

THE EFFECT OF SERVICE QUALITY ON CUSTOMER LOYALTY ON SHOPEE XPRESS EXPEDITION

PENGARUH KUALITAS LAYANAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PADA EKSPEDISI SHOPEE XPRESS

Anggit Dyah Kusumastuti¹, Ariyani Dwi Astuti², Joan Okta Ramadhion³
Universitas Sahid Surakarta^{1,2,3}
anggit.dyahkusumastuti@usahidsolo.ac.id¹, ariyaniidwi568@gmail.com²,
joan.okta28@gmail.com³

ABSTRACT

The development of online business and the rapid use of E-Commerce greatly affect shipping services in Indonesia. Shopee as the largest e-commerce in Indonesia took advantage of the momentum and started to establish its own logistics service that has been integrated with its services. The logistics service owned by Shopee is named Shopee Xpress which appeared in 2019. With its own logistics service, shipping will be more guaranteed because it is easy to monitor by Shopee. This study aims to analyze the effect of service quality on Shopee Xpress customer loyalty. To conduct a literature study, national and international journal literature from 2019 to 2025 was searched. The articles found were selected based on the suitability of the topic to be debated and evaluated comprehensively. According to the literature review, service quality has an influence on customer loyalty. Shopee Xpress should provide services that are in accordance with customer desires and needs, so that in this case it can provide automatic assessments and recommendations for customers who have used the service. In addition, Shopee Xpress is expected to pay more attention to service quality and customer satisfaction in order to create existing customer loyalty.

Keywords: *Customer Loyalty, Service Quality, Customer Satisfaction, Shopee Xpress.*

ABSTRAK

Perkembangan bisnis online dan pesatnya penggunaan E-Commerce sangat mempengaruhi jasa pengiriman barang di Indonesia. Shopee sebagai e-commerce terbesar di Indonesia memanfaatkan momentum dan mulai mendirikan layanan logistik sendiri yang telah terintegrasi dengan layanan yang dimilikinya. Layanan logistik yang dimiliki oleh Shopee ini diberi nama Shopee Xpress yang muncul pada tahun 2019. Dengan adanya layanan logistik sendiri, pengiriman akan lebih terjamin karena mudah untuk diawasi oleh pihak Shopee. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan Shopee Xpress. Untuk melakukan studi literatur, literatur jurnal nasional dan internasional dari tahun 2019 hingga 2025 dicari. Artikel yang ditemukan dipilih berdasarkan kesesuaian topik untuk diperdebatkan dan dievaluasi secara komprehensif. Menurut tinjauan literatur, kualitas layanan memiliki pengaruh terhadap loyalitas pelanggan. Shopee Xpress sebaiknya melakukan memberikan layanan yang sesuai dengan keinginan dan kebutuhan pelanggan, sehingga dalam hal ini dapat memberikan penilaian dan rekomendasi secara otomatis terhadap pelanggan yang telah menggunakan jasa. Selain itu, Shopee Xpress diharapkan lebih memperhatikan kualitas kelayanan serta kepuasan pelanggan agar dapat menciptakan loyalitas pelanggan yang ada.

Kata Kunci: Loyalitas Pelanggan, Kualitas Layanan, Kepuasan Pelanggan, Shopee Xpress.

PENDAHULUAN

Pada era revolusi ini yang ditandai dengan perubahan teknologi yang pesat, e-commerce telah menjadi salah satu sektor yang paling berkembang di Indonesia. Pertumbuhan ini tidak hanya mempengaruhi cara orang berbelanja, tetapi juga mengubah dinamika pengiriman barang secara signifikan. Salah satu platform e-commerce yang paling sering digunakan adalah Shopee,

yang menawarkan berbagai produk dan layanan, termasuk Shopee Xpress sebagai penyedia jasa pengiriman. Pengenalan Shopee sebagai platform e-commerce memberikan kemudahan bagi konsumen untuk berbelanja secara online, dengan berbagai tawaran menarik dan sistem pembayaran yang aman.

Kualitas layanan Shopee Xpress berperan penting dalam membangun

loyalitas pelanggan. Dalam konteks ini, kualitas layanan mencakup berbagai aspek seperti ketepatan waktu pengiriman, keandalan dalam memenuhi janji pengiriman, serta kemampuan untuk menangani keluhan pelanggan dengan baik. Ketika semua aspek ini terpenuhi, pelanggan cenderung merasa puas dan memiliki kecenderungan untuk terus menggunakan layanan tersebut.

Kualitas layanan memiliki hubungan langsung dengan kepuasan pelanggan. Kepuasan pelanggan berfungsi sebagai jembatan antara kualitas layanan dan loyalitas. Pelanggan yang merasa puas dengan layanan pengiriman akan lebih mungkin untuk kembali menggunakan layanan tersebut di masa depan. Selain itu, mereka juga cenderung merekomendasikan layanan kepada orang lain, sehingga menciptakan efek positif bagi perusahaan.

Loyalitas pelanggan merupakan aset penting bagi perusahaan seperti Shopee Xpress dalam menghadapi persaingan yang semakin ketat di industri ekspedisi dan e-commerce. Dengan memberikan kualitas layanan yang konsisten dan memenuhi harapan pelanggan, perusahaan dapat membangun hubungan jangka panjang dengan pelanggannya. Hal ini tidak hanya meningkatkan reputasi perusahaan tetapi juga memberikan keuntungan kompetitif di pasar.

TINJAUAN PUSTAKA

Kualitas Layanan

Pelanggan umumnya mengharapkan produk yang mereka konsumsi, baik berupa barang atau jasa, disertai dengan pelayanan yang baik dan memuaskan. Oleh karena itu, perusahaan perlu memperhatikan mutu jasa dan pelayanan yang diberikan, karena hal ini langsung memengaruhi kepuasan pelanggan. Upaya untuk memberikan

pelayanan yang berkualitas ini sangat penting agar perusahaan dapat membedakan dirinya dari pesaing, serta membangun reputasi yang baik di mata pelanggan.

Menurut Tjiptono (2013 : 110): “Kualitas dari layanan atau jasa dapat dikatakan sebagai sebuah keadaan yang selalu berubah dan berkaitan dengan produk, layanan, tenaga kerja, prosedur, dan suasana yang dapat memenuhi atau melampaui ekspektasi.”

Terdapat lima dimensi penting dalam mutu jasa atau pelayanan: (1) *Tangibles* - fasilitas fisik, peralatan, personalia, dan bahan komunikasi; (2) *Reliability* - kemampuan memberikan jasa sesuai janji secara tepat dan dapat dipercaya; (3) *Responsiveness* - kesediaan membantu pelanggan dengan cepat dan tepat; (4) *Assurance* - pengetahuan, keramahan karyawan, serta komunikasi yang meyakinkan; (5) *Empathy* - perhatian perusahaan terhadap pelanggan tanpa melibatkan emosi pribadi.

Kepuasan Pelanggan

Kepuasan pelanggan adalah tingkat perasaan konsumen setelah membandingkan apa yang diterima dengan harapannya. Menurut Philip Kotler dan Kevin Lane Keller dalam *Marketing Management* (2012:177), kepuasan konsumen merupakan perasaan senang atau kecewa yang muncul setelah membandingkan kinerja produk atau jasa dengan harapan mereka.

Kepuasan konsumen sangat dipengaruhi oleh persepsi dan harapan individu. Beberapa faktor yang memengaruhi hal tersebut antara lain kebutuhan dan keinginan saat membeli, pengalaman sebelumnya dalam menggunakan produk atau jasa, pengalaman orang lain, serta pengaruh iklan. Dalam lingkungan yang kompetitif, kepuasan pelanggan menjadi

indikator utama yang menentukan apakah konsumen akan melakukan pembelian ulang atau tetap menggunakan produk/jasa di masa depan.

Loyalitas Pelanggan

Loyalitas pelanggan merujuk pada komitmen pelanggan terhadap merek, toko, atau pemasok yang ditunjukkan melalui sikap positif dan kebiasaan pembelian ulang secara konsisten (Tjiptono, 2012). Menurut Hurriyati (2005), loyalitas pelanggan merupakan kesetiaan mendalam untuk terus menggunakan atau membeli kembali produk/jasa tertentu di masa depan, meskipun ada faktor eksternal yang dapat memengaruhi keputusan mereka. Loyalitas konsumen berkembang melalui beberapa tahap, yaitu: (1) Loyalitas kognitif (*cognitive loyalty*) - didasarkan pada keyakinan terhadap merek. (2) Loyalitas afektif (*affective loyalty*) - muncul dari rasa suka atau kepuasan berdasarkan pengalaman sebelumnya. (3) Loyalitas konatif (*conative loyalty*) - menunjukkan niat kuat untuk terus membeli suatu merek. (4) Loyalitas tindakan (*action loyalty*) - ketika niat membeli diwujudkan dalam tindakan nyata.

Hubungan Antara Kualitas Layanan dan Loyalitas Pelanggan

Kualitas layanan memiliki pengaruh yang sangat penting terhadap loyalitas pelanggan. Ketika sebuah perusahaan mampu memberikan layanan yang berkualitas, seperti kehandalan dalam memenuhi janji, responsivitas terhadap kebutuhan pelanggan, jaminan keamanan, dan empati dalam memahami keluhan atau permintaan pelanggan, maka hal tersebut akan menciptakan pengalaman yang positif bagi pelanggan. Pengalaman positif ini mendorong rasa puas yang lebih besar, di mana kepuasan

menjadi salah satu faktor utama yang memperkuat hubungan antara kualitas layanan dan loyalitas.

Pelanggan yang merasa puas cenderung memiliki kepercayaan lebih tinggi terhadap perusahaan dan lebih berkomitmen untuk terus menggunakan produk atau jasa yang ditawarkan. Selain itu, kualitas layanan yang konsisten juga dapat membangun citra perusahaan yang baik di mata pelanggan, sehingga mereka tidak hanya menjadi pengguna tetap tetapi juga merekomendasikan layanan kepada orang lain. Dengan kata lain, perusahaan yang berfokus pada peningkatan kualitas layanan secara berkelanjutan memiliki peluang besar untuk mempertahankan pelanggan setia sekaligus menarik pelanggan baru melalui reputasi positif yang mereka bangun.

METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan adalah metode Literature review. Metode literature review merupakan bentuk penelitian dengan penelusuran penelitian dan literatur yang telah ada. Penelitian dilakukan dengan mengkaji kepustakaan untuk mendapatkan referensi yang sesuai dengan topik penelitian. Metode ini digunakan untuk melakukan kajian kritis, gagasan, temuan, serta pengetahuan untuk penarikan kesimpulan teoretik untuk digunakan sebagai acuan pada penelitian selanjutnya. Tinjauan literatur menggunakan parameter pencarian jurnal berdasarkan publikasi nasional dan internasional yang diterbitkan antara tahun 2019 dan 2025. Dengan menggunakan istilah pencarian "loyalitas pelanggan" "Shopee Xpress" "Kualitas Layanan", "Kualitas pelayanan", "Kepuasan Pelanggan" dan lain-lain, basis data GoogleScholar, PubMed, Research Gate, dan Sciencedirect dikonsultasikan. Kriteria

seleksi adalah kesesuaian judul, abstrak, tujuan, hasil, dan diskusi, yang semuanya menunjukkan relevansi antara pokok bahasan dan tinjauan secara keseluruhan.

Adapun proses yang sintesis data yang dilakukan yaitu data hasil penelitian yang telah dikumpulkan akan dikurasi atau dikumpulkan sesuai dengan metode penelitian dan akan dirangkum secara naratif berdasarkan kelompok hasil penelitian. Setelah proses kurasi penelitian dan pengelompokan penelitian sesuai dengan kriteria inklusi dan metode yang digunakan. Peneliti akan merangkum dan melakukan pendataan deksripsi penelitian dalam bentuk tabel. Tabel deskripsi penelitian akan menggambarkan hasil ringkasan seluruh penelitian yang berisi peneliti, tahun terbit, jurnal yang menerbitkan, judul

artikel penelitian, dan ringkasan hasil penelitian. Hasil ringkasan dalam bentuk tabel nantinya akan ditelaah lebih jelas metode penelitiannya, proses penelitiannya, dan hasil penelitiannya yang didapatkan dari artikel full text penelitian tersebut. Setelah telaah lebih jelas dan mendalam, peneliti akan melakukan koding dan analisis persamaan serta perbedaan masing-masing jurnal yang nantinya akan disimpulkan dan didalam penarikan kesimpulan sintesis penelitian dan akan dibahas dalam pembahasan.

HASIL DAN PEMBAHASAN PENELITIAN

Berikut ini merupakan beberapa penelitian terdahulu yang melakukan eksplorasi berkenaan dengan pengaruh kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan.

Tabel 1. Hasil Systematic Literature Review

No.	Topik	Referensi	Temuan
1.	Kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan	Pangesti et al (2024), Nurdiansyah et al (2024), Nuari & Riyanto (2023), Sholikhah & Hadita (2023)	Kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelayanan.
2.	Kepuasan pelanggan memicu loyalitas pelanggan	Nalendra, Winarno & Priadi (2022), Wiennata & Hidayat (2019), Samara & Metta (2023), Putra et al (2021)	Pelayanan yang berkualitas akan memicu kepuasan pelanggan sehingga timbul loyalitas
3.	Kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan Shopee Xpress	Septyarani & Nurhadi (2023), Fadhilah (2020), Zahra et al (2022)	Kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan Shopee Xpress

Sumber: Data diolah, 2025

Berdasarkan tabel di atas peneliti telah merumuskan alur berdasarkan sumber-sumber terdahulu yaitu pertama mengkaji tentang kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan secara umum. Hasil yang didapatkan yaitu kualitas pelayanan mencakup aspek seperti kecepatan pengiriman, keandalan,

keramahan staf, dan responsivitas terhadap keluhan pelanggan. Pelanggan yang merasa menerima pelayanan berkualitas tinggi cenderung lebih setia. Temuan ini menekankan bahwa memberikan pelayanan berkualitas tinggi adalah kunci dalam mempertahankan dan meningkatkan

loyalitas pelanggan. Oleh karena itu, perusahaan harus terus berupaya meningkatkan semua aspek pelayanan untuk memastikan bahwa pelanggan yang puas akan tetap setia dan merekomendasikan layanan tersebut kepada orang lain. Hal tersebut sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Pangesti et al (2024), Nurdiansyah et al (2024), Nuari & Riyanto (2023), Sholikhah & Hadita (2023) yang menyatakan bahwa terdapat pengaruh signifikan antara kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan.

Namun, kualitas pelayanan tidak serta merta menghasilkan loyalitas pelanggan melainkan hanya kualitas pelayanan yang mampu menumbuhkan kepuasan pada konsumen yang akan mendatangkan loyalitas. Hal tersebut karena dengan adanya kualitas pelayanan yang baik di dalam suatu perusahaan, akan menciptakan kepuasan bagi para konsumennya. Setelah konsumen merasa puas dengan produk atau jasa yang diterimanya, konsumen akan membandingkan pelayanan yang diberikan. Apabila konsumen merasa benar-benar puas, mereka akan membeli ulang atau loyal terhadap perusahaan serta memberi rekomendasi kepada orang lain untuk membeli di tempat yang sama. Dengan pemberian pelayanan yang baik, berkualitas dan memenuhi bahkan melebihi harapan konsumen, terpenuhinya harapan dan kebutuhannya maka dapat melahirkan keyakinan dan kepercayaan konsumen yang berimplikasi pada keputusan untuk tetap memilih dan melakukan pembelian secara berulang, hingga berakhir menjadi konsumen yang memiliki loyalitas tinggi. Hal ini mengisyaratkan bahwa kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan memiliki akses dalam mempengaruhi perubahan perilaku konsumen untuk tetap loyal atau sebaliknya. pelayanan yang diberikan

oleh perusahaan dapat memuaskan pelanggan yang memakai jasanya. Pelanggan seringkali tidak loyal disebabkan oleh adanya pelayanan yang buruk atau kualitas pelayanan yang semakin menurun dari yang diharapkan pelanggan. Membangun kualitas pelayanan dan mengelola respon emosi pelanggan merupakan dasar bagi terbentuknya *service loyalty*. Dimana dibuktikan kualitas pelayanan mempengaruhi kepuasan pelanggan sehingga menjadi suatu respon kepada pelanggan atas apa yang sudah diterima. Kepuasan pelanggan menjadi pendorong terciptanya loyalitas pelanggan. Semakin tinggi kualitas pelayanan yang di berikan maka semakin tinggi pula loyalitas dan penciptaan respon emosi yang positif dari pelanggan

Hal ini sejalan dengan penelitian oleh Samara dan Metta (2023) serta Putri, Tumbel, dan Djemly (2021), yang menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan mendorong mereka untuk tetap menggunakan layanan di masa depan. Jasa pelayanan perlu terus meningkatkan kepuasan pelanggan dengan menawarkan layanan berkualitas tinggi dan memenuhi harapan pelanggan. Pelanggan yang puas dengan pengalaman mereka, termasuk harga yang wajar, kualitas pelayanan yang baik, dan kecepatan pengiriman, cenderung lebih setia. Oleh karena itu, memberikan pengalaman pelanggan yang memuaskan adalah kunci untuk membangun dan mempertahankan loyalitas pelanggan. Perusahaan harus fokus pada peningkatan semua aspek layanan untuk memastikan kepuasan pelanggan dan meningkatkan loyalitas serta rekomendasi mereka.

Oleh karena itu Shopee sebagai salah satu e-commerce yang mampu memanfaatkan momentum dengan mulai mendirikan jasa logistik sendiri yang sudah terintegrasi dengan layanan yang

dimilikinya dan lebih mudah untuk diawasi oleh pihak Shopee. Penelitian yang dilakukan oleh Septyarani & Nurhadi (2023), Fadhilah (2020), Zahra et al (2022) menghasilkan temuan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan Shopee Xpress. Dengan kata lain Shopee Xpress sejak pendiriannya di tahun 2019 mampu bersaing dengan jasa layanan antar lain seperti j&t express, JNE express, Ninja Express dan lain sebagainya. Pengaruh kualitas pelayanan yang baik dari Shopee Xpress dan kesan positif yang ditinggalkannya pada pelanggan berkontribusi pada peningkatan kepuasan pelanggan. Pelanggan yang puas cenderung merasa lebih terikat dan loyal terhadap merek atau platform yang mereka gunakan. Dengan pengiriman yang tepat waktu, barang dalam kondisi baik, dan penghargaan yang diterima, pelanggan mungkin merasa diberi perhatian dan dihargai sebagai konsumen. Terkait dampak negatif dari kendala pengiriman, langkah strategis Shopee dalam mendirikan jasa logistik sendiri dengan nama Shopee Xpress adalah upaya untuk mengatasi masalah-masalah tersebut. Dengan memiliki kontrol penuh atas proses pengiriman, Shopee dapat lebih mudah mengawasi dan memastikan kualitas layanan yang konsisten.

PENUTUP

Kesimpulan

Berdasarkan literature review yang telah dilakukan maka didapat kesimpulan bahwa terdapat banyak penelitian terdahulu yang menyatakan bahwa terdapat pengaruh antara kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan Shopee Xpress. Hal tersebut membuktikan bahwa Shopee sebagai platform e-commerce terbesar di Indonesia mampu bersaing dengan mendirikan jasa logistik sendiri. Dalam

proses pengkajian literatur terdahulu ditemukan bahwa dalam menciptakan loyalitas pelanggan bermula dari adanya kepuasan pelanggan. Sehingga apabila dianalogikan Shopee memberikan layanan dengan kualitas yang baik sehingga menciptakan kepuasan pelanggan, dari kepuasan pelanggan tersebut yang akan menimbulkan loyalitas pelanggan.

DAFTAR PUSTAKA

- Andalusi, R. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Instrumen Penunjang Laboratorium (Studi kasus Pada PT Laborindo Sarana Jakarta). *Jurnal Madani*, 1(2), 305-322.
- Fadhilah, A. (2019). *Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Citra Merek Terhadap Loyalitas Pelanggan di Shopee Express Sunter Jakarta*.
- Gultom, D. K., Arif, M., & Fahmi, M. (2020). Determinasi kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan melalui kepercayaan. *Maneggio: Jurnal Ilmiah Magister Manajemen*, 3(2), 171-180.
- Harlan, F. B., Tarigan, Y., Riadi, S., & Sitompul, A. M. (2025). Analysis of E-Commerce Logistic Service Quality on Customer Satisfaction, Loyalty, and Brand Image in Indonesia. *International Review of Management and Marketing*, 15(1), 118-127.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2012). *Manajemen pemasaran ed. Ketiga Belas. Jilid, 2*.
- Nalendra, A. R., Winarno, S., Priadi, A., Hermawan, E., Purnomo, M. W., & Putra, A. S. (2022). Pengaruh Kualitas Layanan, Harga, Promosi Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Pelanggan

- Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Ilmiah Prodi Manajemen Universitas Pamulang*, 10(1).
- Nuari, A., & Riyanto, K. (2023). Pengaruh Nilai Pelanggan Kedekatan Emosional Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Di Auto2000 Cikarang Utara. *Journal of Economics and Business UBS*, 12(4), 2185-2203.
- Nurdiansyah, R. E., Hendayana, Y., Sulistyowati, A., & Ridwan, R. (2024). Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan melalui Kepuasan Pelanggan J&T Express Babelan. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Manajemen*, 2(8), 286-299.
- Pangesti, E. N., Resmi, S., & Utami, A. M. (2024). Pengaruh Kualitas Layanan dan Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan pada Badan Penyelenggaraan Jaminan Sosial Ketenagakerjaan Gunungkidul. *Cakrawangsa Bisnis: Jurnal Ilmiah Mahasiswa*, 5(1), 16-26.
- Putra, I. K. A. M., Wimba, I. G. A., & Susanti, P. H. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan melalui Kepuasan Pelanggan sebagai Variabel Mediasi pada CV . Jaya Utama Teknik di Kabupaten Badung. *Jurnal Manajemen, Kewirausahaan dan Pariwisata*, 1(4), 1279– 1291.
- Samara, A., & Metta, S. (2023). Pengaruh kemudahan penggunaan, pengalaman pengguna dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan pada penggunaan aplikasi dompet digital (E-Wallet) di Kalangan Mahasiswa Universitas Buddhi Dharma. *Jura: Jurnal Riset Akuntansi*, 1 (2), 249–260.
- Septyarani, T. A., & Nurhadi, N. (2023). Pengaruh kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan. *Widya Cipta: Jurnal Sekretari Dan Manajemen*, 7(2), 218-227.
- Septyarani, T. A., & Nurhadi, N. (2023). Pengaruh kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan. *Widya Cipta: Jurnal Sekretari Dan Manajemen*, 7(2), 218-227.
- Sholikhah, A. F., & Hadita, H. (2023). Pengaruh kualitas layanan, kualitas produk dan harga terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan mie gacoan di bekasi timur. *Jurnal Economina*, 2(2), 692-708.
- Suryantini, I. G. A. A. (2023). *Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Pengalaman Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Shopee di Kota Singaraja* (Doctoral dissertation, Universitas Pendidikan Ganesha).
- Wiennata, A. A., & Hidayat, W. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 8(3), 83–88.
- Zahra, S., Tirta, Y. A. D., & Khoironi, T. A. (2022, October). Pengaruh Harga, Ketepatan Waktu Pengiriman, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Konsumen Pada Jasa Pengiriman Barang Shopee Express Di Kota Serang. In *National Conference on Applied Business, Education, & Technology (NCABET)* (Vol. 2, No. 1, pp. 109-122).