

## **Pengaruh Biaya Pengiriman, Kecepatan Pengiriman, dan Akurasi Pengiriman terhadap Kepuasan Pelanggan pada Masyarakat Pengguna Jasa Pengiriman JNE Express di Kecamatan Neglasari**

*Alexander Prayoga<sup>1)</sup>, Agustinus Priyowidodo<sup>2)</sup>*

<sup>1,2</sup>*Universitas Buddhi Dharma*

Email : [alexanderprayoga50@gmail.com](mailto:alexanderprayoga50@gmail.com), [agustinus.priyowidodo@ubd.ac.id](mailto:agustinus.priyowidodo@ubd.ac.id)

### **ABSTRAK**

Maksud dari penelitian yang telah diselesaikan ini adalah untuk mengetahui seberapa jauh biaya pengiriman, kecepatan pengiriman, dan akurasi pengiriman dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan. Serta menguji terdapat hubungan atau tidaknya antara biaya pengiriman, kecepatan pengiriman, dan akurasi pengiriman terhadap kepuasan pelanggan pada Masyarakat pengguna Jasa Pengiriman JNE Express di Kecamatan Neglasari. Data yang terdapat di dalam penelitian ini masuk dalam kategori data primer dengan total jumlah sampel sebanyak 70 responden. Analisis data dilakukan dengan menguji suatu data dengan uji-uji yang meliputi, uji frekuensi, validitas, reliabilitas, normalitas, heterokedastisitas, multikolinieritas, regresi linear sederhana dan berganda, koefisien determinasi, Uji T (Parsial), korelasi berganda dan Uji F (Simultan). Dengan Teknik olah data *software* SPSS 18. Menurut hasil Uji T menunjukkan terdapat pengaruh signifikan pada biaya pengiriman, kecepatan pengiriman, dan akurasi pengiriman terhadap variabel kepuasan pelanggan secara parsial dengan nilai signifikan seluruh variabel dibawah 0,05. Nilai sig. Biaya Pengiriman 0,000. Nilai sig. Kecepatan Pengiriman 0,000. Nilai sig. Akurasi Pengiriman 0,000. Menurut hasil Uji F, adanya pengaruh signifikan yang di uji secara bersama-sama (simultan) pada biaya pengiriman, kecepatan pengiriman, dan akurasi pengiriman terhadap variabel kepuasan pelanggan dengan nilai signifikan 0,000.

Kata Kunci: Biaya Pengiriman, Kecepatan Pengiriman, Akurasi Pengiriman, Kepuasan Pelanggan

## PENDAHULUAN

Kegiatan bisnis yang terjadi pada saat ini sebagian besar ada proses campur tangan teknologi dan mesin. Hadirnya Perusahaan jasa logistik membuat kegiatan bisnis yang terjadi menjadi lebih mudah dan cepat. Dengan tujuan efektivitas dan efisiensi yang diharapkan, membuat Perusahaan jasa logistik harus terus berkembang mengikuti pergerakan pasar dari masa ke masa. Dalam dunia bisnis, kuatnya persaingan membuat suatu Perusahaan jasa logistik harus berinovasi dan membuat terobosan baru agar dapat meraih pelanggan. Salah satu cara yang dilakukan Perusahaan jasa logistik dalam menghadapi persaingan yang ada yaitu dengan memaksimalkan tingkat kepuasan kepada pelanggan. Cara yang dilakukan dalam upaya memaksimalkan tingkat kepuasan kepada pelanggan dengan memberikan pelayanan terbaik bagi pelanggannya. Pelayanan terbaik yang dapat diberikan Perusahaan jasa logistik yaitu dengan memaksimalkan waktu pengiriman dari Produsen sampai ke tangan pelanggan. Perusahaan dalam bidang operasional khususnya pada Perusahaan jasa logistik yang menyediakan jasa transportasi, pengiriman dan penjemputan barang merupakan alternatif yang menjadi pilihan oleh Perusahaan lain dalam memaksimalkan proses pengiriman menjadi lebih efektif dan efisien.

Dengan adanya penyedia jasa pengiriman, Perusahaan dapat mengekspansi pasarnya dan menggapai pelanggan yang berada diluar negeri sekalipun. Perusahaan tidak perlu memikirkan segala biaya transportasi yang muncul pada saat pengiriman atau penjemputan barang, hanya dengan menggunakan layanan jasa pengiriman yang disediakan oleh Perusahaan jasa logistik yang ada, Perusahaan hanya menunggu dari barang itu dikirim hingga barang sampai ke pelanggan. Tetapi Perusahaan harus lebih berhati-hati dalam memilih dan menjadikan Perusahaan jasa logistik sebagai partner dalam kerja sama yang dilakukan. Perusahaan jasa logistik pada saat ini mengalami peningkatan pesaing dan tidak sedikit Perusahaan jasa logistik yang masih aktif dan beroperasi di Indonesia.

Hal ini diakibatkan oleh kebutuhan seseorang yang semakin hari semakin meningkat, dan didukung dengan kemajuan teknologi yang menciptakan pasar elektronik atau yang biasa disebut *e-commerce*. Seseorang dapat berbelanja untuk memenuhi kebutuhan sehari-harinya secara online. Sehingga layanan yang disediakan oleh jasa pengiriman atau ekspedisi di Indonesia sangat banyak peminatnya. Hal ini dikarenakan ketidakefisiensi yang tercipta apabila tidak adanya Perusahaan jasa logistik, yang dimana pembeli harus mendatangi atau bertemu dengan si penjual dengan jarak yang begitu jauh. Pasar elektronik atau *e-commerce* menjadi pasar yang banyak diminati oleh warga Negara Indonesia, hal ini terbukti dengan banyak penjual yang mendaftarkan tokonya ke dalam pasar elektronik yang bertujuan agar dapat berjualan secara daring. Sehingga pengiriman yang terjadi terus meningkat seiring ramainya transaksi jual beli yang terjadi pada pasar elektronik atau *e-commerce*.

Persaingan ketat tentu akan terjadi didalam industri Jasa Logistik ini. Indonesia memiliki beberapa Perusahaan jasa pengiriman baik milik negara atau *BUMN* seperti PT. Pos Indonesia maupun swasta seperti TIKI, JNE, J&T, dan lain sebagainya. Dengan adanya persaingan dalam industri jasa logistik ini, membuat Perusahaan yang ada terus meningkatkan layanan agar terciptanya nilai kepuasan pelanggan yang maksimal. Upaya yang harus dilakukan dan berkaitan dengan pokok masalah yang ada, yaitu dengan kualitas pengiriman.

## TINJAUAN PUSTAKA

### **Biaya Pengiriman**

Biaya pengiriman merupakan biaya yang dibayarkan perusahaan atas proses pendistribusian produk ke pelanggan. Biaya pengiriman biasanya terdiri atas biaya-biaya yang terkait dengan kegiatan seperti pergudangan, pengiriman, dan transportasi.

Menurut Tjiptono (2015:294) dalam buku yang berjudul Strategi Pemasaran mengatakan bahwa:

“Biaya adalah Harga minimum penting yang harus ditetapkan untuk mencegah kegagalan bisnis”.

Menurut Hery (2013:24) dalam buku yang berjudul Konsep Penting Akuntansi dan Auditing mengatakan bahwa:

“Biaya ialah nilai uang atau setara kas yang harus dikeluarkan (pengorbanan) untuk mendapatkan barang ataupun jasa yang diinginkan dan diharapkan dapat bermanfaat bagi para organisasi saat ini dan di masa yang akan datang”.

### **Kecepatan Pengiriman**

Kecepatan pengiriman secara umum dapat dikatakan sebagai jarak waktu dari pelanggan memesan suatu produk sampai produk yang dimaksud sampai di pelanggan. Hal ini menandakan kecepatan pengiriman sangat berkaitan dengan waktu.

Menurut Sutarman (2017:42) menyatakan bahwa:

“Utilitas waktu tercipta oleh adanya aktivitas pergudangan dan penyimpanan produk hingga saatnya diperlukan pelanggan”.

Menurut Utari & dkk (2016:38) mengemukakan bahwa:

“Waktu terdiri dari detik yang selalu berubah dan bergerak maju dan tidak akan pernah bisa kembali”.

### **Akurasi Pengiriman**

Menurut Tedi yang dikutip oleh (Laiya & Manueke, 2022) menyatakan bahwa:

“Akurasi merupakan seberapa jauh hasil estimasi, perhitungan, atau detail cocok dan sama antara nilai atau standar yang sesuai”.

Menurut Candra (2016) menyatakan bahwa:

“Akurasi merupakan upaya yang dimaksimalkan untuk mencapai harapan bebas kesalahan”.

### **Kepuasan Pelanggan**

Menurut Daryanto yang dikutip oleh (Crismon & Andy, 2022) mengatakan bahwa:

“Kepuasan konsumen adalah tingkat kepuasan yang dialami pelanggan ditentukan dengan membandingkan kinerja yang dirasakan (hasil) dengan harapan”.

Menurut Richard Oliver yang dikutip oleh (Meyliana & Santosa, 2022) mengatakan bahwa:

“Kepuasan pelanggan merupakan reaksi yang muncul akibat suatu produk atau jasa yang dimana kebutuhan dan harapan pelanggan menjadi terpenuhi”.

## **METODE**

### **Jenis Penelitian**

Menurut (Sugiyono, 2018:13) yang dikutip oleh (Susanto & Yoyo, 2022) menyatakan bahwa untuk menarik kesimpulan, data kuantitatif merupakan jenis penelitian dimana data berbentuk angka dikelola dengan menggunakan statistika sebagai alat uji hitung yang berkesinambungan dengan objek yang diteliti. Penelitian yang dilakukan ini termasuk dalam kategori penelitian kuantitatif dimana dilaksanakan dengan metode survei.

### **Objek Penelitian**

Objek penelitian ini berfokus pada respon dari persepsi Masyarakat, dimana Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh pentingnya pelayanan yang telah diberikan oleh perusahaan terhadap tingkat kepuasan pelanggannya. Peneliti menggunakan layanan pengiriman dari JNE Express yang dimana objek perusahaan ini diambil karena jaringan layanannya yang sudah tersebar luas.

## Jenis dan Sumber Data

Penelitian ini menggunakan jenis data kuantitatif, yang diperoleh dari hasil penelitian yang telah dilakukan yaitu berupa hasil penyebaran kuesioner pada pengguna jasa pengiriman di Industri Logistik. Analisis data dalam bentuk bilangan numerik dihasilkan dengan menggunakan prosedur statistik dan didukung oleh suatu *software* statistik untuk interpretasi data merupakan tujuan utama penelitian kuantitatif (Nathanael & Hernawan, 2023). Penelitian ini menggunakan sumber data primer, yang dimana data yang ada merupakan hasil dari observasi langsung kepada objek yang bersangkutan (Hernawan, 2019).

## Populasi dan Sampel Data

Populasi yang dimaksud di penelitian ini ialah masyarakat yang pernah menggunakan jasa pengiriman barang JNE, sehingga pengambilan sampel ini dengan tipe *nonprobability sampling*, menurut Sugiyono yang dikutip oleh (Samosir et al., 2016) Pengambilan sampel ini menggunakan metode yang tidak memberikan setiap komponen populasi kesempatan yang sama untuk dijadikan sampel. Strategi pengambilan sampel penelitian ini adalah pengambilan sampel yang tidak disengaja (*accidental sampling*), yang melibatkan pengambilan sampel yang kebetulan berada di daerah tersebut pada saat tertentu. (Sugiyono, 2009). Dalam hal ini peneliti menggunakan sampel sebanyak 70 responden dimana data yang didapat berdasarkan jawaban yang telah terkumpul dari total hasil sebaran kuesioner yang telah dibuat oleh peneliti.

## HASIL

### Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Uji ini dilakukan dengan tujuan untuk dapat menghitung serta menilai sejauh mana variabel bebas (X) dapat menjelaskan atau berkontribusi pada penjelasan variasi dalam variabel terikat (Y), Koefisien determinasi memiliki nilai antara nol dan satu. (Ghozali, 2018) dari jurnal (Christiandi & Hermawan, 2022).

**Tabel I. Perhitungan Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) Biaya Pengiriman ( $X_1$ )**

Model Summary <sup>b</sup> (X1 Terhadap Y)				
Model	R	R Square	A. R Square	Std. Error of the Estimate
1	.977 <sup>a</sup>	.955	.954	1.83073

a. Predictors: (Konstan), Biaya Pengiriman

b. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Sumber: Data diolah SPSS v.18, 2023

Biaya Pengiriman memiliki pengaruh sebesar 95.5% terhadap Kepuasan Pelanggan, dapat diketahui dari nilai  $R^2$  sebesar 0,955. Hubungan kedua variabel berada di dalam kategori sangat kuat dapat diketahui dengan melihat nilai R sebesar 0,977.

**Tabel II. Perhitungan Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) Kecepatan Pengiriman ( $X_2$ )**

Model Summary <sup>b</sup> (X2 Terhadap Y)				
Model	R	R Square	A. R Square	Std. Error of the Estimate
1	.973 <sup>a</sup>	.948	.947	1.97764

a. Predictors: (Konstan), Kecepatan Pengiriman

b. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Sumber: Data diolah SPSS v.18, 2023

Kecepatan Pengiriman memiliki pengaruh sebesar 94.8% terhadap Kepuasan Pelanggan, dapat diketahui dari nilai  $R^2$  sebesar 0,948. Hubungan kedua variabel berada di dalam kategori sangat kuat dapat diketahui dengan melihat nilai R sebesar 0,973.

**Tabel III. Perhitungan Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) Akurasi Pengiriman ( $X_3$ )**

Model	R	R Square	A. R Square	Std. Error of the Estimate
1	.987 <sup>a</sup>	.974	.973	1.40129

a. Predictors: (Konstan), Akurasi Pengiriman

b. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Sumber: Data diolah SPSS v.18, 2023

Akurasi Pengiriman memiliki pengaruh sebesar 97.4% terhadap Kepuasan Pelanggan, dapat diketahui dari nilai  $R^2$  sebesar 0,974. Hubungan kedua variabel berada di dalam kategori sangat kuat dapat diketahui dengan melihat nilai R sebesar 0,987.

**Tabel IV. Perhitungan Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) Biaya Pengiriman ( $X_1$ ), Kecepatan Pengiriman ( $X_2$ ), dan Akurasi Pengiriman ( $X_3$ )**

Model	R	R Square	A. R Square	Std. Error of the Estimate
1	.990 <sup>a</sup>	.980	.979	1.24246

a. Predictors: (Konstan), Akurasi Pengiriman, Kecepatan Pengiriman, Biaya Pengiriman

Sumber: Data diolah SPSS v.18, 2023

Biaya Pengiriman, Kecepatan Pengiriman, dan Akurasi Pengiriman memiliki pengaruh sebesar 97,9% terhadap Kepuasan Pelanggan, dapat diketahui dari nilai  $R^2$  sebesar 0,979. Hubungan antar variabel berada di dalam kategori sangat kuat dapat diketahui dengan melihat nilai R sebesar 0,990.

### Uji Hipotesis

Untuk memandu prosedur penelitian dan media uji statistik yang akan digunakan, hipotesis memberikan dugaan yang ringkas dan dapat dipahami mengenai pengaruh antara variabel bebas dan variabel terikat dalam penelitian (Yam & Taufik, 2021).

### Uji T (Uji Parsial)

**Tabel V. Perhitungan Uji T (Uji Parsial) Biaya Pengiriman ( $X_1$ )**

Model	U. Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Standard, Error	Beta		
1 (Constant)	-.838	1.130		-.741	.461
Biaya Pengiriman	1.014	.027	.977	38.058	.000

1) Variable Dependent; Kepuasan Pelanggan

Sumber: Diolahnya data SPSS v.18, 2023

Secara parsial dapat diketahui variabel Biaya Pengiriman berpengaruh signifikan, diketahui pada kolom t yang dapat dilihat bahwa nilai thitung untuk biaya pengiriman sebesar 38,058 serta nilai signifikan sebesar 0,000 dan dapat disimpulkan bahwa angka  $0,000 < 0,05$  serta thitung  $>$  ttabel atau  $38,058 > 1,99656$ . Dengan demikian  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima.

**Tabel VI. Perhitungan Uji T (Uji Parsial) Kecepatan Pengiriman ( $X_2$ )**

Coefficients <sup>a</sup>					
Model	U. Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Standard, Error	Beta		
1 (Constant)	1.593	1.158		1.375	.174
Kecepatan Pengiriman	.958	.027	.973	35.092	.000

1) Variable Dependent; Kepuasan Pelanggan

Sumber: Diolahnya data SPSS v.18, 2023

Secara parsial dapat diketahui variabel Kecepatan Pengiriman berpengaruh signifikan, diketahui pada kolom t yang dapat dilihat bahwa nilai thitung untuk kecepatan pengiriman sebesar 35,092 serta nilai signifikan sebesar 0,000 dan dapat disimpulkan bahwa angka  $0,000 < 0,05$  serta thitung  $>$  ttabel atau  $35,092 > 1,99656$ . Dengan demikian  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima.

**Tabel VII. Perhitungan Uji T (Uji Parsial) Akurasi Pengiriman ( $X_3$ )**

Coefficients <sup>a</sup>					
Model	U. Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Standard, Error	Beta		
1 (Constant)	1.062	.820		1.295	.200
Akurasi Pengiriman	.971	.019	.987	50.202	.000

1) Variable Dependent; Kepuasan Pelanggan

Sumber: Diolahnya data SPSS v.18, 2023

Secara parsial dapat diketahui variabel Akurasi Pengiriman berpengaruh signifikan, diketahui pada kolom t yang dapat dilihat bahwa nilai thitung untuk akurasi pengiriman sebesar 50,202 serta nilai signifikan sebesar 0,000 dan dapat disimpulkan bahwa angka  $0,000 < 0,05$  serta thitung  $>$  ttabel atau  $50,202 > 1,99656$ . Dengan demikian  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima

**Uji F (Uji Simultan)**

**Tabel VIII. Hasil Uji F (Uji Simultan)**

ANOVA <sup>b</sup>					
Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	4980.458	3	1660.153	1075.432	.000 <sup>a</sup>
Residual	101.885	66	1.544		
Total	5082.343	69			

1) Predictors; (Konstan), Akurasi Pengiriman, Kecepatan Pengiriman, Biaya Pengiriman

2) Variable Dependent; Kepuasan Pelanggan

Sumber: Data diolah SPSS v.18, 2023

Menurut data diatas, dapat diketahui bahwa hasil uji simultan (uji f) yang dilakukan yaitu nilai signifikansi  $0,000 < 0,05$  dan nilai fhitung  $1075,432 >$  ftabel  $2,74157$ . Hal ini dapat disimpulkan bahwa semua variabel *independent* (biaya pengiriman, kecepatan pengiriman, dan akurasi pengiriman) secara simultan atau serentak dan signifikan mempengaruhi variabel *dependent* (kepuasan pelanggan).

## KESIMPULAN

Berdasarkan temuan investigasi yang dilakukan dan evaluasi pada bagian sebelumnya, penulis menawarkan kesimpulan mengenai “Pengaruh Biaya Pengiriman, Kecepatan Pengiriman, dan Akurasi Pengiriman terhadap Kepuasan Pelanggan pada Masyarakat pengguna Jasa Pengiriman JNE Express di Kecamatan Neglasari” yakni sebagai berikut:

1. Pengaruh Biaya Pengiriman kepada Kepuasan Pelanggan pada Masyarakat pengguna Jasa Pengiriman JNE Express di Kecamatan Neglasari. Berdasarkan temuan analisis data yang telah selesai, biaya pengiriman memiliki pengaruh signifikan dengan nilai positif kepada kepuasan pelanggan pada Masyarakat pengguna Jasa Pengiriman JNE Express di Kecamatan Neglasari. Kesimpulan ini di dapat dari nilai signifikan biaya pengiriman  $0,000 < 0,05$  dan nilai thitung  $38,058 > 1,99656$ , serta terdapat nilai korelasi pada uji R sebesar 97,7%. H1: Biaya Pengiriman berpengaruh kepada Kepuasan Pelanggan.
2. Pengaruh Kecepatan Pengiriman kepada Kepuasan Pelanggan pada Masyarakat pengguna Jasa Pengiriman JNE Express di Kecamatan Neglasari. Berdasarkan temuan analisis data yang telah selesai, kecepatan pengiriman memiliki pengaruh signifikan dengan nilai positif kepada kepuasan pelanggan pada Masyarakat pengguna Jasa Pengiriman JNE Express di Kecamatan Neglasari. Kesimpulan ini di dapat dari nilai signifikan kecepatan pengiriman  $0,000 < 0,05$  dan nilai thitung  $35,092 > 1,99656$ , serta terdapat nilai korelasi pada uji R sebesar 97,3%. H2: Kecepatan Pengiriman berpengaruh kepada Kepuasan Pelanggan.
3. Pengaruh Akurasi Pengiriman kepada Kepuasan Pelanggan pada Masyarakat pengguna Jasa Pengiriman JNE Express di Kecamatan Neglasari. Berdasarkan temuan analisis data yang telah selesai, akurasi pengiriman memiliki pengaruh signifikan dengan nilai positif kepada kepuasan pelanggan pada Masyarakat pengguna Jasa Pengiriman JNE Express di Kecamatan Neglasari. Kesimpulan ini di dapat dari nilai signifikan akurasi pengiriman  $0,000 < 0,05$  dan nilai thitung  $50,202 > 1,99656$ , serta terdapat nilai korelasi pada uji R sebesar 98,7%. H3: Akurasi Pengiriman berpengaruh kepada Kepuasan Pelanggan.
4. Pengaruh Biaya Pengiriman, Kecepatan Pengiriman, dan Akurasi Pengiriman secara Simultan kepada Kepuasan Pelanggan pada Masyarakat pengguna Jasa Pengiriman JNE Express di Kecamatan Neglasari. Dari hasil analisis data yang dilakukan, biaya pengiriman, kecepatan pengiriman, dan akurasi pengiriman berpengaruh secara bersama-sama kepada kepuasan pelanggan pada Masyarakat pengguna Jasa Pengiriman JNE Express di Kecamatan Neglasari. Hal ini dibuktikan dengan nilai  $f_{tabel} 2,74157 < f_{hitung} 1075,432$  dan nilai signifikan  $0,000 < 0,05$ . Adapun dapat dilihat dari kolom *Adjusted R Square* (koefisien determinasi) sebesar 0,979 yang artinya pengaruh variabel bebas (X) kepada variabel terikat (Y) sebesar 97,9% dan sisanya 2,1% dipengaruhi oleh faktor-faktor yang lain yang tidak dapat dijelaskan dalam penelitian ini. H4: Biaya Pengiriman, Kecepatan Pengiriman, dan Akurasi Pengiriman berpengaruh kepada Kepuasan Pelanggan.

## REFERENSI

- Candra, A. (2016). Pengaruh latihan menendang menggunakan imageri terhadap akurasi tendangan ke gawang. *Journal Sport Area*, 1(1), 1–10.
- Christiandi, A., & Hermawan, E. (2022). Pengaruh Beban Kerja, Stres Kerja, dan Lingkungan Kerja Terhadap Turnover Intention Karyawan Pada PT. Ginsa Inti Pratama. *EMaBi: Ekonomi Dan Manajemen Bisnis*, 1(3), 109–119. <https://jurnal.ubd.ac.id/index.php/emabi/article/view/1680>
- Crismon, E., & Andy, A. (2022). Pengaruh Keragaman Produk, Kualitas Produk dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen pada Roti Viva Bakery, Total Persada-Tangerang. *Prosiding : Ekonomi Dan Bisnis*, 2(1), 266–277.
- Hernawan, E. (2019). Pengaruh Promosi Dan Produk Terhadap Keputusan Pembelian Mie Sedap Di Tangerang. *Primanomics: Jurnal Ekonomi & Bisnis*, 17(2), 57–73. <https://doi.org/10.31253/PE.V17I2.164>
- Hery. (2013). *240 Konsep Penting Akuntansi dan Auditing yang perlu anda ketahui*. Penerbit GAVA MEDIA.
- Laiya, J. W., & Manueke, S. (2022). PENTINGNYA AKURASI DATA DALAM MEMPERTAHANKAN KINERJA PERUSAHAAN PADA PT. MASSINDO SOLARIS NUSANTARA. *MANAJEMEN ADMINISTRASI BISNIS DAN PEMASARAN*, 4(2 AGUSTUS), 38–51.
- Meyliana, D., & Santosa, S. (2022). Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Suasana Café terhadap Kepuasan Pelanggan (Study Kasus pada Haye Coffee). *Prosiding: Ekonomi Dan Bisnis*, 2(2), 379–385.
- Nathanael, M., & Hernawan, E. (2023). Pengaruh Pembayaran Paylater, Online Review Customer Dan Loyalitas Pelanggan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Aplikasi Tokopedia. *EMaBi: Ekonomi Dan Manajemen Bisnis*, 2(2). <https://jurnal.ubd.ac.id/index.php/emabi/article/view/2506>
- Samosir, L. S., Putri, Y. R., & Nurfebriani, S. (2016). Pengaruh penggunaan brand ambassador Dewi Sandra terhadap putusan pembelian kosmetik Wardah di kota Bandung. *Jurnal Sosioteknologi*, 15(2), 233–240.
- Sugiyono. (2009). *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*. CV. Alfabeta.
- Susanto, S. J., & Yoyo, T. (2022). Pengaruh Lokasi, Penataan Produk, dan Atribut Toko terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Studi Kasus di Indomaret Modernland CR30 Kota Tangerang). *EMaBi: Ekonomi Dan Manajemen Bisnis*, 1(3), 52–62.
- Sutarman. (2017). *Dasar-Dasar Manajemen Logistik*. Penerbit Aditama.
- Tjiptono, F. (2015). *Strategi Pemasaran* (Edisi 4). Penerbit ANDI.
- Utari, D., & dkk. (2016). *Akuntansi Manajemen (Pendekatan Praktis)* (Edisi Pertama). Penerbit Mitra Wacana Media.
- Yam, J. H., & Taufik, R. (2021). Hipotesis Penelitian Kuantitatif. *Perspektif : Jurnal Ilmu Administrasi*, 3(2), 96–102. <https://doi.org/10.33592/PERSPEKTIF.V3I2.1540>