konsumen pada sektor jasa kecantikan. Penelitian lain oleh (Suryani Putri, 2022). Juga mengungkapkan bahwa kecepatan pelayanan dan kemampuan komunikasi yang empatik memperkuat persepsi positif pelanggan terhadap merek jasa yang digunakan. Kesamaan hasil tersebut menegaskan bahwa peningkatan kualitas layanan merupakan strategi utama untuk mempertahankan loyalitas pelanggan di tengah dinamika pasar modern.

Berdasarkan pemaparan tersebut, maka secara teoritis diperlukan untuk menjelaskan hubungan antara kualitas layanan dan kepuasan pelanggan. Fokus penelitian ini adalah bagaimana kualitas layanan mempengaruhi kepuasan pelanggan di Kantor Pos KCU Solo. Tujuan utamanya adalah mengidentifikasi seberapa besar peran kualitas pelayanan dalam membentuk tingkat kepuasan serta menemukan aspek layanan yang paling berpengaruh terhadap persepsi pelanggan. Hasil kajian diharapkan dapat memberikan landasan bagi manajemen PT Pos Indonesia untuk mengembangkan strategi peningkatan kualitas layanan yang lebih adaptif, berorientasi pada kebutuhan pelanggan, dan relevan dengan perkembangan era digital.

KAJIAN TEORITIS

Kualitas Pelayanan

Bagian ini menguraikan teori-teori yang menjadi dasar konseptual dalam penelitian ini. Kualitas pelayanan merupakan konsep utama yang menentukan keberhasilan lembaga jasa dalam mempertahankan kepuasan dan loyalitas pelanggan. Persepsi pelanggan terhadap mutu pelayanan muncul dari perbandingan antara harapan sebelum menerima layanan dan pengalaman aktual yang dirasakan setelah layanan diberikan (Parasuraman, Zeithaml, V. A.; Berry, 1998). Memperkenalkan model SERVQUAL yang menjelaskan bahwa lima dimensi utama membentuk kualitas pelayanan yaitu keandalan (*reliability*), daya tangkap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), empati (*empathy*), dan bukti fisik (*tangibles*).

kemampuan perusahaan untuk memberikan layanan sesuai janji dan tepat waktu dikenal sebagai keandalan. Daya tanggap karawan menunjukan bakhwa mereka siap membantu pelanggan dan menanggapi keluhan dengan cepat. Dimensi jaminan berkaitan dengan kepercayaan pelanggan terhadap kompetensi dan kejujuran petugas layanan, sedangkan empati menunjukan perhatian khusus yang diberikan kepada

setiap klien. Bukti fisik mencakup peralatan, tampilan, dan elemen visual lain yang memperkuat citra profesional penyedia jasa. Kombinasi dari kelima dimensi tersebut membentuk persepsi menyeluruh mengenai kualitas pelayanan yang diterima pelanggan (Kotler, Philip; Keller, 2021).

Kepuasan Pelanggan

Kepuasan pelanggan menggambarkan kondisi emosional yang muncul setelah individu mengevaluasi pengalaman layanan terhadap ekspektasinya. Menurut (Oliver, 2014), Kepuasan terbentuk ketika hasil yang diperoleh pelanggan memenuhi atau melebihi harapan mereka. Sebaliknya, kekecewaan pelanggan akan muncul dan mengurangi kepercayaan organisasi.

Dalam konteks lembaga publik, kepuasan pelanggan memiliki dimensi sosial yang lebih luas karena berkaitan dengan kepercayaan masyarakat terhadap penyelenggara layanan negara. PT Pos Indonesia sebagai Perusahaan milik pemerintah diharapkan tidak hanya memberikan pelayanan yang cepat dan akurat, tetapi juga menunjukkan integritas, tanggung jawab, serta kepekaan terhadap kebutuhan masyarakat. Pelanggan yang puas cenderung menumbuhkan kepercayaan jangka panjang dan berpotensi menjadi agen promosi tidak langsung bagi perusahaan melalui pengalaman positif yang mereka bagikan.

Hubungan antara Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan

Hubungan antara kepuasan konsumen dan kualitas layanan yang diberikan telah menjadi fokus utama dalam berbagai penelitian. (Hartatik & Susanti, 2022), Menemukan bahwa profesionalitas karyawan dan ketepatan waktu merupakan faktor dominan yang memengaruhi kepuasan pelanggan pada sektor jasa kecantikan. Temuan tersebut memperlihatkan bahwa faktor ketepatan dan keandalan pelayanan sangat penting dalam membentuk persepsi pelanggan yang baik.

Penelitian lain oleh (Suryani Putri, 2022), Memperkuat hasil tersebut melalui studi pada industri *skincare*, di mana kecepatan pelayanan serta empati karyawan terbukti meningkatkan kepuasan dan loyalitas pelanggan. Hasil serupa juga ditemukan oleh (Saraswati, D.; Pratama, 2021), Yang menunjukkan bahwa konsistensi dalam pemberian layanan pada sektor perbankan berpengaruh langsung terhadap kepuasan pelanggan.

Seluruh temuan tersebut mempertegas bahwa kualitas pelayanan menjadi faktor krusial dalam menciptakan kepuasan pelanggan, baik di sektor swasta maupun lembaga publik. Ketika kualitas layanan mampu memenuhi ekspektasi pelanggan, maka kepercayaan, loyalitas, dan kepuasan akan meningkat secara simultan. Berdasarkan landasan teoritis ini, dapat disimpulkan bahwa tingkat kepuasan pelanggan di Kantor Pos KCU Solo sangat dipengaruhi oleh kualitas layanan yang diberikan.

METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian

Dengan desain asosiatif kausal yang bertujuan, metodologi kuantitatif digunakan dalam penelitian ini bertujuan mengukur hubungan serta pengaruh kualitas pelayanan terhadap pelanggan Kantor Pos KCU Solo. Pendekatan ini dipilih karena mampu menjelaskan hubungan antarvariabel secara objektif melalui data numerik (Sugiyono, 2019). **Penelitian dilakukan di Kantor Pos KCU Solo sebagai salah satu cabang utama PT Pos Indonesia di wilayah Surakarta. Lokasi ini dipilih karena memiliki karakteristik pelanggan yang beragam, dengan intensitas transaksi tinggi dan cakupan layanan yang luas, sehingga hasil penelitian dapat digeneralisasikan pada konteks layanan pos perkotaan.**

Populasi Dan Sampel

Target penelitian adalah seluruh pelanggan aktif Kantor Pos KCU Solo yang menggunakan layanan pengiriman barang dan dokumen selama periode penelitian. Karena populasi bersifat heterogen, Metode sampling purposive *non-probability* digunakan untuk menentukan responden yang sesuai dengan tujuan penelitian.

Responden dipilih berdasarkan kriteria :

1. **Telah menggunakan layanan Kantor Pos KCU Solo minimal dua kali,**
2. **Berusia 17 tahun ke atas, dan**
3. **Bersedia memberikan jawaban jujur pada kuesioner penelitian.**

Berdasarkan kriteria tersebut, diperoleh sebanyak 95 responden yang dianggap representatif untuk penelitian kuantitatif sederhana (Rescoe, dalam Sekaran, & Bougie, 2017).

Teknik Pengumpulan Data

Data primer dan data sekunder terdiri dari kuesioner yang diberikan skor dari “sangat tidak setuju” (1) hingga “sangat setuju” (5). Data sekunder dikumpulkan dari dokumen resmi PT Pos Indonesia, literatur akademik, serta hasil penelitian terdahulu yang mendukung analisis. Seluruh proses pengumpulan data dilaksanakan dengan memperhatikan etika penelitian, seperti menjaga kerahasiaan identitas responden serta menjelaskan tujuan penelitian sebelum pengisian kuesioner.

Variabel dan Definisi Operasional

Kualitas pelayanan adalah variabel independen dan kepuasan pelanggan adalah variabel dependen dalam penelitian ini. Tingkat keunggulan layanan Kantor Pos KCU Solo berdasarkan SERVQUAL lima dimensi, yang dikemukakan oleh (Parasuraman, A.; Zeithaml, V. A.; Berry, 1988), Yakni keandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), empati (*empathy*), dan bukti fisik (*tangibles*).

Kesesuaian antara harapan awal pelanggan dan pengalaman nyata dengan layanan dapat menentukan kepuasan pelanggan (Kotler, Philip; Keller, 2021). Indikator kepuasan mencakup kesesuaian harapan, kenyamanan, ketepatan waktu, serta niat untuk menggunakan kembali layanan pos.

Teknik Analisis Data

Perangkat lunak SPSS versi 26 digunakan untuk melakukan analisis data dalam beberapa tahapan. Uji reliabilitas dan validitas dilakukan untuk memastikan konsistensi dan ketepatan instrumen kuesioner. Pengaruh langsung antara kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan dapat dinilai dengan menggunakan analisis regresi linier sederhana. Uji *t* digunakan untuk mengetahui tingkat signifikansi hubungan antarvariabel, sementara koefisien determinasi (R^2) mengukur seberapa besar kualitas layanan dapat menentukan tingkat kepuasan pelanggan. Hubungan antarvariabel dapat dirumuskan bahwa kepuasan pelanggan merupakan fungsi dari kualitas pelayanan setiap peningkatan tingkat kepuasan pelanggan harus meningkat sebanding dengan peningkatan kualitas layanan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian

Untuk menentukan tingkat kepuasan pelanggan di Kantor Pos KCU Solo berdasarkan kualitas pelayanan, data dianalisis menggunakan regresi linier sederhana. Sebelum

melakukan analisis utama, instrumen penelitian diuji untuk memastikan bahwa setiap pernyataan benar.

Tabel 1. Hasil Uji Validasi Instrumen

Variabel	Jumlah Item	Jumlah Item	Rentang Korelasi	Keterangan
Kualitas Pelayanan (X)	15	15	0,512 – 0,824	Valid
Kepuasan Pelanggan (Y)	10	10	0,548 – 0,835	Valid

Sumber: Data primer diolah, 2025

Hasil uji validitas menunjukkan bahwa semua indikator valid dengan nilai korelasi di atas 0,30. Selanjutnya, koefisien Alpha Cronbach digunakan untuk memutar reliabilitas.

Tabel 2. Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Keterangan
Kualitas Pelayanan (X)	0,932	Reliabel
Kepuasan Pelanggan (Y)	0,915	Reliabel

Sumber: Data primer diolah, 2025

Hasil tes menunjukkan bahwa semua variabel memiliki nilai Cronbach's Alpha yang melebihi 0,70. Ini menunjukkan bahwa alat yang digunakan memiliki reliabilitas dan konsistensi internal yang baik, dan layak untuk digunakan pada tahap analisis berikutnya. Selanjutnya, untuk menentukan analisis regresi linier sederhana digunakan untuk melihat bagaimana variabel kualitas pelayanan berdampak langsung pada kepuasan pelanggan.

Tabel 3. Hasil Analisis Regresi Linier Sederhana

Variabel	Koefisien Regresi (B)	t-hitung	sig	Keterangan
Kualitas Pelayanan (X)	0,870	15	0,512 – 0,824	Valid

Konstanta	6,421	10	0,548 – 0,835	Valid
-----------	-------	----	---------------	-------

R=0,871

Sumber: Data primer diolah, 2025

Hasil penelitian regresi menunjukkan bahwa koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,871, menunjukkan bahwa 87,1% variasi tingkat kepuasan pelanggan dapat dijelaskan oleh variabel kualitas pelayanan, dan 12,9% lainnya dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak dimasukkan dalam model penelitian ini. Nilai signifikansinya adalah 0,000 ($< 0,05$), menunjukkan bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang signifikan dan positif terhadap kepuasan pelanggan.

Berikut ini adalah persamaan regresi yang telah dikumpulkan dari hasil penelitian:

$$Y = 6,421 + 0,870X$$

Persamaan tersebut mengindikasikan bahwa kepuasan pelanggan akan meningkat sebesar 0,870 poin per satuan peningkatan kualitas pelayanan. Oleh karena itu, semakin baik kualitas pelayanan yang diberikan, semakin tinggi pula tingkat kepuasan pelanggan.

Pembahasan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa layanan berkualitas tinggi adalah faktor utama yang menyebabkan pelanggan di Kantor Pos KCU Solo merasa puas. Dimensi keandalan menjadi faktor yang paling menentukan karena pelanggan sangat memperhatikan ketepatan waktu pengiriman dan keakuratan layanan. Tingkat kepuasan pelanggan berkorelasi positif dengan kecepatan pelayanan.

Daya tanggap karyawan serta berperan penting dalam memperkuat persepsi positif pelanggan. Respon cepat terhadap keluhan dan kemampuan menjelaskan prosedur layanan dengan jelas membangun rasa percaya dan kenyamanan. Hal ini sesuai dengan penelitian (Hartatik & Susanti, 2022), yang berpendapat bahwa profesionalitas dan tanggapan cepat karyawan menjadi indikator utama kepuasan pelanggan pada sektor jasa kecantikan.

Faktor jaminan yang meliputi keahlian, kesopanan, dan kepercayaan terhadap petugas pos turut memperkuat hubungan emosional antara pelanggan dan penyedia layanan. Hasil ini juga didukung oleh temuan (Suryani Putri, 2022), yang menyatakan bahwa empati dan sikap komunikatif karyawan meningkatkan loyalitas pelanggan terhadap jasa yang diberikan.

Aspek empati dan bukti fisik turut berkontribusi terhadap kepuasan pelanggan meskipun tidak sebesar dua faktor sebelumnya. Fasilitas yang bersih, penataan ruang tunggu yang nyaman, dan penampilan petugas yang rapi memberikan kesan profesionalitas dan kepedulian terhadap pelanggan. Kombinasi dari kelima dimensi SERVQUAL menunjukkan bahwa layanan berkualitas tinggi bukan hanya soal kecepatan, tetapi juga tentang pengalaman yang menyenangkan dan terpercaya bagi pelanggan.

Secara keseluruhan, hasil ini memperkuat teori (Parasuraman, A.; Zeithaml, V. A.; Berry, 1988), yang menyatakan bahwa kepuasan pelanggan berasal dari perbandingan kualitas layanan yang sebenarnya dan ekspektasi pelanggan. Ketika layanan sesuai bahkan melampaui harapan pelanggan, maka kepuasan meningkat secara signifikan. Temuan di Kantor Pos KCU Solo membuktikan bahwa penguatan aspek pelayanan yang tanggap, konsisten, dan empatik menjadi kunci dalam membangun loyalitas pelanggan di tengah persaingan logistik modern.

KESIMPULAN DAN SARAN

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan di Kantor Pos KCU Solo memengaruhi kepuasan pelanggan secara signifikan dan positif. Temuan ini secara empiris menjawab tujuan penelitian bahwa peningkatan layanan kualitas, khususnya pada aspek keandalan, responsif, dan konsisten, berkontribusi langsung terhadap peningkatan kepuasan pelanggan. Pelanggan menilai layanan yang cepat, tepat waktu, dan ramah sebagai komponen utama yang menciptakan persepsi yang positif terhadap kinerja Kantor Pos. Dengan demikian, kualitas pelayanan menjadi faktor kunci dalam mempertahankan kepercayaan dan loyalitas pelanggan terhadap PT Pos Indonesia dalam persaingan industri logistik yang kompetitif.

Secara kritis, hasil ini menegaskan bahwa aspek manusia dalam pelayanan—seperti ketanggapan dan empati petugas—tidak dapat sepenuhnya digantikan oleh inovasi digital. Oleh karena itu, upaya peningkatan kualitas layanan perlu dilakukan melalui sinergi antara penguatan kapasitas sumber daya manusia dan pengembangan teknologi pelayanan yang responsif terhadap kebutuhan pelanggan. Manajemen Kantor Pos KCU Solo disarankan untuk secara berkala melakukan evaluasi kepuasan pelanggan, memperluas pelatihan bagi petugas frontliner, dan memastikan proses pelayanan tetap konsisten di seluruh unit.

Jumlah penelitian ini memiliki Jumlah responden dan luas wilayah penelitian terbatas. Oleh sebab itu, penelitian mendatang disarankan untuk memperluas objek kajian pada beberapa kantor pos di wilayah lain serta menambahkan variabel lain seperti harga, loyalitas pelanggan, dan persepsi terhadap inovasi digital agar mendapatkan pemahaman yang lebih baik tentang komponen yang memengaruhi kepuasan pelanggan di industri logistik nasional. Oleh karena itu, temuan penelitian ini menunjukkan bahwa peningkatan kualitas pelayanan Adalah strategi utama bagi PT Pos Indonesia dalam mempertahankan kepuasan dan loyalitas pelanggan di era teknologi.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih dan diberikan kepada Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Surakarta atas dukungan fasilitas dan izin penelitian, serta kepada seluruh responden di Kantor Pos KCU Solo yang telah meluangkan waktu untuk mengisi kuesioner. Artikel ini merupakan bagian dari hasil penelitian tugas akhir penulis di Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Surakarta, Program Manajemen Selain itu, penulis berterima kasih kepada dosen pembimbing yang membantu dalam proses penyusunan. penelitian hingga artikel ini selesai dengan baik. Selain itu, terima kasih atas dukungan kedua orang tua, Suryo Prayoga, Aditya Rachman P, serta seluruh teman di balik layar, dan juga untuk orang yang pernah hadir di hidup penulis, yang telah support di kehidupan penulis.

DAFTAR PUSTAKA

- Hartatik, H., & Susanti, A. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Klinik Kecantikan Ella Skin Care. *Jurnal Akuntansi Dan Bisnis*, 8(1), 44–56. <https://doi.org/10.47686/jab.v8i1.524>
- Kolter, & keller. (2021). *Marketing Management*. <https://www.pearson.com/en-us/subject-catalog/p/marketing-management/P200000006587>
- Kotler, Philip; Keller, K. L. (2021). *Marketing Management (16th ed Pearson Education Limited.)*.
- Oliver, R. L. (2014). *Satisfaction: A Behavioral Perspective on the Consumer (2nd ed.)*.
- Parasuraman, A.; Zeithaml, V. A.; Berry, L. L. (1988). SERVQUAL: A multiple-item scale for measuring consumer perceptions of service quality. *Journal of Retailing*, 64(1), 12–40.
- Parasuraman, Zeithaml, V. A.; Berry, L. L. (1998). *SERVQUAL: A multiple-item scale for measuring consumer perceptions of service quality*. 64(1), 12–40.
- Rescoe, dalam Sekaran, & Bougie, R. (2017). *Research Methods for Business: A Skill-Building Approach*.
- Saraswati, D.; Pratama, H. (2021). Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Nasabah pada Sektor Perbankan di Indonesia. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 9(3), 321–332.

- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* Alfabeta.
- Suryani Putri, A. (2022). Riset Gap Sek Negatif. *Journal Scientific of Mandalika*, 3(12), 5–17.