PERAN KINERJA KARYAWAN DALAM MENINGKATKAN LOYALITAS PELANGGAN PADA PABRIK MANUFAKTUR KEMASAN KOSMETIK CV PACKAGING KOSMETIK

Adinda Savira[1], Noneng R Sukatmadiredja[2], Roy Sumaryono[3]
adindasavira2404@gmail.com[1], noneng.sukatmadiredja@stiemahardhika.ac.id[2] ,
rsumaryono@gmail.com[3]
STIE Mahardhika

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis peran kinerja karyawan dalam meningkatkan loyalitas pelanggan pada CV Packaging Kosmetik. Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan teknik pengumpulan data berupa observasi dan wawancara semi terstruktur. Informan penelitian berjumlah empat orang, terdiri dari satu manajer, satu karyawan bagian Admin Sales, dan dua pelanggan yang telah melakukan pemesanan secara berulang. Analisis data dilakukan menggunakan model Miles dan Huberman melalui tahapan reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kinerja karyawan berkaitan dengan respons terhadap kebutuhan dan keluhan pelanggan, komunikasi, ketepatan penyelesaian pesanan, serta profesionalisme. Ketepatan penyelesaian pesanan menjadi tema kinerja karyawan dengan persentase tertinggi, yaitu 33,33%. Sementara itu, kualitas produk menjadi tema yang paling banyak muncul dalam jawaban pelanggan, yaitu 42,86%, diikuti kepercayaan dan pelayanan masing-masing sebesar 21,43%, serta hubungan kerja sama sebesar 14,29%. Temuan ini menunjukkan bahwa pemenuhan pesanan sesuai spesifikasi dan waktu yang disepakati, disertai komunikasi yang jelas dan respons yang baik, dapat mendukung kepercayaan pelanggan serta keberlanjutan hubungan kerja sama. Dengan demikian, kinerja karyawan berperan dalam mendukung loyalitas pelanggan pada perusahaan manufaktur kemasan kosmetik.

Kata Kunci: Kinerja Karyawan, Loyalitas Pelanggan, Perusahaan Manufaktur, Kemasan Kosmetik.

PENDAHULUAN

Perkembangan industri kosmetik di Indonesia mendorong meningkatnya kebutuhan terhadap produk kosmetik beserta kemasan yang mendukung kualitas dan citra produk. Kemasan tidak hanya berfungsi sebagai pelindung, tetapi juga menjadi bagian dari daya tarik produk kosmetik.

Kondisi tersebut mendorong perusahaan manufaktur kemasan kosmetik untuk menjaga kualitas produk sekaligus mempertahankan hubungan dengan pelanggan. Dalam konteks business to business (B2B), hubungan antara perusahaan manufaktur dan pelanggan tidak hanya berkaitan dengan transaksi, tetapi juga dengan pemenuhan kebutuhan serta keberlanjutan kerja sama dalam jangka panjang.

CV Packaging Kosmetik merupakan nama samaran yang digunakan untuk menjaga kerahasiaan identitas perusahaan yang menjadi objek penelitian. Perusahaan ini berlokasi di Kabupaten Sidoarjo, Jawa Timur, dan bergerak dalam bidang manufaktur kemasan kosmetik, seperti pot cream, botol serum, dan botol spray. Dalam menjalankan kegiatan usahanya, perusahaan perlu memastikan bahwa pesanan pelanggan dipenuhi sesuai spesifikasi dan waktu yang disepakati. Kinerja karyawan menjadi salah satu aspek yang perlu diperhatikan karena respons terhadap kebutuhan pelanggan, komunikasi, ketepatan penanganan pesanan, dan profesionalisme berkaitan dengan pengalaman pelanggan selama menjalin kerja sama dengan perusahaan.

Kinerja karyawan dan loyalitas pelanggan telah dibahas dalam sejumlah penelitian

terdahulu melalui sudut pandang yang berbeda. Budiarno, Udayana, dan Lukitaningsih (2022) membahas keterkaitan kualitas layanan dan kualitas produk dengan kepuasan pelanggan dalam membentuk loyalitas pelanggan. Cornelia, Kartika, dan Kaihatu (2008) mengkaji pengaruh kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan. Sementara itu, Musyaffa dan Emmywati (2018) membahas kualitas layanan dan harga terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan. Penelitian tersebut memberikan landasan untuk memahami pentingnya pengalaman pelanggan. Namun, penelitian ini berfokus pada pemahaman mengenai peran kinerja karyawan dalam konteks perusahaan manufaktur kemasan kosmetik yang memiliki karakteristik hubungan kerja sama B2B.

Kajian mengenai peran kinerja karyawan dalam konteks tersebut penting karena loyalitas pelanggan tidak hanya tercermin dari pembelian ulang, tetapi juga dari kepercayaan, rekomendasi kepada pihak lain, dan keberlanjutan hubungan kerja sama. Pada perusahaan manufaktur kemasan kosmetik, ketepatan pemenuhan pesanan menjadi bagian dari pengalaman pelanggan karena berkaitan dengan kesesuaian produk dan waktu yang telah disepakati. Oleh karena itu, pemahaman mengenai pengalaman pelanggan dan pelaksanaan pekerjaan karyawan dapat memberikan gambaran tentang aspek kinerja yang mendukung hubungan jangka panjang antara perusahaan dan pelanggan.

Berdasarkan uraian tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis peran kinerja karyawan dalam meningkatkan loyalitas pelanggan pada CV Packaging Kosmetik. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran mengenai aspek kinerja karyawan yang berkaitan dengan loyalitas pelanggan serta menjadi bahan pertimbangan bagi perusahaan dalam menjaga ketepatan pemenuhan pesanan, meningkatkan kualitas interaksi dengan pelanggan, dan mempertahankan hubungan kerja sama jangka panjang.

METODOLOGI

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif untuk memperoleh pemahaman mengenai peran kinerja karyawan dalam meningkatkan loyalitas pelanggan berdasarkan kondisi yang ditemukan di lapangan. Menurut Sugiyono (2019), penelitian kualitatif digunakan untuk mengkaji objek dalam kondisi alamiah dengan peneliti sebagai instrumen utama. Pendekatan ini dipilih karena penelitian berfokus pada pemahaman pengalaman dan pandangan informan, bukan pada pengujian hubungan antarvariabel secara statistik.

Penelitian dilaksanakan pada CV Packaging Kosmetik, yaitu nama samaran perusahaan manufaktur kemasan kosmetik di Kabupaten Sidoarjo, Jawa Timur. Informan dipilih menggunakan teknik purposive sampling dengan mempertimbangkan keterlibatan dan pengalaman mereka terhadap fokus penelitian. Informan berjumlah empat orang, terdiri dari satu manajer, satu karyawan bagian Admin Sales, dan dua pelanggan. Pelanggan yang dipilih telah menjalin hubungan kerja sama dengan perusahaan selama lebih dari lima tahun, melakukan pemesanan secara berulang, serta memiliki pengalaman berinteraksi langsung dengan karyawan perusahaan.

Pengumpulan data dilakukan melalui observasi dan wawancara semi terstruktur. Observasi digunakan untuk mengamati aktivitas operasional perusahaan dan interaksi yang berkaitan dengan pemenuhan pesanan pelanggan. Wawancara dilakukan kepada pelanggan, karyawan, dan manajer berdasarkan pedoman yang disusun sesuai fokus penelitian. Wawancara pelanggan diarahkan pada pengalaman pembelian ulang, rekomendasi, kepercayaan, dan hubungan kerja sama jangka panjang. Sementara itu, wawancara karyawan dan manajer diarahkan pada responsivitas terhadap kebutuhan pelanggan, komunikasi, ketepatan penanganan pesanan, dan profesionalisme.

Analisis data menggunakan model Miles dan Huberman (2014) melalui tiga tahapan, yaitu reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Data hasil wawancara direduksi dengan mengidentifikasi jawaban yang memiliki kesamaan makna, kemudian dikelompokkan ke dalam tema yang berkaitan dengan kinerja karyawan dan loyalitas pelanggan. Data selanjutnya disajikan secara deskriptif untuk menggambarkan temuan penelitian dan keterkaitan antartema.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Loyalitas Pelanggan pada CV Packaging Kosmetik

Hasil wawancara dengan dua pelanggan menunjukkan empat tema yang muncul dalam jawaban informan mengenai pengalaman mereka selama menjalin hubungan dengan perusahaan, yaitu kualitas produk, kepercayaan, pelayanan, dan hubungan kerja sama. Dari 14 jawaban yang memiliki kesamaan makna, kualitas produk memperoleh jumlah terbanyak, yaitu enam jawaban atau 42,86%. Kepercayaan dan pelayanan masing-masing memperoleh tiga jawaban atau 21,43%, sedangkan hubungan kerja sama memperoleh dua jawaban atau 14,29%.

Tabel 1. Reduksi Tema Loyalitas Pelanggan

Tema	Jumlah jawaban	Persentase
Kualitas produk	6	42,86%
Kepercayaan	3	21,43%
Pelayanan	3	21,43%
Hubungan kerja sama	2	14,29%
Total	14	100%

Sumber: Data diolah (2026).

Dominannya tema kualitas produk menunjukkan bahwa kesesuaian produk dengan kebutuhan dan spesifikasi pelanggan merupakan bagian penting dalam pengalaman kerja sama dengan perusahaan. Jawaban informan mencakup kualitas produk yang konsisten, kesesuaian dengan kebutuhan pelanggan, dan kesesuaian spesifikasi. Temuan ini menunjukkan bahwa kualitas produk menjadi salah satu aspek yang mendukung pelanggan untuk mempertahankan hubungan dengan perusahaan.

Selain kualitas produk, kepercayaan dan pelayanan juga muncul dalam jawaban pelanggan. Kepercayaan berkaitan dengan pengalaman kerja sama yang baik, pemenuhan komitmen, dan keyakinan terhadap perusahaan. Sementara itu, tema pelayanan mencakup kelancaran proses pemesanan, bantuan ketika pelanggan menghadapi kendala, dan responsivitas perusahaan. Hubungan kerja sama menunjukkan adanya keberlanjutan hubungan antara pelanggan dan perusahaan.

Keempat tema tersebut merupakan hasil pengelompokan jawaban informan dan perlu dipahami sebagai gambaran pengalaman pelanggan, bukan sebagai pengganti fokus loyalitas yang ditetapkan dalam penelitian. Loyalitas pelanggan dalam penelitian ini tetap dilihat melalui pembelian ulang, rekomendasi kepada pihak lain, kepercayaan terhadap perusahaan, dan hubungan kerja sama jangka panjang. Dengan demikian, kualitas produk dan pelayanan dapat dipahami sebagai aspek yang mendukung terbentuknya pengalaman positif, sedangkan pembelian ulang, rekomendasi, kepercayaan, dan keberlanjutan hubungan merupakan gambaran loyalitas pelanggan.

Temuan mengenai kualitas produk memiliki kesesuaian dengan penelitian Budiarno, Udayana, dan Lukitaningsih (2022), yang membahas keterkaitan kualitas layanan dan kualitas produk dengan kepuasan pelanggan dalam membentuk loyalitas pelanggan. Kesamaannya terletak pada pentingnya kualitas produk dalam hubungan dengan loyalitas. Namun, penelitian ini memberikan gambaran berdasarkan pengalaman informan dalam

konteks perusahaan manufaktur kemasan kosmetik, dengan memperhatikan pula kepercayaan, pelayanan, dan keberlanjutan hubungan kerja sama.

Kinerja Karyawan pada CV Packaging Kosmetik

Hasil wawancara dengan manajer dan karyawan menunjukkan empat tema kinerja karyawan, yaitu penanganan keluhan pelanggan, komunikasi, ketepatan penyelesaian pesanan, dan profesionalisme. Dari 18 jawaban yang memiliki kesamaan makna, ketepatan penyelesaian pesanan menjadi tema dengan jumlah terbanyak, yaitu enam jawaban atau 33,33%. Sementara itu, penanganan keluhan pelanggan, komunikasi, dan profesionalisme masing-masing memperoleh empat jawaban atau 22,22%.

Tabel 2. Reduksi Tema Kinerja Karyawan

Tema	Jumlah jawaban	Persentase
Penanganan keluhan pelanggan	4	22,22%
Komunikasi	4	22,22%
Ketepatan penyelesaian pesanan	6	33,33%
Profesionalisme	4	22,22%
Total	18	100%

Sumber: Data diolah (2026).

Ketepatan penyelesaian pesanan menjadi tema dengan persentase tertinggi karena pelanggan perusahaan manufaktur membutuhkan produk yang sesuai spesifikasi dan tersedia sesuai waktu yang disepakati. Jawaban informan berkaitan dengan pemeriksaan spesifikasi pesanan, koordinasi dengan bagian terkait, dan penyelesaian pesanan tepat waktu. Temuan ini menunjukkan bahwa ketepatan pemenuhan pesanan merupakan bagian penting dari kinerja yang mendukung pemenuhan kebutuhan pelanggan.

Ketepatan penyelesaian pesanan tidak hanya berkaitan dengan pekerjaan satu karyawan, tetapi juga dengan proses kerja beberapa bagian. Dalam alur operasional perusahaan, pesanan diterima oleh Admin Sales, kemudian diteruskan kepada Warehouse, diperiksa oleh Checker, dikemas oleh bagian Package, dan selanjutnya dikirim kepada pelanggan. Oleh karena itu, ketepatan pemenuhan pesanan berkaitan dengan pelaksanaan tugas dan koordinasi dalam proses operasional perusahaan.

Selain ketepatan pesanan, responsivitas terhadap kebutuhan dan keluhan pelanggan menjadi bagian dari kinerja karyawan. Tema penanganan keluhan dalam hasil reduksi menunjukkan pentingnya memberikan tanggapan dan solusi ketika pelanggan menghadapi kendala. Dalam konteks fokus penelitian, penanganan keluhan merupakan salah satu bentuk responsivitas karyawan terhadap kebutuhan pelanggan.

Komunikasi juga menjadi bagian dari kinerja karyawan. Penyampaian informasi mengenai perkembangan pesanan secara jelas dan terbuka membantu pelanggan mengetahui proses pemenuhan pesanan. Komunikasi yang baik juga dapat mengurangi kesalahpahaman selama kerja sama berlangsung. Adapun profesionalisme berkaitan dengan sikap jujur, tanggung jawab, dan komitmen dalam melaksanakan pekerjaan. Keempat tema tersebut memberikan gambaran tentang bagaimana kinerja karyawan dijalankan dalam memenuhi kebutuhan pelanggan.

Peran Kinerja Karyawan dalam Meningkatkan Loyalitas Pelanggan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kinerja karyawan berperan dalam mendukung loyalitas pelanggan melalui pemenuhan pesanan, respons terhadap kebutuhan pelanggan, komunikasi, dan profesionalisme. Peran tersebut terlihat terutama dari pentingnya penyelesaian pesanan sesuai spesifikasi dan waktu yang disepakati. Pemenuhan pesanan

yang sesuai kebutuhan merupakan hasil kerja yang dapat dirasakan langsung oleh pelanggan selama menjalin hubungan dengan perusahaan.

Ketepatan penyelesaian pesanan berkaitan dengan kemampuan perusahaan menjaga kesesuaian produk dan memenuhi komitmen kepada pelanggan. Ketika produk yang diterima sesuai dengan spesifikasi yang disepakati, pelanggan memiliki dasar untuk menilai kemampuan perusahaan dalam memenuhi kebutuhannya. Pengalaman tersebut dapat mendukung kepercayaan pelanggan dan keberlanjutan hubungan kerja sama. Meskipun demikian, temuan ini menjelaskan pengalaman informan dalam konteks penelitian dan tidak dimaksudkan sebagai pengukuran pengaruh secara statistik.

Responsivitas karyawan juga menjadi bagian dari hubungan tersebut. Ketika pelanggan menyampaikan kebutuhan atau menghadapi kendala, tanggapan yang tepat dan tindak lanjut yang jelas dapat membantu pelanggan memperoleh kepastian mengenai penanganan kebutuhannya. Penanganan keluhan merupakan salah satu bentuk responsivitas yang ditemukan dalam hasil wawancara dengan karyawan dan manajer. Responsivitas yang baik dapat mendukung pengalaman positif pelanggan selama proses kerja sama.

Komunikasi yang jelas dan terbuka turut mendukung kepercayaan pelanggan. Informasi mengenai perkembangan pesanan membantu pelanggan memahami proses pemenuhan pesanannya. Dalam hubungan B2B, informasi tersebut penting karena pemenuhan kemasan dapat berkaitan dengan kelancaran kegiatan operasional pelanggan. Dengan demikian, komunikasi tidak hanya berfungsi untuk menyampaikan informasi, tetapi juga membantu menjaga hubungan kerja sama antara perusahaan dan pelanggan.

Profesionalisme karyawan melengkapi aspek tersebut. Sikap jujur, bertanggung jawab, dan berkomitmen dalam bekerja dapat mendukung kepercayaan pelanggan terhadap perusahaan. Apabila aspek-aspek tersebut dijalankan secara konsisten, pelanggan memperoleh pengalaman kerja sama yang lebih dapat diandalkan. Pengalaman tersebut dapat mendukung keputusan pelanggan untuk melakukan pemesanan ulang, merekomendasikan perusahaan kepada pihak lain, dan mempertahankan hubungan kerja sama dalam jangka panjang.

Temuan penelitian ini sejalan dengan kajian Cornelia, Kartika, dan Kaihatu (2008), yang membahas pengaruh kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan. Dalam penelitian ini, aspek yang berkaitan dengan kualitas layanan terlihat melalui respons terhadap kebutuhan pelanggan, komunikasi, ketepatan penyelesaian pesanan, dan profesionalisme. Namun, penelitian ini berfokus pada peran kinerja karyawan dalam konteks perusahaan manufaktur kemasan kosmetik, sehingga temuan dijelaskan berdasarkan pengalaman informan dan proses operasional perusahaan.

Musyaffa dan Emmywati (2018) juga membahas keterkaitan kualitas layanan, harga, kepuasan pelanggan, dan loyalitas pelanggan. Penelitian tersebut relevan sebagai pembanding dalam memahami pentingnya pengalaman pelanggan dalam mempertahankan loyalitas. Meskipun demikian, fokus penelitian ini berbeda karena mengkaji peran kinerja karyawan melalui pengalaman informan dalam konteks perusahaan manufaktur kemasan kosmetik. Dengan demikian, sitasi tersebut digunakan sebagai penelitian pembanding, bukan sebagai bukti langsung bahwa seluruh temuan penelitian ini memiliki hubungan yang sama dengan penelitian sebelumnya.

Secara keseluruhan, hasil penelitian memberikan gambaran bahwa kinerja karyawan berkaitan dengan pengalaman pelanggan selama menjalin hubungan dengan perusahaan. Ketepatan penyelesaian pesanan, respons terhadap kebutuhan pelanggan, komunikasi, dan profesionalisme merupakan aspek yang mendukung pemenuhan kebutuhan serta kepercayaan pelanggan. Dalam konteks penelitian ini, loyalitas pelanggan tercermin melalui pembelian ulang, rekomendasi kepada pihak lain, kepercayaan terhadap perusahaan, dan

keberlanjutan hubungan kerja sama. Kepuasan pelanggan dapat menjadi salah satu respons positif dalam hubungan tersebut, tetapi tidak disamakan dengan loyalitas pelanggan.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian, kinerja karyawan berperan dalam mendukung loyalitas pelanggan pada CV Packaging Kosmetik. Peran tersebut terlihat melalui ketepatan penyelesaian pesanan, respons terhadap kebutuhan dan keluhan pelanggan, komunikasi, serta profesionalisme. Dari hasil pengelompokan jawaban informan internal perusahaan, ketepatan penyelesaian pesanan menjadi tema dengan persentase tertinggi, yaitu 33,33%. Temuan ini menunjukkan bahwa pemenuhan pesanan sesuai spesifikasi dan waktu yang disepakati merupakan aspek penting dalam pelaksanaan pekerjaan yang berkaitan dengan kebutuhan pelanggan.

Pada jawaban informan pelanggan, kualitas produk menjadi tema yang paling banyak muncul, yaitu 42,86%, diikuti kepercayaan dan pelayanan masing-masing sebesar 21,43%, serta hubungan kerja sama sebesar 14,29%. Hasil tersebut menggambarkan bahwa kualitas produk, kepercayaan, pelayanan, dan hubungan kerja sama merupakan bagian dari pengalaman pelanggan selama berhubungan dengan perusahaan. Tema-tema tersebut perlu dipahami sebagai hasil pengelompokan jawaban informan, sedangkan loyalitas pelanggan dalam penelitian ini tercermin melalui pembelian ulang, rekomendasi kepada pihak lain, kepercayaan terhadap perusahaan, dan hubungan kerja sama jangka panjang.

Dengan demikian, kinerja karyawan mendukung upaya mempertahankan loyalitas pelanggan melalui pemenuhan pesanan yang tepat, komunikasi yang jelas, respons yang baik terhadap kebutuhan pelanggan, dan profesionalisme dalam bekerja. Temuan ini memberikan gambaran kontekstual mengenai pentingnya kinerja karyawan dalam menjaga hubungan kerja sama antara perusahaan manufaktur kemasan kosmetik dan pelanggan.

Saran

CV Packaging Kosmetik disarankan mempertahankan dan meningkatkan ketepatan penyelesaian pesanan melalui pemeriksaan sebelum produk dikirim. Pemeriksaan dapat mencakup kesesuaian spesifikasi, jumlah produk, kondisi barang, serta jadwal penyelesaian dan pengiriman. Perusahaan juga dapat memperkuat koordinasi antarbagian dengan melakukan konfirmasi informasi pesanan pada setiap tahap pemenuhan pesanan.

Dalam berinteraksi dengan pelanggan, karyawan yang berhubungan langsung dengan pelanggan perlu memberikan respons terhadap pertanyaan, permintaan, atau keluhan secara tepat dan menjelaskan tindak lanjut yang akan dilakukan. Penyampaian informasi mengenai perkembangan pesanan secara jelas dan terbuka juga perlu dipertahankan agar pelanggan memperoleh informasi yang memadai selama proses kerja sama berlangsung. Evaluasi berkala dapat dilakukan dengan memperhatikan kesalahan pesanan, keterlambatan, dan keluhan pelanggan sebagai bahan perbaikan proses kerja.

Penelitian selanjutnya dapat melibatkan jumlah dan variasi informan yang lebih beragam agar diperoleh gambaran yang lebih luas mengenai peran kinerja karyawan dalam meningkatkan loyalitas pelanggan. Penelitian berikutnya juga dapat dilakukan pada perusahaan manufaktur dengan karakteristik berbeda serta mempertimbangkan faktor lain yang berkaitan dengan loyalitas pelanggan, seperti harga, inovasi produk, dan kualitas hubungan dengan pelanggan.

DAFTAR PUSTAKA

44. https://doi.org/10.1177/00222429990634s105

Budiarno, Udayana, I. B. N., & Lukitaningsih, A. (2022). Pengaruh kualitas layanan, kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan dalam membentuk loyalitas pelanggan. Equilibrium: Jurnal Penelitian Pendidikan dan Ekonomi, 19(2). https://journal.uniku.ac.id/index.php/Equilibrium/article/view/4531

Cornelia, E., Kartika, N. V. S. E. W., & Kaihatu, T. S. (2008). Analisa pengaruh kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan di Laundry 5Asec Surabaya. Jurnal Manajemen Perhotelan. https://jurnalperhotelan.petra.ac.id/index.php/hot/article/view/18423

Griffin, J. (2005). Customer loyalty: Menumbuhkan dan mempertahankan kesetiaan pelanggan. Erlangga.

Hasibuan, M. S. P. (2016). Manajemen sumber daya manusia (Edisi revisi). PT Bumi Aksara. Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). Marketing management (15th ed.). Pearson Education.

Mangkunegara, A. A. A. P. (2017). Manajemen sumber daya manusia perusahaan. PT Remaja Rosdakarya.

Miles, M. B., Huberman, A. M., & Saldaña, J. (2014). Qualitative data analysis: A methods sourcebook (3rd ed.). Sage Publications.

Musyaffa, A., & Emmywati. (2018). Dampak kualitas layanan dan harga terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan PO. Tiara Mas. Media Mahardhika, 17(1), 90–102. https://doi.org/10.29062/mahardika.v17i1.62

Oliver, R. L. (1999). Whence consumer loyalty? Journal of Marketing, 63(Special Issue), 33–

Sugiyono. (2019). Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D. Alfabeta