

# Pengaruh Ketepatan Waktu terhadap Loyalitas Pelanggan PT. Fajar Citra Mandiri

Agus Supandi<sup>1</sup>, Ria Susanti Johan<sup>2</sup>

<sup>1</sup> Program Studi Pendidikan Matematika, Fakultas Matematika dan IPA, Universitas Indraprasta PGRI

<sup>2</sup> Program Studi Pendidikan Ekonomi, Fakultas Ilmu Pengetahuan dan Pendidikan Sosial, Universitas Indraprasta PGRI

## ARTICLE INFO

### Article History:

Received: 30 Oktober 2023

Revised: 20 November 2023

Accepted: 28 November 2023

### Keywords:

Punctuality.

Customer Loyalty

## ABSTRACT

*The research aims to analyze and test the truth of the hypothesis regarding the effect of timeliness on PT customer loyalty. Fajar Citra Mandiri. The research was carried out using quantitative methods using simple linear regression calculation techniques. The population in this research is customers of PT. Fajar Citra Mandiri with a sample size of 70 people, with the sampling technique used, namely non-probability sampling. The research instrument used was the results of a questionnaire distributed and filled in by customers with 40 questions. Based on the calculations carried out, the results obtained show that in a simple linear analysis there is a significant relationship between the effect of timeliness on customer loyalty. In this analysis, the constant (a) has a value of 18.73 and the regression coefficient (b) has a value of 0.672. This means that every 1% increase in the effect of timeliness will result in an increase in customer loyalty of 67%. This was obtained based on the results of calculating the regression coefficient (b), which shows a significant level of influence between the variables Influence of Timeliness and Customer Loyalty. In addition, the results of the product moment coefficient analysis show that the coefficient value of 0.809 obtained can be categorized as a very strong level of influence, in accordance with the correlation coefficient interpretation guidelines. This means that there is a very strong relationship between the influence of timeliness (X) and customer loyalty (Y) at PT Fajar Citra Mandiri.*

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dan menguji kebenaran hipotesis mengenai pengaruh ketepatan waktu terhadap loyalitas pelanggan PT. Fajar Citra Mandiri. Penelitian dilakukan dengan menggunakan metode kuantitatif menggunakan teknik perhitungan regresi linier sederhana. Populasi dalam penelitian ini adalah pelanggan PT. Fajar Citra Mandiri dengan ukuran sampel 70 orang, dengan teknik sampling yang digunakan yaitu non-probability sampling. Instrumen penelitian yang digunakan adalah hasil kuesioner yang dibagikan dan diisi oleh pelanggan dengan 40 pertanyaan. Berdasarkan perhitungan yang dilakukan, hasil yang diperoleh menunjukkan hubungan dalam analisis linier sederhana terdapat hubungan yang signifikan antara pengaruh ketepatan waktu terhadap loyalitas pelanggan. Dalam analisis ini, konstanta (a) memiliki nilai 18,73 dan koefisien regresi (b) memiliki nilai 0,672. Ini berarti bahwa setiap peningkatan 1% dalam efek ketepatan waktu akan menghasilkan peningkatan loyalitas pelanggan sebesar 67%. Hal ini diperoleh berdasarkan hasil perhitungan koefisien regresi (b) yang menunjukkan tingkat pengaruh yang signifikan antara variabel Pengaruh Ketepatan Waktu dan Loyalitas Pelanggan. Selain itu, hasil analisis koefisien momen produk menunjukkan bahwa nilai koefisien 0,809 yang diperoleh dapat dikategorikan sebagai tingkat pengaruh yang sangat kuat, sesuai dengan pedoman interpretasi koefisien korelasi. Artinya ada hubungan yang sangat kuat antara pengaruh ketepatan waktu (X) dan loyalitas pelanggan (Y) di PT Fajar Citra Mandiri.



© 2023 The Author(s). Published by Universitas Indraprasta PGRI, Jakarta, Indonesia. This is an open access article under the CC BY license (<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>)

### Corresponding Author:

Ria Susanti Johan,

Email: [ria\\_johan@yahoo.com](mailto:ria_johan@yahoo.com)

**How to Cite:** Supandi, A & Johan, R.S. (2023). Pengaruh Ketepatan Waktu terhadap Loyalitas Pelanggan PT. Fajar Citra Mandiri. *Sosio e-Kons*, 15 (3), 239-244

## PENDAHULUAN

Tingkat persaingan yang tinggi dalam dunia bisnis membuat pengusaha harus bijak dalam memperhatikan Produk dan jasa, Supaya usaha yang dijalankan dapat bertahan dalam berbagai situasi serta memiliki pelanggan yang setia. pada saat ini pelanggan lebih selektif dalam hal memilih produk dan jasa. apabila sebuah perusahaan dapat memberikan kepercayaan yang baik untuk pelanggannya maka akan tercipta sebuah hubungan timbal balik yang sangat menguntungkan antara kedua belah pihak. Loyalitas dapat diartikan sebagai suatu kesetiaan. Kesetiaan ini timbul tanpa adanya paksaan dari berbagai pihak, tetapi murni timbul dari kesadaran diri melalui tahapan yang pernah dilalui. Menurut Oliver dalam Puspitasari (2022:43) Loyalitas pelanggan merupakan suatu bentuk perilaku pelanggan yang mengarah pada kemungkinan pembelian ulang dan memberikan rekomendasi pada pihak lain, dan tentunya Pelanggan akan bersedia kembali menggunakan Produk dan jasa yang ditawarkan oleh perusahaan.

Loyalitas Pelanggan adalah kondisi dimana Pelanggan mempunyai sikap positif terhadap sebuah merek tersebut, dan bermaksud akan terus konsumsi atau menggunakan layanan perusahaan tersebut dimasa mendatang. Dengan adanya loyalitas Pelanggan, maka Pelanggan akan bersedia mengatakan hal – hal positif tentang perusahaan.

Menurut Puspitasari (2022: 50) ketepatan waktu adalah jangka waktu pelanggan memesan produk hingga produk tersebut tiba di pelanggan. Estimasi tiba kedatangan biasanya menjadi patokan para pelanggan untuk mengetahui apakah layanan antar tersebut baik atau tidak. Ketepatan waktu pengiriman merupakan hal yang sangat krusional mengingat ketepatan pengiriman produk yang telah dipesan akan menjadi salah satu faktor yang penting dalam meningkatkan Loyalitas pelanggan.

Ketepatan waktu sangat diutamakan bagi perusahaan PT Fajar Citra Mandiri, karena dengan ketepatan waktu merupakan pendekatan pemasaran atau jalan mencari tahu tentang bagaimana nilai-nilai yang diharapkan oleh para pelanggan. Ketepatan waktu yang sangat berkualitas, apabila ketepatan waktu yang diberikan sudah sesuai dengan apa yang diinginkan oleh para pelanggan, sebaliknya jika ketepatan waktu yang diberikan tidak sesuai dengan apa yang diinginkan oleh para pelanggan, maka ketepatan waktu itu merupakan pelayanan yang kurang berkualitas serta membuat para pelanggan mengeluh atau tidak akan kembali lagi ke perusahaan PT. Fajar Citra Mandiri. Ketepatan waktu pengiriman merupakan evaluasi bagi pelanggan untuk menilai kinerja pengiriman barang kemasan Food PT. Fajar Citra Mandiri sesuai dengan yang dijanjikan perusahaan. Dapat disimpulkan bahwa dengan adanya disiplin waktu yang diberikan PT. Fajar Citra Mandiri sesuai dengan janji yang diberikan merupakan cara perusahaan untuk meningkatkan loyalitas pelanggan, sehingga pada kemudian hari pelanggan akan kembali. PT. Fajar Citra Mandiri merupakan perusahaan yang bergerak dibidang Import tempat makanan kemasan untuk kebutuhan bisnis beskala Besar dan UMKM. PT. Fajar citra mandiri berlokasi di Jalan Duren Tiga raya No.M 30 Jakarta Selatan. Perusahaan PT. Fajar Citra Mandiri berdiri 20 tahun yang lalu dan mempunyai banyak pengalaman, dalam menangani kebutuhan industri Besar dan UMKM, dalam memenuhi kebutuhan bisnis makanan mereka.

Pada penelitian ini membahas tentang Pengaruh Ketepatan waktu terhadap Loyalitas Pelanggan PT. Fajar Citra Mandiri yang menimbulkan banyaknya keluhan Pelanggan. Ada banyak keluhan pelanggan sejumlah complain pelanggan. antara lain buruknya ketepatan waktu pengiriman, salah satu contohnya adalah barang milik Pelanggan yang fisiknya rusak, tidak sesuai pesanan dan waktu pengiriman yang relatif lama dan tidak tepat waktu, Estimasi tiba kedatangan biasanya menjadi patokan para pelanggan untuk mengetahui apakah pengiriman barang tersebut tepat waktu atau tidak. Permasalahan tersebut perlu segera diatasi karena menyebabkan dampak yang diakibatkan kepada perusahaan kurang baik karena pengiriman barang yang diberikan perusahaan tidak sesuai dengan harapan pelanggan yang mengakibatkan pengaruh yang kurang baik terhadap loyalitas pelanggan. Oleh karena itu, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh Ketepatan waktu terhadap Loyalitas Pelanggan PT. Fajar Citra Mandiri”

## METODE

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini ialah penelitian kuantitatif dengan metode kuantitatif survey. Populasi dalam penelitian ini adalah data pelanggan PT Fajar Citra Mandiri tahun 2021 dengan jumlah yaitu sebanyak 85 Pelanggan. Dalam penelitian ini penulis menggunakan teknik sampling jenuh yang terdapat di Non probability sampling. Menurut Sugiyono (2013; 122) "Sampling jenuh adalah Teknik penentuan sampel bila semua anggota populasi digunakan sebagai sampel."

Teknik pengumpulan data merupakan cara-cara yang dilakukan untuk memperoleh data dan keterangan-keterangan yang diperlukan dalam penelitian. Menurut Sugiyono (2017; 194) "Cara atau teknik pengumpulan data dapat dilakukan dengan interview (wawancara), kuesioner (angket), observasi (pengamatan), dan gabungan ketiganya." Dalam penelitian ini pengumpulan data menggunakan kuisisioner dan studi kepustakaan.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Hasil

#### Uji Validitas

Uji validitas variabel Ketepatan Waktu (X) dapat diketahui bahwa seluruh item kuesioner dapat dinyatakan valid, karena nilai r hitung lebih besar dari r tabel. Uji validitas variabel Loyalitas Pelanggan (Y) dapat diketahui bahwa seluruh item kuesioner dapat dinyatakan valid, karena nilai r hitung lebih besar dari r tabel.

#### Uji Reliabilitas

Tabel Uji Reliabilitas  
Hasil Uji Reliabilitas

No	Variabel	Nilai r Alpha	Keterangan
1.	Ketepatan Waktu	1,027	Reliabel
2.	Loyalitas Pelanggan	1,030	Reliabel

Sumber: Data diolah dengan Microsoft Excel 2019, 2023

Berdasarkan hasil tabel uji reliabilitas di atas, dapat diketahui bahwa nilai r Alpha lebih besar dari 0,60 maka dapat dikatakan seluruh instrumen kuesioner ke dua variabel penelitian ini dapat dinyatakan reliabel. Sehingga dapat digunakan dalam penelitian ini.

#### Analisis Regresi Linear

Berdasarkan hasil perhitungan diatas nilai konstanta (a) sebesar 18,73 dan koefisien regresi (b) sebesar 0,672 pada analisis regresi linear sederhana dapat diartikan terdapat hubungan antara ketepatan waktu, dengan loyalitas pelanggan. Jika ada kenaikan 1% dari ketepatan waktu (X) maka akan diikuti oleh kenaikan loyalitas pelanggan (Y) sebesar 0,672%.

#### Analisis Koefisien Korelasi

Berdasarkan hasil perhitungan dengan menggunakan analisis koefisien Product Moment, di dapat nilai sebesar 0,809 Nilai tersebut digolongkan pada tingkat pengaruh yang sangat kuat. Maka dapat disimpulkan adanya pengaruh yang sangat kuat antara Ketepatan Waktu (X) terhadap Loyalitas Pelanggan (Y) pada PT Fajar Citra Mandiri.

### **Koefisien Determinasi**

Dari perhitungan di atas maka dapat disimpulkan bahwa Pengaruh Ketepatan Waktu Terhadap Loyalitas Pelanggan sebesar 65% dan 35% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

### **Uji Hipotesis**

Diketahui thitung (11,33) lebih besar dibandingkan dengan ttabel (1,6675). Artinya bahwa  $H_0$  ditolak, sedangkan  $H_a$  diterima. Hal ini membuktikan bahwa terdapat pengaruh ketepatan waktu terhadap loyalitas pelanggan

### **Pembahasan**

Setelah melakukan perhitungan penelitian, mengolah dan menganalisis beberapa data yang telah diperoleh melalui hasil kuesioner tentang "Pengaruh Ketepatan Waktu Terhadap Loyalitas Pelanggan PT Fajar Citra Mandiri". Berdasarkan perhitungan yang dilakukan, diperoleh hasil bahwa dalam analisis linear sederhana terdapat hubungan yang signifikan antara Pengaruh Ketepatan Waktu Terhadap Loyalitas Pelanggan. Dalam analisis tersebut, konstanta (a) memiliki nilai sebesar 18,73 dan koefisien regresi (b) memiliki nilai sebesar 0,672. Artinya setiap kenaikan sebesar 1% dari pengaruh ketepatan waktu akan mengakibatkan kenaikan pada loyalitas pelanggan sebesar 67%. Hal ini didapatkan berdasarkan hasil perhitungan koefisien regresi (b), yang menunjukkan tingkat pengaruh yang signifikan antara variabel Pengaruh Ketepatan Waktu dan Loyalitas Pelanggan. Dengan kata lain, perubahan dalam pengaruh ketepatan waktu secara proporsional berhubungan secara positif dengan perubahan dalam tingkat loyalitas pelanggan. Selain itu, hasil analisis koefisien product moment menunjukkan bahwa nilai koefisien sebesar 0,809 yang diperoleh dapat dikategorikan sebagai tingkat pengaruh yang sangat kuat, sesuai dengan pedoman interpretasi koefisien korelasi. Artinya, terdapat hubungan yang sangat kuat antara Pengaruh Ketepatan Waktu (X) dan Loyalitas Pelanggan (Y) pada PT Fajar Citra Mandiri. Dari perhitungan di atas maka dapat disimpulkan bahwa Pengaruh Ketepatan Waktu Terhadap Loyalitas Pelanggan sebesar 65% dan 35% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak dibahas dalam penelitian ini. Dari langkah-langkah yang telah diuraikan maka dapat diketahui thitung (11,33) lebih besar dibandingkan dengan ttabel (1,6675). Hal ini membuktikan bahwa terdapat pengaruh Ketepatan Waktu Terhadap Loyalitas Pelanggan.

Dalam penelitian Puspitasari (2022:101), Dari hasil penelitian Berdasarkan pengaruh Ketepatan waktu (X<sub>2</sub>) secara langsung terhadap Loyalitas (Y) didapatkan nilai koefisien  $\beta$  sebesar 0,350 dengan nilai signifikansi sebesar 0,002. Dikarenakan lebih kecil daripada standar nilai signifikansi yaitu 0,05, maka dapat dikatakan bahwasanya variabel Ketepatan waktu (X<sub>2</sub>) memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap variabel Loyalitas (Y)

Dilihat dari hasil penelitian penulis dapat digunakan sebagai pedoman bagi perusahaan untuk mempertahankan Ketepatan Waktu dan meningkatkan Loyalitas Pelanggan. Artinya jika Ketepatan Waktu tersebut itu baik maka yang terjadi akan banyak Loyalitas Pelanggan dan menjadikan keuntungan bagi perusahaan tersebut. Dengan kata lain, ketepatan waktu memiliki pengaruh yang sangat kuat terhadap loyalitas pelanggan. Hal ini menunjukkan bahwa dalam Pengaruh Ketepatan Waktu secara signifikan berhubungan dengan perubahan yang kuat dalam tingkat Loyalitas Pelanggan. Semakin tinggi nilai Ketepatan waktu semakin tinggi pula tingkat Loyalitas Pelanggan yang dapat diharapkan. Dengan adanya hubungan yang sangat kuat ini, dapat digaris bawahi bahwa pengaruh ketepatan waktu memainkan peran yang signifikan dalam membentuk tingkat loyalitas pelanggan PT Fajar Citra Mandiri. Hal ini penting untuk dipertimbangkan dalam pengambilan keputusan strategis dan pengembangan strategi pemasaran guna memperkuat hubungan antara ketepatan waktu dengan loyalitas pelanggan.

## SIMPULAN DAN SARAN

Setelah melakukan penelitian, mengolah dan menganalisis data yang telah diperoleh tentang “Pengaruh ketepatan waktu terhadap loyalitas pelanggan”. Maka, dapat disimpulkan bahwa data yang diperoleh memberikan hasil adanya pengaruh antara ketepatan waktu terhadap loyalitas pelanggan. Berdasarkan hasil temuan ini juga memberikan keyakinan bahwa ketepatan waktu memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan.

Dari hasil penelitian, menunjukkan bahwa Ketepatan Waktu berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan. Diharapkan PT. Fajar Citra Mandiri terus memperhatikan ketepatan waktu karyawan agar pelanggan memberikan feedback baik bagi perusahaan.

## ACKNOWLEDGEMENT

Penelitian ini dipersembahkan untuk keluarga penulis yang sudah memberikan dukungan kepada penulis dalam menyelesaikan penelitian ini. Selama proses penelitian, penulis mendapatkan banyak masukan, bimbingan, dukungan, saran, dan bantuan dari berbagai pihak, khususnya di Program Studi Pendidikan Ekonomi Unindra dan juga editor Jurnal Sosio e-Kons. Untuk itu penulis mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang sudah membantu.

## REFERENCES/DAFTAR PUSTAKA

- Ananda, Rusydi dan Fadli, Muhammad (2018). *Statistik Pendidikan*. Medan: Cv. Widya Puspita
- Arief Rachmat Rizal H, M (2020). “*Analisis Kualitas Pelayanan, Ketepatanwaktu dan harga terhadap keputusan pembelian jasa EMKL PT. Aman world Logistic*” Hlm 11-15.
- Chony Ronald, Arisona (2019) Pengaruh loyalitas karyawan, kecerdasanemosional dan disiplin kerja terhadap kinerja karyawan. *Jurnal Manajemen*. Vol. 11 (2) 2019, 116-122. SSN Print: 0285-6911 ISSNOnline: 2528-1518 116
- Diansyah dan Yonatan (2022) Pengaruh Citra Perusahaan dan Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan yang Dimoderasi Keputusan Pembelian pada PT. Asuransi Reliance Indonesia. *Jurnal Pendidikan Tambusai*. Volume 6 Nomor 2 Tahun 2022. ISSN: 2614-6754 (print). ISSN:2614-3097(online)
- Dwi Mawarni, Oktaviana (2022). Pengaruh Fasilitas Sistem Pelacakan Online, Ketepatan Waktu Pengiriman, Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan J&T Express (Studi Pada J&T ExpressCabang Kota Karanganyar). *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, Vol. 10. No.1 April 2022. P - ISSN: 2503-4413. E - ISSN: 2654-5837, Hal 445 – 450
- Eviani, Intan dan Rachmat Hidayat, Yusup (2021) Pengaruh Sistem Pelacakan Online dan Ketepatan Waktu Pengiriman Terhadap Kepuasan
- Mita Puspitasari (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Ketepatan Waktu Dan Tarif Pengiriman Terhadap Loyalitas Pelanggan ( Studi Kasus Pengguna Ekspedisi JNE Cabang Bima, Kota Bima). e – *Jurnal Riset Manajemen PRODI MANAJEMEN Fakultas Ekonomi dan Bisnis Unisma eJrm* Vol. 11 No. 08 Agustus 2022
- Sugiono (2011).Metode Penelitian Kuantitatif dan R&D. Bandung: Alfabeta
- Pelanggan (Studi Kasus J&T Express Kota Baru Bekasi). *Jurnal Manajemen Logistik* Vol.1, No1. Januari 2021, pp. 11-19. E-ISSN 2621-6442
- Gustnest Binalay, Andrew, dkk (2016). Pengaruh Sikap, Norma Subjektif Dan Motivasi Terhadap Minat Beli Secara Online Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Di Manado. *Jurnal EMBA*. Vol.4 No.1 Maret 2016, Hal. 395-406. ISSN 2303-1174.

- Hafizha, Salma. Dkk (2019). Pengaruh kualitas pelayanan, ketepatan waktu, tarif pengiriman, dan fasilitas terhadap kepuasan pelanggan J&T EKSPRESS (Studi kasus pada pelanggan J&T Exspress cabang kota Sumbawa Besar). *Jurnal Manajemen dan Bisnis*. Vol 2 No.1
- Hariani, Danarti dan Ramdan, Danarti (2022). Pengaruh Perencanaan, Quality Control Dan Evaluasi Kinerja Manajemen Logistik Terhadap Ketepatan Waktu Pengiriman Barang Pada Pt.Id.Express Logistik Indonesia, Gudang Depok. *Syntax Literate: Jurnal Ilmiah Indonesia*. Vol. 7, No. 11, November 2022. p-ISSN: 2541-0849 e-ISSN: 2548-1398
- Hermanto (2019). *Faktor Pelayanan, Kepuasan & Loyalitas Pelanggan*. CV. Jakad Publishing: Surabaya
- Muchsinin (2020). Teori Hipotesa dan Proposisi Penelitian. *Scolastica: Volume 2, Nomor 2, November 2020*; e-ISSN: 2686-6234, 188-203
- Novel Agsa, Amalia. Dkk (2022). Kepuasan Pelanggan Ditinjau Dari BrandImage, Ketepatan Waktu Pengiriman Dan Lokasi (Studi Kasus Pada J&T Express Cabang Surakarta). *Jurnal Manajemen Bisnis Syariah*. Volume 15 Nomor 02. ISSN : 1979-0619
- Noviana, Merie (2022). Pengaruh waktu pengiriman, daya tanggap, dan kualitas layanan terhadap keputusan konsumen dalam berbelanja secara daring pada shopee di Surabaya. Universitas Hayam Wuruk Perbanas: Surabaya
- Prasidi, Abi dan Lesmini, Lis (2019). Ketepatan Waktu Pendistribusian Barang Pada Warehouse Management System di PT. CEVA Logistics Tahun 2019. *Jurnal Logistik Indonesia* Vol. 3, No. 2, Oktober 2019, pp. 68-78. E-ISSN 2621-6442
- Purnama, Intan (2022). "Pengaruh Kualitas Pelayanan Jasa terhadap Loyalitas Pelanggan di PT. POS Indonesia (Persero) parepare (Analisa ekonomi syariah)" Hlm 16 -22.
- Purwanto (2018). *Teknik Penyusunan Instrument*. Magelang: Staia Press Ristiyana, Karina dan Mulyadi, Dedi (2023). Pengaruh konsumen dalam keputusan pembelian produk melalui Tiktoshop. *Nanggroe: Jurnal Pengabdian Cendikia*. Volume 2 No. 3. ISSN: 2986-7002
- Sahputra Simanullang, Sudarman (2018) "Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Konsumen Jasa Transportasi Online Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Moderating (Studi Kasus Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Jurusan Ekonomi Islam 2014-2016 UIN-SU)" Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. Universitas Islam Negeri Sumatera Utara. Hlm 11-16.
- Sartika, dkk (2022). Pengaruh Harga, Ketepatan Waktu Pengiriman, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Konsumen Pada Jasa Pengiriman Barang Di Jne (Studi Kasus Pada Pt. Jne Katamso Medan. *Jurnal Ilmiah Kohesi*. Vol. 6 No. 1 Januari 2022
- Siyoto, Sandu dan Sodik Ali, M (2015). *Dasar Metodologi Penelitian*. Sleman: Literasi Media
- Sugiono (2011). *Metode Penelitian Kuantitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Suhardi, Ahmad (2021). *Analisis Pengaruh Loyalitas dan Komitmen Organisasi terhadap Kinerja Karyawan*. *Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah* Vol4 No 2, Januari 2021 E-ISSN: 2599-3410 | P-ISSN : 2614-3259
- Tania (2021). "Pengaruh Kualitas Pelayanan, ketepatan waktu pengiriman dan fasilitas terhadap kepuasan pelanggan ekspedisi lion parcel di batam" Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora. Universitas Putera Batam. Hlm 15-17
- Tri Putranto, Agung (2022). *Loyalitas Pelanggan*. Widina Bhakti Persada: Bandung
- Ulum, Miftachul (2016). *Uji Validitas dan Uji Reliabilitas*. Malang