

Agung Yudistira¹
Suhada²
Adie Kurbani³

PENGARUH PERSEPSI HARGA, KUALITAS PELAYANAN, DAN KELUHAN PELANGGAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN LAYANAN JASA GOFOOD PADA MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS UNIVERSITAS PGRI PALEMBANG (STUDI KASUS)

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menguji hipotesis pengaruh persepsi harga, kualitas pelayanan dan keluhan pelanggan terhadap kepuasan pelanggan gofood pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas PGRI Palembang. Populasi penelitian ini adalah seluruh Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas PGRI Palembang yang pernah menggunakan Layanan jasa gofood. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah teknik non probability sampling dengan menggunakan metode dengan menggunakan Rumus slovin populasi dalam penelitian ini yaitu 849 Mahasiswa yang pernah menggunakan jasa gofoood, jumlah sampel sebanyak 90 responden. Teknik analisis data menggunakan regresi linier berganda, analisis koefisien determinasi, uji t dan uji f menggunakan program spss versi 25 for windows. Output koefisien determinasi R square adalah 0,330 atau 33%. Artinya kontribusi sumbang pengaruh variabel Persepsi Harga (X1), Kualitas Pelayanan (X2) dan Keluhan Pelanggan (X3) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) adalah sebesar 33,6%, sedangkan sisahnya (100%-33%) = 67% di pergaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini. Nilai sebesar 0,05 terdapat pada hasil uji F hubungan antar variabel Kepuasan Pelanggan (Y) dengan Keluhan Pelanggan (X2) dan Persepsi Harga (X1). Sehingga cenderung Persepsi Harga (X1), Kualitas pelayanan (X2) dan keluhan Pelanggan (X3) mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan Pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Umiversitas PGRI Palembang.

Kata Kunci : Persepsi Harga, Kualitas Pelayanan, Keluhan Pelanggan, Terhadap Kepuasan Pelanggan.

Abstract

This research aims to test the hypothesis of the influence of price perceptions, service quality and customer complaints on gofood customer satisfaction among students at the Faculty of Economics and Business, PGRI University of Palembang. The population of this research is all students from the Faculty of Economics and Business, PGRI Palembang University who have used Gofood services. The sampling technique in this research is a non-probability sampling technique using a method using the Slovin formula. The population in this research is 849 students who have used gofood services, the total sample is 90 respondents. The data analysis technique uses multiple linear regression, analysis of the coefficient of determination, t test and f test using the SPSS version 25 for Windows program. The output coefficient of determination R square is 0.330 or 33%. This means that the contribution of the influence of the variables Price Perception (X1), Service Quality (X2) and Customer Complaints (X3) to Customer Satisfaction (Y) is 33.6%, while the remainder (100%-33%) = 67% is influenced by other

^{1,2,3}Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas PGRI Palembang
email : agungy0026@gmail.com, suhada@univpgri-palembang.ac.id, adie78kurbani@gmail.com

factors not included in this study. A value of 0.05 is found in the F test results of the relationship between the variables Customer Satisfaction (Y) with Customer Complaints (X2) and Price Perception (X1). So it tends to be that price perception (X1), service quality (X2) and customer complaints (X3) have a significant influence on customer satisfaction among students at the Faculty of Economics and Business, PGRI Palembang University.

Keywords : Price Perception, Service Quality, Customer Complaints, Customer Satisfaction.

PENDAHULUAN

Jasa adalah aktivitas yang dilakukan untuk memberikan pelayanan kepada pelanggan, di mana biasanya ditawarkan oleh satu pihak kepada pihak lain. Pada dasarnya, jasa tidak menghasilkan kepemilikan atas suatu barang. Di era modern ini, membeli dan memesan tidak perlu dilakukan secara langsung, karena semuanya dapat dilakukan secara online. Layanan seperti GoFood seringkali dibutuhkan untuk mempermudah memesan makanan tanpa harus meninggalkan rumah. Bagi mahasiswa Universitas PGRI Palembang, layanan GoFood memberikan kemudahan dalam memesan makanan secara online tanpa perlu keluar, karena GoFood memungkinkan pemesanan makanan secara online yang dapat diakses melalui ponsel pintar atau smartphone. berkembangnya teknologi dan juga penghasilan masyarakat menuntut agar perusahaan agar memberikan layanan yang baik sehingga menjadi puas dengan apa yang di dapatkan. pada kondisi saat ini perusahaan harus mengutamakan bagaimana kepuasan dari para pelanggan bisa di pertahankan karena kepuasan pelanggan di tentukan dengan pelayanan yang baik. dengan demikian produk ataupun jasa yang di tawarkan oleh suatu perusahaan dapat menjadi prioritas utama dalam keunggulan daya saing perusahaan, dalam memenangkan persaingan tentunya perusahaan harus bisa memenuhi keinginan maupun kebutuhan para pelanggan dan konsumen. dengan begitu kita dapat memahami apa yang di butuhkan pelanggan atau konsumen, sehingga konsumen bisa memberikan masukan yang sangat penting bagi perusahaan supaya merancang strategi pemasaran yang tepat.

Di dunia yang modern seperti saat ini banyak perusahaan melakukan trobosan baru dalam bidang jasa seperti pemesanan makanan melalui online, lahirlah layanan gofood yang menawarkan berbagai kemudahan dalam memesan makanan hanya melalui ponsel pintar dan tinggal menunggu sampai driver mengantarkan makanan pesanan kita.

Jasa adalah aktivitas yang dilakukan untuk memberikan pelayanan kepada pelanggan, yang biasanya ditawarkan oleh satu pihak kepada pihak lainnya. Pada dasarnya, jasa tidak menghasilkan kepemilikan atas suatu barang. membeli dan memesan di era modern ini tidak harus secara langsung sekarang semuanya bisa di lakukan secara online. layanan gofood terkadang di butuhkan untuk mendapatkan kemudahan dalam memesan makanan tanpa harus keluar rumah. layanan gofood juga mempermudah mahasiswa Universitas PGRI Palembang dalam memesan makanan secara onlone tanpa harus keluar, karena gofood menawarkan kemudahan order makanan secara online dan bisa di akses melalui ponsel pintar atau smartphone.

Terkadang pemesan memiliki pilihan dan tawaran melalui harga yang bercam-macam sesuai makanan dan tempat toko yang berjualan, driver hanya memesan ke tempat dan kemudian mengantarkan nya kepada pelanggan. namun terkadang ongkos kirim menjadi pertimbangan para pelanggan untuk memesan makanan mealui gofood. harga sangat memengaruhi kepuasan pelanggan, pasalnya kebanyakan pelanggan menginginkan harga murah dan terjangkau. Persepsi ini berpengaruh besar terhadap minat beli serta kepuasan dalam pembelian.

Ada beberapa kendala yang kadang di alami dalam pelayanan gofood pelayanan terkadang tidak tepat waktu, driver kurang ramah, dan titik pengantaran pesanan yang salah. Kualitas layanan memiliki dampak yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Menurut Bell dan Luddington (2016: 78), "Keluhan pelanggan (customer complaint) adalah umpan balik yang umumnya bersifat negatif dan ditujukan kepada perusahaan. Umpan balik ini bisa disampaikan secara tertulis maupun lisan."

Banyaknya minat masyarakat menggunakan layanan layanan gofood terutama mahasiswa di karenakan tidak memasak dan malas keluar rumah, gofood menawarkan kemudahan untuk hanya menunggu di rumah dan akan di hantarkan tidak perlu keluar lagi atau jalan kaki jauh-jauh. selain banyak minat pengguna layanan gofood, perusahaan gojek dalam layanan gofood

menerima kritikan para pelanggan dalam menjalankan perputaran roda bisnis nya, salah satunya seperti kualitas pelayanan driver, harga ongkos kirim atau harga makanan itu sendiri, dan keramahan driver itu sendiri, Semakin baik kualitas pelayanan yang diberikan, semakin tinggi pula kepuasan pengguna layanan GoFood. Selain itu, kepuasan konsumen berperan penting dalam membangun kepercayaan pelanggan. Menurut Kotler dan Keller (2009:138), kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa yang muncul akibat membandingkan kinerja yang dirasakan dari suatu produk (atau hasil) dengan harapan mereka.

Kualitas pelayanan yang baik akan mempertahankan kepercayaan dan sangat memengaruhi persepsi pelanggan atau konsumen terhadap reputasi perusahaan penyedia layanan. Hal ini menciptakan rasa percaya dan komitmen untuk terus menggunakan layanan tersebut dalam jangka waktu yang panjang.

Penangan keluhan/saran juga sangat penting untuk di lakukan dalam mencapai kepuasan para pelanggan, keluhan atau saran di jaman moderen sekarang ini banyak perusahaan menyediakan penilaian mulai dari pemberian rating mengenai produk atau jasa, contohnya layanan gofood menyediakan penilaian atau pemberian rating, jika konsumen puas dengan layanan maka konsumen akan memberi rating secara maximal dan apabila konsumen tidak puas maka rating yang di berikan pun akan rendah, biasanya rating yang rendah akan di barengi kritik dan saran tentang keluhan yang di rasakan. dari pemberian rating ini pengguna lain bisa melihat tentang produk atau layanan jasa yang akan di gunakan memiliki reputasi yang baik atau tidak. Penanganan keluhan atau saran pelanggan adalah upaya perbaikan dan pencegahan yang dilakukan untuk mengatasi keluhan atau saran yang diberikan oleh pelanggan.

Jadi keluhan dapat di simpulkan sebagai umpan balik negatif yang di terima perusahaan terhadap produk atau layanan jasa yang di tawarkan kepada para pelanggan atau konsumen. Produk atau layanan yang digunakan tidak memenuhi keinginan atau harapan konsumen. sehingga mendorong mereka menyampaikan keluhan yang di dapat dan di rasakan secara data melalui pemberian rating atupun secara tertulis ataupun lisan. keluhan tersebut sangat memerlukan penanganan untuk meminimalisir kekecewaan para pelanggan atau konsumen terhadap layanan yang di berikan serta membuat konsumen setia pada perusahaan tersebut.

METODE

Metode Penelitian

Dalam penelitian ini, untuk memperoleh kebenaran ilmiah, digunakan metode penelitian dengan pendekatan kuantitatif. Data dikumpulkan melalui pengisian kuesioner atau angket, yang bertujuan untuk mengumpulkan informasi yang relevan dan mendukung tujuan penelitian. Pendekatan ini memungkinkan pengumpulan data numerik yang dapat dianalisis secara statistik untuk menguji hipotesis atau mengidentifikasi pola dalam data yang berkaitan dengan penggunaan layanan GoFood oleh mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis di Universitas PGRI Palembang.

Populasi Dan Sampel

Dalam penelitian ini, populasi yang dimaksud adalah pengguna layanan GoFood yang terdiri dari mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis. Mahasiswa-mahasiswa ini dipilih karena mereka memiliki karakteristik tertentu yang relevan dengan tujuan penelitian, yaitu pengalaman mereka dalam menggunakan layanan GoFood. Dalam penelitian ini, sampel terdiri dari 90 mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas PGRI Palembang yang merupakan pengguna aplikasi Gojek dan pernah menggunakan layanan GoFood

Teknik Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data dalam penelitian ini adalah sebagai berikut.

1. Kuisoner

Kuesioner adalah metode pengumpulan data yang dilakukan dengan memberikan serangkaian pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab (Sujarwini, 2018).

2. Wawancara

Wawancara dengan narasumber digunakan untuk mengumpulkan informasi langsung dari sumber tersebut.

3. Dokumentasi

Menurut Sugiyono (2018:240), dokumentasi adalah catatan tentang peristiwa yang telah terjadi, yang dapat berupa gambar, foto, sketsa, dan sebagainya.

Teknik Analisis Data

1. Uji Validitas

Uji validitas adalah tes yang digunakan untuk menentukan sejauh mana suatu alat ukur dapat mengukur apa yang seharusnya diukur. Pengujian ini dilakukan dengan menggunakan SPSS.

1. Jika $\text{sig} < \alpha = 0,05$, instrumen dinyatakan valid dan memiliki validitas yang baik.
2. Jika $\text{sig} > \alpha = 0,05$, instrumen dinyatakan tidak valid dan tidak memiliki validitas yang baik.

2. Uji Reabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk mengevaluasi konsistensi alat ukur, biasanya dalam bentuk kuesioner. Ketentuannya adalah sebagai berikut.

1. Jika nilai Cronbach Alpha kurang dari 0,06, maka instrumen dianggap memiliki reliabilitas yang baik.
2. Jika nilai Cronbach Alpha lebih dari 0,06, maka instrumen dianggap tidak memiliki reliabilitas yang baik.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas

Tabel 4.7.
Uji Normalitas

	x1	x2	x3	y
N	82	82	82	82
Normal Parameters ^{a,b}				
Mean	32.0732	33.5244	40.2805	27.2195
Std. Deviation	3.42749	3.73249	2.96596	2.12582
Most Extreme Differences				
Absolute	.162	.120	.113	.143
Positive	.089	.120	.098	.095
Negative	-.162	-.110	-.113	-.143
Test Statistic	.162	.120	.113	.143
Asymp. Sig. (2-tailed)	.000 ^c	.005 ^c	.011 ^c	.000 ^c
Exact Sig. (2-tailed)	.353	.173	.224	.062
Point Probability	.000	.000	.000	.000

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

Sumber : Data Diolah 2024

2. Uji Multikolinearitas

Tabel 4.8

Variabel Bebas	Toleransi	VIF	Keterangan
Persepsi Harga (X1)	0.930	1.075	Tidak Terjadi
Kualitas Pelayanan (X2)	0.929	1.076	Tidak Terjadi
Keluhan Pelanggan (X3)	0.964	1.038	Tidak Terjadi

Sumber : Data diolah 2024

Hasil Uji Multikolinieritas

Sumber : Data diolah 2024

Tabel 4.9
Hasil Uji Heterokedastisitas
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Beta	t	Sig.
	B	Std. Error			
1	(Constant) 3.836	2.033		1.887	.063
	x1 -.001	.037	-.005	-.039	.969
	x2 -.028	.034	-.094	-.807	.422
	x3 -.038	.042	-.102	-.892	.375

a. Dependent Variable: ABS_RES

Analisis Regresi Linear Berganda

Tabel 4.10
Uji regersi linier berganda
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Beta	t	Sig.
	B	Std. Error			
1	(Constant) 10.702	3.238		3.305	.001
	x1 .178	.060	.287	2.985	.004
	x2 .227	.055	.399	4.153	.000
	x3 .079	.068	.111	1.174	.244

a. Dependent Variable: y

Analisis Koefisien Determinasi

Tabel 4.11
Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.574 ^a	.330	.304	1.77323	.939

Uji Hipotesis

1. Uji t (Persial)

Tabel 4.12
Hasil Uji t (Parsial)
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Beta	t	Sig.
	B	Std. Error			
1	(Constant) 10.702	3.238		3.305	.001
	x1 .178	.060	.287	2.985	.004
	x2 .227	.055	.399	4.153	.000
	x3 .079	.068	.111	1.174	.244

a. Dependent Variable: y

2. Uji F (Simultan)

Tabel 4.14

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	120.790	3	40.263	12.805	.000 ^b
	Residual	245.259	78	3.144		
	Total	366.049	81			

Sumber: Data diolah 2024

Pembahasan

Pengaruh Persepsi Harga (X1) terhadap Kepuasan pelanggan (Y)

Uji hipotesis menunjukkan bahwa nilai signifikansi untuk Persepsi Harga (X1) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) adalah 0,004, yang kurang dari 0,05. Ini berarti H₀ ditolak dan H_a diterima, menunjukkan bahwa ada pengaruh signifikan antara kedua variabel tersebut. Dengan demikian, hipotesis penelitian menyimpulkan bahwa Persepsi Harga berpengaruh signifikan secara parsial terhadap Kepuasan Pelanggan GoFood di kalangan mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas PGRI Palembang.

Pengaruh Kualitas Pelayanan (X2) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y).

Hipotesis penelitian menunjukkan adanya hubungan signifikan antara Kualitas Pelayanan (X2) dan Kepuasan Pelanggan (Y). Hal ini didasarkan pada hasil pengujian hipotesis yang menunjukkan nilai signifikansi sebesar 0,000, yang kurang dari 0,05. Oleh karena itu, hipotesis penelitian menyimpulkan bahwa Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan secara parsial terhadap Kepuasan Pelanggan GoFood di kalangan mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas PGRI Palembang.

Pengaruh Keluhan Pelanggan (X3) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y)

Hipotesis penelitian mengindikasikan bahwa tidak ada pengaruh signifikan antara Keluhan Pelanggan (X3) dan Kepuasan Pelanggan secara parsial di kalangan mahasiswa Universitas PGRI Palembang. Hasil pengujian menunjukkan nilai signifikansi sebesar 0,224, yang melebihi 0,05, sehingga menegaskan bahwa tidak terdapat pengaruh signifikan secara parsial antara Keluhan Pelanggan (X3) dan Kepuasan Pelanggan (Y).

Pengaruh Persepsi Harga , Kualitas Pelayanan , dan Keluhan Pelanggan terhadap Kepuasan Pelanggan

Nilai R square sebesar 0,33 atau 33% menunjukkan bahwa kontribusi pengaruh dari variabel Persepsi Harga (X1), Kualitas Pelayanan (X2), dan Keluhan Pelanggan (X3) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) adalah 33,6%. Sisa 67% dari kepuasan pelanggan dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini.

Berdasarkan hasil uji hipotesis, kepuasan mahasiswa Universitas PGRI Palembang dalam menggunakan layanan GoFood dipengaruhi secara signifikan oleh faktor Persepsi Harga (X1), Kualitas Pelayanan (X2), dan Keluhan Pelanggan (X3). Temuan dari uji F menunjukkan bahwa baik secara terpisah maupun bersama-sama, variabel-variabel tersebut memiliki nilai signifikansi sebesar 0,000, yang kurang dari 0,05, sehingga H₀ ditolak dan H_a diterima. Ini menunjukkan adanya hubungan signifikan antara Persepsi Harga (X1), Kualitas Pelayanan (X2), dan Keluhan Pelanggan (X3) dengan Kepuasan Pelanggan di kalangan mahasiswa Universitas PGRI Palembang.

UCAPAN TERIMA KASIH

Ahamdulillah, puji syukur atas kehadiran Allah SWT karena atas limpahan ramhat-Nya saya bisa menyelesaikan artikel saya yang berjudul “Persepsi Harga, Kualitas Pelayanan, dan Keluhan Pelanggan Terhadap Kepuasan Pelanggan Layanan Jasa Gofood pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas PGRI Palembang (Studi Kasus)”. Saya juga berterima kasih kepada kedua orang tua dan juga kepada dosen pembimbing saya yang sudah memberi support dan bimbingannya untuk saya, serta teman-teman yang sudah membantu saya dalam pengambilan data penelitian saya ini.

SIMPULAN

Untuk Persepsi Harga (X1) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y), nilai signifikansi adalah 0,004, yang lebih kecil dari 0,05. Ini berarti H0 ditolak dan Ha diterima, menunjukkan adanya pengaruh signifikan secara parsial. Untuk Kualitas Pelayanan (X2) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y), nilai signifikansi adalah 0,00, juga kurang dari 0,05. Dengan demikian, H0 ditolak dan Ha diterima, menunjukkan adanya pengaruh signifikan secara parsial. Sedangkan untuk Keluhan Pelanggan (X3), nilai signifikansi adalah 0,244, yang lebih besar dari 0,05. Ini berarti H0 diterima dan Ha ditolak, menunjukkan bahwa tidak ada pengaruh signifikan secara parsial antara Keluhan Pelanggan (X3) dan Kepuasan Pelanggan (Y). Pengujian simultan untuk Persepsi Harga (X1), Kualitas Pelayanan (X2), dan Keluhan Pelanggan (X3) menghasilkan nilai signifikansi sebesar 0,00, yang kurang dari 0,05. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa secara simultan ketiga variabel ini berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan GoFood (Y).

DAFTAR PUSTAKA

- Agussalim, S. O., & Jan, A. B. H. (2018). Pengaruh harga dan kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen jasa transportasi online Go-Jek di Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 6(4).
- Al'asqolaini, M. Z. (2019). Penanganan keluhan pelanggan dan kualitas layanan pengaruhnya terhadap loyalitas pelanggan. *Jurnal Ekonomi Dan Kewirausahaan Kreatif*, 4(1), 34-42.
- Bakri, B. U. M. A. (2022). Definisi kualitas menurut para ahli. Diakses dari <https://bakri.uma.ac.id/kualitas-merupakan-menurut-pakar/>
- Budiyanto, A. (2018). Pengaruh persepsi harga, kualitas layanan dan brand image terhadap tingkat kepuasan konsumen di PT. Yerry Pramatama Hosindo. *Jurnal Pemasaran Kompetitif*, 1(3), 71-80.
- Chaeriah, E. S. (2016). Manajemen berbasis mutu. *Jurnal Manajemen Bisnis Krisnadipayana*, 4(2), 7.
- Firatmadi, A. (2017). Pengaruh kualitas pelayanan dan persepsi harga terhadap kepuasan pelanggan serta dampaknya terhadap loyalitas pelanggan. *Journal of Business Studies*. Diakses dari <https://journal.uta45jakarta.ac.id/index.php/jbsuta/article/view/959> (Diakses: 24 Juni 2024).
- Firmansyah, M. (2014). H. Penelitian Terdahulu Tabel 2.1. Penelitian Terdahulu. Diakses dari https://www.academia.edu/9537427/H_Penelitian_Terdahulu_Tabel_2_1_Penelitian_terdahulu
- Khoiri, A. H. (2021). Pengaruh kualitas pelayanan dan penanganan keluhan terhadap kepuasan dan loyalitas nasabah pada Bank BNI Syariah Semarang. *Jurnal Syarikah: Jurnal Ekonomi Islam*, 7(2), 173-182.
- Maharani, S., Kholid, M. N., Pradana, L. N., & Nusantara, T. (2019). Problem Solving in the Context of Computational Thinking. Infinity Journal, 8(2), 109. <https://doi.org/10.22460/infinity.v8i2.p109-116>
- Nurmala, L., Yusuf, A., & Sulaeman, E. (2023). Pengaruh kualitas pelayanan dan persepsi harga terhadap tingkat kepuasan pelanggan pengguna jasa pelayanan driver Grab. *Journal on Education*, 5(2), 1950-1957. <https://doi.org/10.31004/joe.v5i2.836>
- Palelu, D. R. G., Tumbuan, W. J. F. A., & Rotinsulu, J. J. (2022). *Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*.
- Universitas PGRI Palembang (UPGRI), Fakultas Ekonomi dan Bisnis (FEB). (2022). Penulisan pedoman skripsi Tahun Akademik 2021/2022. Palembang: Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas PGRI Palembang.
- Purnama, Y., & Sari, E. (2021). Pengaruh kualitas pelayanan, kepuasan pelanggan, dan nilai pelanggan dalam meningkatkan loyalitas pelanggan pada PO. Titiam Mas Cabang Bima. *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis*, 4(2).
- Romandoni, H. R., Maharani, S., Firdaus, T. C. M., & Septyawan, A. (2023). Analisis Bibliometrik: Games Computational Thinking dalam Pembelajaran. EDUCARE: Jurnal Pendidikan Dan Kesehatan, 1(1), 20-28.

- Tsalisa, R. A., Hadi, S. P., & Purbawati, D. (2022). Pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan pengguna jasa transportasi online Maxim di Kota Semarang. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 11(4), 822-829.
- Pradana, L., Sholikhah, O., Maharani, S., & Kholid, M. (2020). Virtual Mathematics Kits (VMK): Connecting Digital Media to Mathematical Literacy. International Journal of Emerging Technologies in Learning (iJET), 15(3), 234–241.
- Priyatno, D. (2018). *SPSS Panduan Mudah Olah Data Bagi Mahasiswa & Umum*.
- Septayawan, A., Soleh, D. R., & Ricahyono, S. (2023). Publication Trends in Indonesian Language Teaching: Focus on 'Making Effective Sentences' (2014-2023). AL-ISHLAH: Jurnal Pendidikan, 15(4), 6782-6792.
- Siahaan, E. Y. S., Muhammad, I., Dasari, D., & Maharani, S. (2023). Research on Critical Thinking of Pre-service Mathematics Education Teachers in Indonesia (2015-2023): A Bibliometric Review. Jurnal Math Educator Nusantara: Wahana Publikasi Karya Tulis Ilmiah Di Bidang Pendidikan Matematika, 9(1), Article 1. <https://doi.org/10.29407/jmen.v9i1.19734>
- Susanti, F., & Edgina, D. (2021). Pengaruh pelayanan keluhan pelanggan dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan melalui ACPI PT. Pos Indonesia (Persero) Cabang Padang. *Indonesian Journal of Applied Accounting and Finance*, 1(1), 47-58.
- Sugiyono, D. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.