

**PENGARUH KEPERCAYAAN PELANGGAN, KUALITAS
PELAYANAN DAN HARGA TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN
MELALUI KEPUASAN PELANGGAN MENGGUNAKAN LAYANAN
POSPAYMENT (POSPAY) DI PT POS INDONESIA (PERSERO)
CABANG NGANJUK**

SKRIPSI

Oleh

ALFIKRI LEONANDA PUTRI

NIM : 08010320005



**UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL
SURABAYA**

2024

PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI

Saya, Alfikri Leonanda Putri, menyatakan bahwa:

1. Skripsi saya ini adalah asli dan benar-benar hasil karya saya sendiri, dan bukan hasil karya orang lain dengan mengatasnamakan saya, serta bukan merupakan hasil peniruan atau penjiplakan (plagiarism) dari karya orang lain. Skripsi ini belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik baik di UIN Sunan Ampel Surabaya, maupun di perguruan tinggi lainnya.
2. Di dalam skripsi ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar Pustaka.
3. Pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya, dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh karena karya tulis skripsi ini, serta sanksi-sanksi lainnya sesuai dengan norma dan peraturan yang berlaku di UIN Sunan Ampel Surabaya.

Surabaya, 5 Januari, 2024



Alfikri Leonanda Putri

NIM. 08010320005

LEMBAR PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING

Surabaya, 08 September 2023

Skripsi telah selesai dan siap untuk diuji

Dosen Pembimbing,

A handwritten signature in black ink, consisting of a large, stylized 'H' followed by a vertical line and a small flourish.

Hanafi Adi Putranto, S.Si., S.E., M.Si

NIP. 19820905201503111

LEMBAR PENGESAHAN

**PENGARUH KEPERCAYAAN PELANGGAN, KUALITAS PELAYANAN DAN
HARGA TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN MELALUI KEPUASAN
PELANGGAN MENGGUNAKAN LAYANAN POSPAYMENT (POSPAY) DI PT POS
INDONESIA (PERSERO) CABANG NGANJUK**

Oleh

Alfikri Leonanda Putri

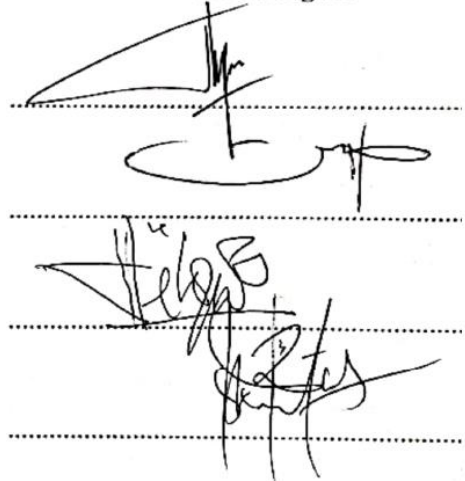
Nim: 08010320005

Telah dipertahankan didepan dewan penguji pada
Tanggal 3 januari 2024 dan dinyatakan memenuhi syarat
untuk diterima

Susunan Dewan Penguji:

1. Hanafi Adi Putranto, S.Si., SE., M.Si
NIP. 198209052015031002
(Penguji 1)
2. Dr. Ir. Muhamad Ahsan, M.M., CHRMP.
NIP. 196806212007011030
(Penguji 2)
3. Helmina Ardyanfitri, M.M
NIP. 199407282019032025
(Penguji 3)
4. Riska Ayu Setiawati, S.E., M.SM
NIP. 199305032019032020
(Penguji 4)

Tanda Tangan:



Surabaya, 3 januari 2024



Dr. Syarif Arifin, S.Ag., S.S., M.E.I.

NIP. 197005142000031001



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL SURABAYA
PERPUSTAKAAN

Jl. Jend. A. Yani 117 Surabaya 60237 Telp. 031-8431972 Fax.031-8413300
E-Mail: perpustakaan@uinsby.ac.id

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademika UIN Sunan Ampel Surabaya, yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : ALFIKRI LEONANDA PUTRI
NIM : 08010320005
Fakultas/Jurusan : EKONOMI DAN BISNIS ISLAM / MANAJEMEN
E-mail address : Fikrial586@gmail.com

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah :

☒ Skripsi ☐ Tesis ☐ Desertasi ☐ Lain-lain (.....)
yang berjudul :

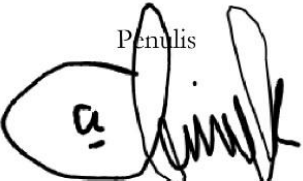
**PENGARUH KEPERCAYAAN PELANGGAN, KUALITAS PELAYANAN, DAN
HARGA TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN MELALUI KEPUASAN
PELANGGAN MENGGUNAKAN LAYANAN POSPAYMENT (POSPAY) DI PT POS
INDONESIA (PERSERO) CABANG NGANJUK**

beserta perangkat yang diperlukan (bila ada). Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya berhak menyimpan, mengalih-media/format-kan, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (database), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di Internet atau media lain secara **fulltext** untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan atau penerbit yang bersangkutan.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini yang saya buat dengan sebenarnya.

Surabaya, 5 Januari 2024

Penulis

(Alfikri Leonanda Putri)

ABSTRAK

Pospay merupakan produk layanan keuangan digital yang ditawarkan oleh PT Pos Indonesia (Persero). Skripsi ini membahas mengenai “Pengaruh Kepercayaan Pelanggan, Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan Menggunakan Layanan Pospayment (Pospay) di PT Pos Indonesia (Persero) Cabang Nganjuk” bertujuan untuk menganalisis pengaruh kepercayaan pelanggan, kualitas pelayanan, dan harga terhadap loyalitas pelanggan serta menguji kepuasan pelanggan sebagai variabel intervening pada penelitian ini.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan metode kuantitatif asosiatif. Teknik pengambilan sampel yang digunakan oleh peneliti adalah *simple random sampling*. Jumlah sampel yang diambil sebanyak 379 pelanggan pospay di PT. Pos Indonesia (Persero) Cabang Nganjuk. Data dalam penelitian terdiri dari data primer (kuesioner yang telah disebar). Penelitian ini menggunakan teknik analisis data dengan menggunakan Smart PLS 4 melalui dua tahap yaitu pengujian *outer model* dan *inner model*.

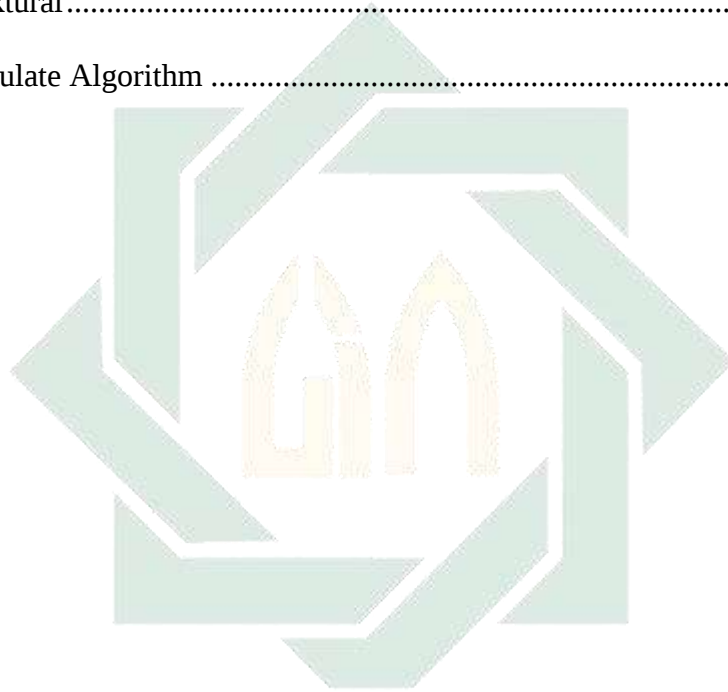
Hasil dari penelitian pada layanan pospay di PT. Pos Indonesia (Persero) Cabang Nganjuk yaitu Kepercayaan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan, Kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan, Harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan, Kepuasan pelanggan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan, Kepercayaan pelanggan tidak berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan, Kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan, Harga berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan, Kepercayaan pelanggan berpengaruh terhadap loyalitas dimediasi oleh kepuasan pelanggan, Kualitas pelayanan pelanggan berpengaruh terhadap loyalitas dimediasi oleh kepuasan pelanggan, Kualitas harga berpengaruh terhadap loyalitas dimediasi oleh kepuasan pelanggan.

DAFTAR ISI

SKRIPSI.....	ii
LEMBAR PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI.....	iv
LEMBAR PENGESAHAN	v
KATA PENGANTAR	vi
ABSTRAK.....	x
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR BAGAN	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR TABEL.....	xvi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Manfaat Penelitian.....	10
1.3 Rumusan Masalah	11
1.4 Tujuan Penelitian.....	12
BAB II LANDASAN TEORI.....	14
2.1 Loyalitas pelanggan.....	14
2.2 Kepuasan Pelanggan	16

DAFTAR BAGAN

Bagan 2. 1 Kerangka Konseptual.....	56
Bagan 4. 1 Struktur Organisasi	74
Bagan 4. 2 Model Struktural	86
Bagan 4. 3 Output Calculate Algorithm	88



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

DAFTAR GAMBAR

Gambar 4. 1 Logo PT. POS Indonesia.....	73
---	----



DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	23
Tabel 4. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis kelamin	75
Tabel 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	75
Tabel 4. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	76
Tabel 4. 4 Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Menggunakan	77
Tabel 4. 5 Karakteristik Responden Berdasarkan Layanan Yang Sering Digunakan	78
Tabel 4. 6 Frekuensi Jawaban kepercayaan	80
Tabel 4. 7 Frekuensi Jawaban kualitas pelayanan	81
Tabel 4. 8 Frekuensi Jawaban variabel harga	83
Tabel 4. 9 Frekuensi Jawaban variabel loyalitas pelanggan	83
Tabel 4. 10 Frekuensi Jawaban variabel kepuasan pelanggan	85
m Tabel 4. 11 Uji Validitas Konvergen	89
Tabel 4. 12 Uji Validitas Diskriminan	91
Tabel 4. 13 Uji Reliabilitas	94
Tabel 4. 14 Uji Koefisiensi Determinasi	96
Tabel 4. 15 Uji Hipotesis	98

DAFTAR PUSTAKA

- Abdillah, W., & Hartono, J. (2015). *Partial Least Square (PLS)-Alternatif Structural Equation Modeling (SEM) dalam Penelitian Bisnis (I)*. CV ANDI.
- Agiesta, W., Sajidin, A., & Perwito. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan KA Lokal Bandung Raya. *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, Dan Akuntansi)*, 5(1), 1653.
- Agustina, eva dkk. (2019). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Percetakan Aneka Jaya Pematangsiantar. *Nuevos Sistemas de Comunicación e Información*, 5(1), 2013–2015.
- Albari, & Kartikasari, A. (2019). Impact of Service Quality, Product Quality and Price on Customer Satisfaction and loyalty. *AJEFB - Asian Journal of Entrepreneurship and Family Business*, 3(4), 49–64.
- Amanah. (2011). Pengaruh Promosi dan Brand Image (Citra Produk) Terhadap Loyalitas Pembelian Produk Pepsodent di Ramayana Plaza Jalan Aksara Medan. *Jurnal Keuangan Dan Bisnis*, 3(3).
- Anggraini, F., & Budiarti, A. (2020). Pengaruh Harga, Promosi, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Dimediasi Kepuasan Pelanggan Pada Konsumen Gojek. *Jurnal Pendidikan Ekonomi (JUPE)*, 8(3), 86–94.
<https://doi.org/10.26740/jupe.v8n3.p86-94>
- Apriliani, D., Baqiyyatus S, N., Febila, R., & Sanjaya, V. F. (2020). Pengaruh

<https://doi.org/10.54144/jadbis.v8i3.3718>

Budi, N. A., & Sutedjo, B. (2022). pengaruh citra perusahaan, suasana toko dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan (Studi pada pelanggan Aluna Home Spa Semarang). *Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah*, 5(2), 2288–2298. <https://doi.org/10.36778/jesya.v5i2>.

Chin, W., & Todd, P. (1995). On The Use, Usefulness, and Ease of Use of Structural Equation Modeling in MIS Research: A Note of Caution. *Journal of Management Information System Quarterly*, 9(5).

Cooper, D. R., & Schindler, P. S. (2006). *Business Research Methods* (9th ed.). NY: Irwin/McGraw-Hill.

Dewi. (2020). *persepsi harga terbukti secara empiris merupakan variabel yang penting dalam meningkatkan loyalitas pelanggan*.

Eni. (1967). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Promosi Terhadap Loyalitas Pelanggan. *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952., 8(Mi), 5–24.

Fadilah, A. (2022). Peranan Penanganan Keluhan Pelanggan Dalam Meningkatkan Kepercayaan Pelanggan : Studi Pada Lintas Shuttle Btc Pasteur. *Jurnal Bisnis Dan Pemasaran, Volume 12*, 1–15.

Griffin, J. (2023). *Menumbuhkan Dan Mempertahankan Pelanggan*. Penerbit Erlangga.

Hafidz, G. P., & Muslimah, R. U. (2023). Pengaruh Kualitas Layanan, Citra Merek,

International Edition.

Ringle, C., & Sarstedt, M. (2017). *A primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM)*. SAGE Publications.

Wibisono, S. (2022). Pengaruh Kualitas Layanan dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan pada E-Commerce Shopee. *SINOMIKA J. Ekonomi Dan Akuntansi*, 13(2), 1-10. <https://doi.org/10.24127/sinomika.v1i3.285>

Ringle, C., & Sarstedt, M. (2017). *A primer on Partial Least Squares (PLS) Equation Modeling (PLS-SEM)*. SAGE Publications.

Wijanto, S. (2022). Pengaruh Kualitas Layanan dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan pada E-Commerce Shopee. *SINOMIKA Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Akuntansi*, 13(2), 54443/sinomika.v1i3.285

Ringle, C., & Sarstedt, M. (2017). *A primer on Partial Least Squares (PLS) Equation Modeling (PLS-SEM)*. SAGE Publications.

Wijanto, S. (2022). Pengaruh Kualitas Layanan dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan pada E-Commerce Shopee. *SINOMIKA Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Akuntansi*, 13(2), 54443/sinomika.v1i3.285

Ringle, C., & Sarstedt, M. (2017). *A primer on Partial Least Squares (PLS) Equation Modeling (PLS-SEM)*. SAGE Publications.

Wijanto, S. (2022). Pengaruh Kualitas Layanan dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan pada E-Commerce Shopee. *SINOMIKA Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Akuntansi*, 13(2), 54443/sinomika.v1i3.285

, P. (n.d.). *Pos Indonesia*.
://www.posindonesia.co.id/id/content/sejarah-pos

, P. (n.d.). *Pos Indonesia*.
://www.posindonesia.co.id/id/content/sejarah-pos

, P. (n.d.). *Pos Indonesia*.
://www.posindonesia.co.id/id/content/sejarah-pos

, P. (n.d.). *Pos Indonesia*.
://www.posindonesia.co.id/id/content/sejarah-pos

[https://digilib.uin-suka.ac.id/id/eprint/50344/1/Metode Penelitian Kuantitatif
%28Panduan Praktis Merencanakan%2C Melaksa.pdf](https://digilib.uin-suka.ac.id/id/eprint/50344/1/Metode%20Penelitian%20Kuantitatif%20Panduan%20Praktis%20Merencanakan%20Melaksa.pdf)

Maria, Ahmadi, L. putri, Setiawan, A., Tabun, M. A., Syakbani, B., Sudarni, A. A. C., Hariyanti, Nuryati, Suhadarliyah, Sijabat, F. N., Amelia, D., Wati, K. M., & Sukma Hidayat Kurnia Abadi, S. A. (2022). *Perilaku Budaya dan Organisasi*. Seval Literindo Kreasi.

Mashuri, M. (2020). Analisis Dimensi Loyalitas Pelanggan Berdasarkan Perspektif Islam. *IQTISHADUNA: Jurnal Ilmiah Ekonomi Kita*, 9(1), 54–64.
<https://doi.org/10.46367/iqtishaduna.v9i1.212>

Meida, F., Astuti, M., & Nastiti, H. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Pelanggan E-Commerce Sociolla Di Era Pandemic Covid-19. *Ikraith-Ekonomika*, 5(2), 157–166.

Mufidah, S. Z., Baidlowi, I., & Kasnowo. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pada Konsumen Rinni Mekeup Gondang). *Indo-Fintech Intellectuals: Journal of Economics and Business p-ISSN:*, 3(2), 231–243.

Muhtarom, A., Syairozi, I., & Wardani, N. D. (2022). Analisis Persepsi Harga, Kualitas Pelayanan, Customer Relationship Marketing, Dan Kepercayaan Terhadap Peningkatan Penjualan Dimediasi Loyalitas Pelanggan Pada Umkm Ayam Potong Online Elmonsu. *Jesya (Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah)*, 5(1), 743–755. <https://doi.org/10.36778/jesya.v5i1.628>

Aplikasi Dompot Digital (E-Wallet) di Kalangan Mahasiswa Universitas Buddhi Dharma. 1(2).

Saputra, D. A., & Padmanty, S. (2023). Pengaruh Citra Merek Dan Kepercayaan Merek Terhadap Loyalitas Pelanggan Yang Dimediasi Oleh Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Lentera Bisnis*, 12(2), 395. <https://doi.org/10.34127/jrlab.v12i2.768>

Sarapi, L. A., & Saerang, D. P. E. (2020). Prosedur Pengadaan Barang Dan Jasa Di Dinas Penanaman Modal Dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Daerah Provinsi Sulawesi Utara. *Going Concern : Jurnal Riset Akuntansi*, 15(3), 504. <https://doi.org/10.32400/gc.15.3.30684.2020>

Sari, A. C. M., & Lestariningsih, M. (2021). Pengaruh Promosi Dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Loyalitas konsumen Melalui Kepuasan Pelanggan Aplikasi Shopee. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen* , Volume 10(5), 1–17.

Sari, N. L. P. D. A., & Mayasari, N. M. D. A. (2022). *PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DI TOKO GROSIR TIRTA YASA KECAMATAN BANJAR N. 4(1)*, 108–115.

Sari, R. F., & Marlius, D. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Kepuasan Konsumen pada D'sruput Lapai Padang. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 7(1), 1801–1812.

Savila, D., & Tjahjaningsih í, E. (2023). SEIKO : Journal of Management & Business Pengaruh Kepercayaan dan Keragaman Produk terhadap Kepuasan Serta Dampaknya Terhadap Niat Beli Ulang. *SEIKO : Journal of Management*

& *Business*, 6(1), 573–587. <https://doi.org/10.37531/sejaman.v6i1.3734>

Sekaran, U., & Bougie, R. (2017). *Metode Penelitian untuk Bisnis: Pendekatan Pengembangan-Keahlian* (cetakan ke). Salemba Empat.

Shen, C., & Yahya, Y. (2021). The impact of service quality and price on passengers' loyalty towards low-cost airlines: The Southeast Asia's perspective. *Journal of Air Transport Management*, 91(October 2020), 101966. <https://doi.org/10.1016/j.jairtraman.2020.101966>

Sholikhah, A. F. (2023). Pengaruh Kualitas Layanan, Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan Mie Gacoan Di Bekasi Timur. *ECONOMINA*, 2(5), 708.

Silitonga, R. S., & Nainggolan, B. M. H. (2022). Pengaruh Suasana Dan Persepsi Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Yang Dimediasi Oleh Kepuasan Pelanggan (Pada KFC Buaran Plaza Jakarta Timur). *Jurnal Panorama Nusantara*, 17(1), 1–14.

Stefana, M. K. (2023). *Efektivitas Promosi Digital Marketing Dalam Meningkatkan Loyalitas Pelanggan di Zoya Mode Kota Pasuruan*. 1(2), 30–39.

Sugiyono. (2014). *Metode Peneitian Kuantitatif*.

Sugiyono. (2022). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan NRD* (27th ed.). Penerbit Alfabeta.

Suhardi, Y., Zulkarnaini, Z., Burda, A., Darmawan, A., & Klarisah, A. N. (2022). Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan dan Fasilitas terhadap Kepuasan

Pelanggan. *Jurnal STEI Ekonomi*, 31(02), 31–41.
<https://doi.org/10.36406/jemi.v31i02.718>

Sulaiman Helmi. (2022). *Urgensi pemasaran internal untuk meningkatkan kualitas pelayanan internal*. Jejak Pustaka.

Supertini, N. P. S., Telagawati, N. L. W. S., & Yulianthini, N. N. (2020). Pengaruh kepercayaan dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan pada Pusaka Kebaya di Singaraja. *Prospek: Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 2(1), 61. <https://doi.org/10.23887/pjmb.v2i1.26201>

Syafira, W. B., & Nirmalasari, T. (2023). Pengaruh Service Exellent Dan Harga Dalam Menciptakan Kepuasan Pelanggan Pada PT. Wahana Trans Lestari Medan. *JUBIMA : Jurnal Bintang Manajemen*, 1(1), 291–312.

Syahrir, Danial, Yulinda, E., & Yusuf, M. (2020). *Aplikasi Metode SEM-PLS*. Penerbit IPB Press.

Thamrin, G., Bernarto, I., & Kawata, Y. (2020). The influence of trust, satisfaction, value, and brand image on loyalty. *BISMA (Bisnis Dan Manajemen)*, 12(2), 168. <https://doi.org/10.26740/bisma.v12n2.p168-185>

Thung. (2019). *Hubungan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan*. 2.

Tjiptono. (2012). *Kepuasan pelanggan*.

Tuasikal, M. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Bagian Kunci Pintu Merek Dekkson Di Toko Depo Makmur Sorong. *Jurnal Ilmiah Dan Karya Mahasiswa*, 1(4).

<https://doi.org/10.31227/osf.io/p8e5z>

Yasinta Zarasetya Rachmad. (2023). Pengaruh Promosi, Kualitas Pelayanan, Dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Pelanggan Yang Dimediasi Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 9.

Zikir, C. L. N., Riza, A., & Arifin, M. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Dimediasi Oleh Kepuasan Nasabah Pt. Bank Bni Syariah Banda Aceh. *JIHbiz :Global Journal of Islamic Banking and Finance.*, 1(2), 94. <https://doi.org/10.22373/jihbiz.v1i2.8564>



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A