

Pengaruh Kinerja dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan Klinik AA+ Dental Care Sakra Lombok Timur

**Susilo Talidobel¹, L. Jatmiko Jati², M. Chothibul Umam Assa'ady³,
Putri Amalia Wardi⁴**

Universitas Bumigora, Indonesia

susilo@universitasbumigora.ac.id¹, jatmiko@universitasbumigora.ac.id²,
m.chothibul@universitasbumigora.ac.id³, puri.amalia@universitasbumigora.ac.id⁴

Submitted: 07th Nov 2024 | **Edited:** 27th Dec 2024 | **Issued:** 19th Jan 2025

Cited on: Talidobel, S., Jati, L. J., Assa'ady, M. C. U., & Wardi, P. A. (2025). Pengaruh Kinerja dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan Klinik AA+ Dental Care Sakra Lombok Timur. *SCIENTIFIC JOURNAL OF REFLECTION: Economic, Accounting, Management and Business*, 8(1), 212-220.

ABSTRACT

Performance and quality of service are closely related to customer satisfaction. The progress of a company is influenced by the company's ability to serve its customers. The services provided by the company must pay attention to the standard quality given to customers and must even exceed what is expected by customers so that customer satisfaction can be easily obtained by the company, because it can make customers continue to use the company's services. This study aims to determine the effect of performance and quality of service on customer satisfaction at the AA + Dental Care Sakra Clinic. The method used in this study is a quantitative method. The sample of this study was 60 respondents who were determined by Systematic Random Sampling. The results of this study indicate that the effect of service quality has a strong relationship with customer satisfaction. This can be shown from the results of the correlation coefficient test, the results of the determination coefficient test obtained a significant effect so that it means that customer satisfaction can be influenced by service performance; although customer satisfaction is still influenced by other factors that are not examined in this study.

Keywords: Service Performance, Service Quality, Customer Satisfaction

PENDAHULUAN

Pelayanan merupakan tindakan atau perbuatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain yang pada dasarnya bersifat intangible (tidak berwujud fisik) dan tidak menghasilkan sesuatu. Dengan demikian pelayanan merupakan perilaku yang diberikan oleh sumberdaya perusahaan dalam rangka memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan demi tercapainya kepuasan pada pelanggan itu sendiri sehingga akan mempengaruhi keputusan pelanggan (Lam et al., 2024). Kualitas pelayanan didasarkan pada lima dimensi kualitas yaitu tangibility, reliability, responsiveness, assurance dan Emphaty, tangibility, meliputi fasilitas fisik, perlengkapan, pegawai dan sarana komunikasi

(Bismelah, 2023). Reliability, yaitu kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan tepat waktu dan memuaskan. Responsiveness, yaitu kemampuan para staf untuk membantu para pelanggan dan memberikan pelayanan dengan tanggap. Assurance, mencakup kemampuan, kesopanan dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki para staf, bebas dari bahaya, resiko atau keragu-raguan. Emphaty, mencakup kemudahan dalam melakukan hubungan komunikasi yang baik dan memahami kebutuhan para pelanggan (Bismelah, 2023).

Kinerja pelayanan dan kualitas pelayanan merupakan dua faktor krusial yang dapat mempengaruhi tingkat kepuasan pelanggan dalam berbagai sektor jasa (Bupu et al., 2023). Penelitian mengenai pengaruh kinerja dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan telah banyak dilakukan, namun masih sedikit yang secara spesifik mengkaji hal tersebut dalam konteks klinik kesehatan gigi di daerah tertentu. Penelitian ini berfokus pada KLINIK AA+ Dental Care Sakra Lombok Timur, dengan tujuan utama untuk menganalisis pengaruh kinerja dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan. KLINIK AA+ Dental Care merupakan salah satu penyedia layanan kesehatan gigi terkemuka di Lombok Timur yang selalu berusaha meningkatkan kualitas pelayanannya untuk memenuhi kebutuhan dan harapan konsumen.

Kepuasan pelanggan sangat penting bagi kelangsungan dan kesuksesan klinik ini, terutama di era persaingan yang semakin ketat. Pegawai dan konsumen klinik ini menjadi subjek penelitian yang dilakukan pada bulan Agustus 2024. Melalui penelitian ini, diharapkan dapat diperoleh pemahaman yang lebih mendalam mengenai bagaimana kinerja dan kualitas pelayanan yang diberikan oleh KLINIK AA+ Dental Care mempengaruhi tingkat kepuasan pelanggan, serta dapat memberikan masukan yang konstruktif untuk peningkatan pelayanan di masa depan. Untuk mendukung penelitian ini, teori-teori dan konsep terkait kualitas pelayanan, kinerja pelayanan, dan kepuasan pelanggan akan dikaji dan diaplikasikan dalam konteks yang relevan. Beberapa penelitian terdahulu telah menunjukkan adanya hubungan positif antara kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan (Venkatakrishnan et al., 2023) serta pentingnya kinerja pelayanan dalam membangun loyalitas pelanggan (Cronin & Taylor, 1992). Dengan demikian, penelitian ini tidak hanya berkontribusi pada pengembangan teori di bidang manajemen pelayanan dan pemasaran, tetapi juga memberikan implikasi praktis bagi pengelola klinik kesehatan gigi untuk terus meningkatkan kualitas dan kinerja pelayanan demi tercapainya kepuasan pelanggan yang optimal.

Dalam beberapa tahun terakhir, berbagai studi telah menunjukkan bahwa ada hubungan yang signifikan antara kinerja pelayanan, kualitas pelayanan, dan kepuasan pelanggan. Studi oleh Huang et al. (2003) menunjukkan bahwa kinerja pelayanan yang tinggi berdampak positif pada kepuasan pelanggan dalam sektor Kesehatan (Zhou, 2007). Demikian pula, penelitian oleh Bintoro et al. (2023) menekankan bahwa kualitas pelayanan memainkan peran kunci dalam membentuk persepsi pelanggan terhadap suatu layanan (2023).

Lebih lanjut, studi oleh Wu et. al. (2023) menunjukkan bahwa kombinasi dari kinerja dan kualitas pelayanan dapat meningkatkan kepuasan pelanggan secara signifikan. Selain itu, studi oleh Mehrbakhsh Nilashi et al (2023) menemukan bahwa inovasi dalam pelayanan dapat memperkuat hubungan antara kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan. Terakhir, penelitian oleh Taufan & Ahsan (2023) menunjukkan bahwa peningkatan

berkelanjutan dalam kinerja dan kualitas pelayanan dapat menghasilkan kepuasan pelanggan yang lebih tinggi.

Melalui penelitian ini, diharapkan dapat diperoleh pemahaman yang lebih mendalam mengenai bagaimana kinerja dan kualitas pelayanan yang diberikan oleh KLINIK AA+ Dental Care mempengaruhi tingkat kepuasan pelanggan. Temuan ini diharapkan dapat memberikan kontribusi signifikan dalam upaya peningkatan kualitas pelayanan di masa depan.

LANDASAN TEORI

Kinerja Pelayanan

Kinerja adalah hasil kerja yang dapat dicapai oleh seseorang atau sekelompok orang dalam suatu organisasi, sesuai dengan wewenang dan tanggung jawab masing-masing, dalam upaya mencapai tujuan organisasi bersangkutan secara legal, tidak melanggar hukum dan sesuai dengan moral dan etika. Ada tiga konsep yang dapat digunakan sebagai indikator kinerja organisasi pemerintah yaitu, responsibility (responsibilitas), responsiveness (responsif) dan accountability (akuntabilitas). Dalam mengukur kinerja organisasi pemerintah (birokrasi publik) disesuaikan dengan tugas dan fungsi yang dijalankan. Selanjutnya dikatakan bahwa indikator kinerja yang komprehensif karena mencakup dimensi-dimensi: kualitas pelayanan, produktivitas, responsivitas, responsibilitas, dan akuntabilitas (Bupu et al., 2023).

Kualitas Pelayanan

Sebuah perusahaan jasa harus menjaga kualitas jasa yang ditawarkan berada diatas pesaing dan lebih hebat dari yang dibayangkan oleh konsumen (melebihi ekspektasi konsumen). Sebelum merumuskan penyampaian sebuah jasa, perusahaan juga harus memahami apa kebutuhan dan harapan konsumen terhadap produk atau jasa yang ditawarkan (Bismelah, 2023). Menurut Lovelock & Wright (1999) mengemukakan bahwa “kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan produk maupun jasa yang diharapkan atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan konsumen.” Jasa akan diterima oleh konsumen apabila sesuai dengan yang diharapkan. Kualitas pelayanan adalah upaya pemenuhan kebutuhan konsumen baik dari produk maupun jasa serta ketepatan penyampaian untuk mengimbangi harapan konsumen”. Berdasarkan definisi para ahli diatas, bahwa kualitas pelayanan yaitu pemenuhan kebutuhan konsumen berdasarkan tingkat keunggulan dari produk dan jasa yang sesuai dengan harapan sehingga dapat memenuhi keinginan para konsumen.

Kepuasan Pelanggan

Kepuasan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan Kinerja atau hasil yang dirasakan dengan harapannya (Hooley et al., 1992). Menurut Hutasoit (Hutasoit, 2011) Apabila kinerja memaparkan bahwa kualitas pelayanan adalah kesesuaian dan derajat kemampuan untuk digunakan dari keseluruhan karakteristik produk dan jasa yang disediakan dalam pemenuhan kebutuhan dan harapan yang dikehendaki konsumen dengan atribut atau faktor yang meliputi: bukti langsung, perhatian pribadi dari karyawan kepada konsumen, daya tanggap, keandalan dan jaminan. akan kecewa. Apabila kinerja sesuai harapan, pelanggan akan puas. Harapan pelanggan dapat dibentuk oleh pengalaman masa lampau, komentar dari kerabatnya serta janji dan informasi pemasar dan saingannya. Pelanggan yang puas akan setia lebih lama, kurang sensitive terhadap harga dan memberi

komentar yang baik tentang perusahaan. Kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang dalam perbandingan antara kesannya konsumen terhadap tingkatan kinerja produk dan jasa ril atau aktual dengan kinerja sesuai harapan (Arshad Khan & Alhumoudi, 2022).

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif, dengan dengan pendekatan penelitian asosiatif. Penelitian asosiatif digunakan untuk mengidentifikasi sejauh mana pengaruh variabel X (variabel bebas) yang terdiri dari Kinerja Pelayanan (X1) dan Kualitas Pelayanan (X2) terhadap variabel Y (variabel terikat) yaitu Kepuasan Pelanggan, baik itu secara parsial maupun simultan. Populasi pada penelitian ini yaitu pasien yang datang ke Klinik AA+ Dental Care Sakra Lombok Timur. Sampel pada penelitian ini berjumlah 60 responden yang ditentukan dengan *Systematic Random Sampling*. Data yang diperoleh dari penyebaran kuesioner akan diolah menggunakan SPSS versi 29. Teknik analisis data pada penelitian ini menggunakan pengujian validitas, pengujian reliabilitas, pengujian asumsi klasik dan pengujian hipotesis dengan analisis regresi berganda (Zikmund, 2006).

HASIL PENELITIAN

Uji Validitas

Untuk memastikan reliabilitas kuesioner, penting untuk menguji validitasnya. Uji Validitas dilakukan dengan membandingkan nilai r-hitung dengan r-tabel. Jika r-hitung lebih tinggi dari r-tabel, maka dapat dikatakan bahwa setiap indikator pertanyaan valid (Takona, 2024).

Tabel 1. Hasil Uji Validitas

Variabel	r-hitung	r-tabel	Keterangan
Kinerja Pelayanan (X1)			
X1.1	0,890	0,254	Valid
X1.2	0,849	0,254	Valid
X1.3	0,853	0,254	Valid
X1.4	0,858	0,254	Valid
X1.5	0,855	0,254	Valid
X1.6	0,862	0,254	Valid
X1.7	0,867	0,254	Valid
X1.8	0,799	0,254	Valid
X1.9	0,797	0,254	Valid
Kualitas Pelayanan (X2)			
X2.1	0,982	0,254	Valid
X2.2	0,925	0,254	Valid
X2.3	0,960	0,254	Valid
X2.4	0,948	0,254	Valid
X2.5	0,933	0,254	Valid
X2.6	0,748	0,254	Valid
X2.7	0,886	0,254	Valid
X2.8	0,983	0,254	Valid
X2.9	0,737	0,254	Valid
X2.10	0,973	0,254	Valid

X2.11	0,805	0,254	Valid
X2.12	0,972	0,254	Valid
X2.13	0,971	0,254	Valid
Kepuasan Pelanggan (Y)			
Y1.1	0,853	0,254	Valid
Y1.2	0,908	0,254	Valid
Y1.3	0,831	0,254	Valid
Y1.4	0,928	0,254	Valid
Y1.5	0,679	0,254	Valid

Sumber: Data Primer diolah Tahun 2024

Uji Reliabilitas

Hasil uji reliabilitas menunjukkan bahwa variabel kinerja pelayanan (X1), kualitas pelayanan (X2) dan kepuasan pelanggan (Y) memiliki cronbach's Alpha > 0,8. Suatu item pengukuran dikatakan reliabel jika variabel memberikan nilai cronbach alpha lebih dari 0,8, artinya jawaban responden terhadap kuesioner yang disebar dalam penelitian ini diperoleh secara konsisten atau stabil dari waktu ke waktu (Takona, 2024)

Tabel 2. Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Alpha Pembanding	Keterangan
Kinerja Pelayanan	0,957	0,80	Reliabel
Kualitas Pelayanan	0,981	0,80	Reliabel
Kepuasan Pelanggan	0,892	0,80	Reliabel

Sumber: Data Primer diolah Tahun 2024

Uji Normalitas

Pengujian normalitas dilakukan dengan uji statistik menggunakan uji Kolmogorov-Smirnov. Berdasarkan output spss diperoleh nilai Asymp.sig persamaan model regresi dari uji normalitas sebesar 0,092 dimana lebih dari nilai signifikansi (0,05), sehingga model analisis yang digunakan terdistribusi normal (Takona, 2024).

Tabel 3. Hasil Uji Normalitas Kolmogorov-Smirnov

		Standardized Residual
N		60
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	.98290472
Most Extreme Differences	Absolute	.106
	Positive	.097
	Negative	-.106
Test Statistic		.106
Asymp. Sig. (2-tailed) ^c		.092
Monte Carlo Sig. (2-tailed) ^d	Sig.	.089
	99% Confidence Interval	Lower Bound .082
		Upper Bound .097

Sumber: Data Primer diolah Tahun 2024

Uji Multikolinearitas

Metode yang digunakan untuk mendeteksi adanya multikolinieritas dalam penelitian ini adalah dengan Nilai Tolerance dan Variance Inflation Factor (VIF). Syarat terjadi multikolinieritas jika nilai tolerance > 1 dan nilai VIF > 10 . Berdasarkan hasil output spss nilai tolerance < 1 dan nilai VIF semua variabel independen < 10 sehingga tidak ada multikolinieritas (Takona, 2024).

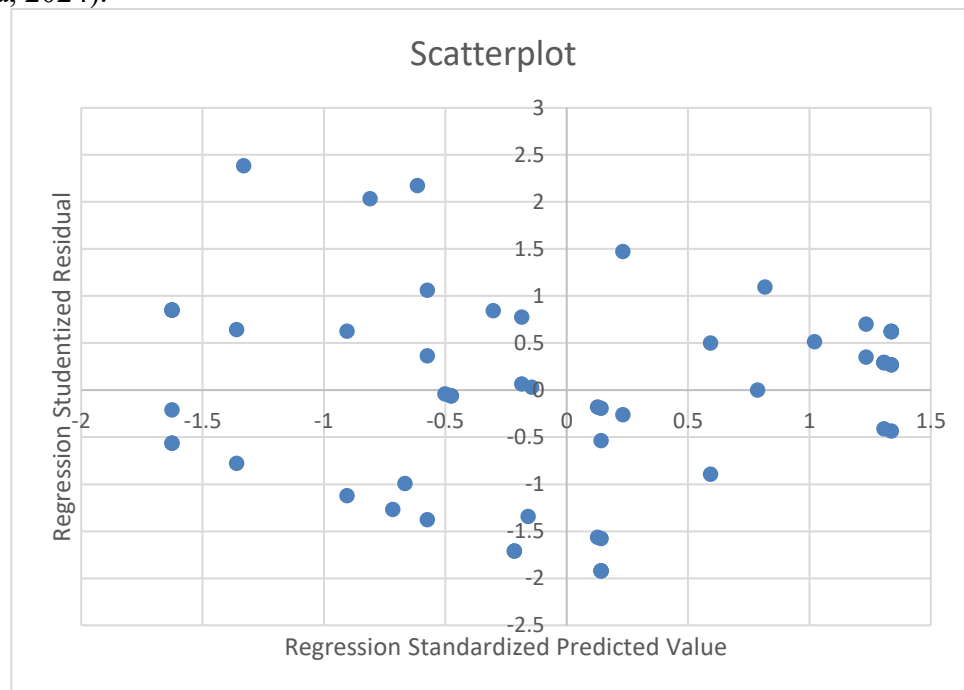
Tabel 4. Hasil Uji Multikolinieritas

Variabel	Tolerance	VIF
Kinerja Pelayanan	0,726	1,378
Kualitas Pelayanan	0,725	1,379

Sumber: Data Primer diolah Tahun 2024

Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas yang digunakan pada penelitian ini berdasarkan metode gambar scatterplot pada model tersebut, dari hasil pengujian dapat diketahui titik-titik data menyebar diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y, serta titik-titik data tidak membentuk pola. Sehingga dapat dikatakan untuk persamaan tersebut tidak terjadi heteroskedastisitas (Takona, 2024).



Gambar 1. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Sumber: Data Primer diolah Tahun 2024

Uji Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis ini digunakan untuk melihat faktor-faktor yang berkontribusi terhadap hubungan antara variabel independen Kinerja Pelayanan (X1), Kualitas Pelayanan (X2) dan variable dependen Kepuasan Pelanggan (Y). Berikut ini adalah hasil regresinya:

Tabel 5. Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

Variabel	Koefisien	Sig.
(Constant)	6,633	0,006
Kinerja Pelayanan	0,321	0,001
Kualitas Pelayanan	0,033	0,339
R-squared	0,379	
Adjusted R-squared	0,358	
F-Statistik	17,425	0,001

Sumber: Data Primer diolah Tahun 2024

Persamaan regresi pada tabel 4 adalah sebagai berikut:

$$Y = 6,633 + 0,321 X_1 + 0,033 X_2 + e$$

Persamaan regresi diatas dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Nilai konstanta sebesar 6,633, jika variabel kinerja pelayanan dan kualitas pelayanan bernilai 0 maka variabel kepuasan pelanggan akan bernilai 6,633.
2. Hasil analisis regresi menunjukkan adanya pengaruh yang signifikan dan hubungan yang positif antara kinerja variabel dan kepuasan pelanggan, dimana nilai koefisien regresi kinerja pelayanan sebesar 0,321, yang artinya setiap penambahan 1% kinerja pelayanan dan nilai kualitas pelayanan bernilai 0 maka akan meningkatkan kepuasan pelanggan pada Klinik AA+ Dental Care sebesar 0,321% dengan nilai signifikansi sebesar 0,001.
3. Koefisien regresi kualitas pelayanan bernilai positif sebesar 0,033 dengan nilai signifikansi sebesar 0,339, menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan tidak berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Uji F (Anova)

Analisis yang dikenal dengan uji F digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya hubungan yang signifikan antara variabel independen dan variabel dependen. Model regresi tidak sesuai untuk analisis lebih lanjut jika nilai signifikan F lebih besar dari 0,05, sedangkan model regresi tidak sesuai untuk analisis lebih lanjut jika nilai signifikan F lebih kecil dari 0,05.

Uji F dilakukan untuk mengetahui pengaruh variabel independen secara bersama-sama terhadap variabel dependen secara signifikan atau tidak. Pada tabel 4 menunjukkan bahwa nilai F-hitung 17,425 dengan nilai probabilitas sebesar 0,001. Maka dapat disimpulkan bahwa variabel kinerja pelayanan dan kualitas pelayanan secara bersama-sama mempengaruhi kepuasan pelanggan.

Uji Koefisien Determinasi (R²)

Uji koefisien determinasi digunakan untuk melihat seberapa baik model dapat menjelaskan variabel dependen. Nilai yang menentukan apakah suatu persamaan regresi baik atau buruk adalah nilai Adjusted R Square antara 0 dan 1, dan nilai yang mendekati satu menunjukkan contoh yang lebih baik.

Nilai adjusted R² pada tabel 4 adalah 0,358 yang menunjukkan bahwa variabel kinerja pelayanan dan kualitas pelayanan dapat menjelaskan variabel kepuasan pelanggan sebesar 35,8% sisanya 64,2% dijelaskan oleh variabel lain diluar model.

KESIMPULAN

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kinerja pelayanan di Klinik AA+ Dental Care memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Artinya, semakin baik kinerja pelayanan yang diberikan, semakin besar kemungkinan pelanggan merasa puas dengan layanan yang diterima. Faktor-faktor yang termasuk dalam kinerja pelayanan, seperti kecepatan, keramahan, dan responsivitas staf klinik, terbukti berperan penting dalam menciptakan pengalaman positif bagi pelanggan. Dengan adanya peningkatan dalam kinerja pelayanan, tingkat kepuasan pelanggan akan meningkat secara signifikan.

Namun, meskipun kinerja pelayanan terbukti berpengaruh, kualitas pelayanan itu sendiri tidak menunjukkan pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Kualitas pelayanan yang diukur dari aspek teknis dan profesionalisme mungkin tidak langsung berdampak pada tingkat kepuasan pelanggan, meskipun penting bagi reputasi klinik. Ini bisa disebabkan oleh faktor lain yang lebih dominan dalam membentuk kepuasan pelanggan, seperti interaksi langsung dengan staf atau kenyamanan dalam proses pelayanan.

Penelitian ini menegaskan bahwa bagi Klinik AA+ Dental Care, faktor kinerja pelayanan lebih berperan dalam meningkatkan kepuasan pelanggan dibandingkan dengan kualitas pelayanan yang bersifat teknis atau profesional. Oleh karena itu, klinik tersebut perlu lebih fokus pada peningkatan kinerja pelayanan, termasuk memperbaiki aspek komunikasi, keramahan, dan kecepatan layanan, guna memastikan pelanggan mendapatkan pengalaman yang memuaskan dan loyal terhadap layanan yang diberikan.

DAFTAR PUSTAKA

- Arshad Khan, M., & Alhumoudi, H. A. (2022). Performance of E-Banking and the Mediating Effect of Customer Satisfaction: A Structural Equation Model Approach. *Sustainability*, 14(12), 7224. <https://doi.org/10.3390/su14127224>
- Bismelah, S. (2023). Evaluating The Performance Of Higher Education Institutions Through Significant Relationships Between The Five Dimensions Of Service Quality. *Journal of Management Scholarship*, 2(1). <https://doi.org/10.38198/jms/2.1.2023.1>
- Bupu, R., Sodikin, M., & Sanchita, S. (2023). Towards Customer Satisfaction: The Role of Customer Relationship Management, Service Quality, and Customer Perceptions. *Journal of Digital Marketing and Halal Industry*, 5(1), 41–56. <https://doi.org/10.21580/jdmhi.2023.5.1.15991>
- Cronin, J. J., & Taylor, S. A. (1992). Measuring Service Quality: A Reexamination and Extension. *Journal of Marketing*, 56(3), 55–68. <https://doi.org/10.1177/002224299205600304>
- Hooley, G. J., Lynch, J. E., & Jobber, D. (1992). Generic marketing strategies. *International Journal of Research in Marketing*, 9(1), 75–89. [https://doi.org/10.1016/0167-8116\(92\)90030-O](https://doi.org/10.1016/0167-8116(92)90030-O)
- Hung, Y. H., Huang, M. L., & Chen, K. S. (2003). Service quality evaluation by service quality performance matrix. *Total Quality Management & Business Excellence*, 14(1), 79–89. <https://doi.org/10.1080/14783360309706>
- Hutasoit. (2011). *Pelayanan Publik Teori dan Aplikasi*. MagnaScript Publishing.

- Kusumo Bintoro, B. P., Lutfiani, N., & Julianingsih, D. (2023). Daerah Khusus Ibukota Jakarta 12940 3,4,5 University of Raharja Modern. *Cikokol, Kec. Tangerang*, 7(1). <https://doi.org/10.33050>
- Lam, T. N., To, A. T., Nguyen, T. H. H., Nguyen, K. O., Nguyen, T. L., & Ho, T. T. H. (2024). Service Quality, Satisfaction, and Loyalty in Homestays in Da Lat City, Vietnam. *TEM Journal*, 13(2), 1180–1191. <https://doi.org/10.18421/TEM132-32>
- Lovelock, C., & Wright, L. K. (1999). *Principles of service marketing and management*. Prentice Hall.
- Nilashi, M., Abumalloh, R. A., Ahmadi, H., Samad, S., Alrizq, M., Abosaq, H., & Alghamdi, A. (2023). The nexus between quality of customer relationship management systems and customers' satisfaction: Evidence from online customers' reviews. *Heliyon*, 9(11). <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2023.e21828>
- Takona, J. P. (2024). Research design: qualitative, quantitative, and mixed methods approaches / sixth edition. *Quality & Quantity*, 58(1), 1011–1013. <https://doi.org/10.1007/s11135-023-01798-2>
- Taufan, S., & Ahsan, M. N. (2023). PENGARUH KUALITAS PELAYANAN BENGKEL TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN MELALUI KEPUASAN PELANGGAN PADA PT. SETIAJAYA MOBILINDO-SETIAJAYA TOYOTA DEPOK (Vol. 15, Issue 2).
- Venkatakrishnan, J., Alagiriswamy, R., & Parayitam, S. (2023). Web design and trust as moderators in the relationship between e-service quality, customer satisfaction and customer loyalty. *The TQM Journal*, 35(8), 2455–2484. <https://doi.org/10.1108/TQM-10-2022-0298>
- Wu, X., Wang, Q., Wang, L., & Zhao, X. (2023). Customer integration and the performance of third-party logistics firms: a moderated mediation model. *International Journal of Logistics Research and Applications*, 26(6), 615–632. <https://doi.org/10.1080/13675567.2021.1969349>
- Zhou, L. (2007). The effects of entrepreneurial proclivity and foreign market knowledge on early internationalization. *Journal of World Business*, 42(3), 281–293. <https://doi.org/10.1016/j.jwb.2007.04.009>
- Zikmund, W. G. (2006). *Business research methods*. Recording for the Blind & Dyslexic.