

DAMPAK INOVASI LAYANAN DAN KEPUASAN PELANGGAN TERHADAP RETENSI PELANGGAN

Grace Berliana Irawan¹, Kuswandi², Roy Sumaryono³

irawangrace86@gmail.com¹, kuswandi56andi@gmail.com²,

roy.sumaryono@stiemahardhika.ac.id³

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Mahardhika Surabaya

ABSTRACT

The high level of competition and alternative choices of expedition services make customers increasingly selective in choosing a shipping service to anticipate delivery errors. Companies in anticipating this require service innovation so that they can attract customers back to buy the services that have been provided. In addition, it also requires a strategy to maintain customers or customer retention by increasing customer satisfaction. This study aims to determine service innovation and customer satisfaction towards customer retention in expedition companies. The research method used is a quantitative method, where the data used is in the form of numbers. The population in this study was 100 people with a sample size of 80 people using random sampling techniques. Data collection techniques used were observation, questionnaires, interviews, and documentation. Data analysis used was instrument testing, multiple linear regression analysis, and hypothesis testing. The results of the study obtained were first, the calculated t value $> t$ table on the service innovation variable, namely $3.863 > 1.661$ and a significance value of $0.000 < 0.05$. This means that H_0 is rejected and H_a is accepted, so it can be concluded that service innovation has a partial and significant effect on customer retention in shipping companies. Second, the calculated t value $> t$ table is $4.225 > 1.661$ and the significance value is < 0.05 or $0.000 < 0.05$. This means that H_0 is rejected and H_a is accepted, so it can be concluded that customer satisfaction has a partial and significant effect on customer retention in shipping companies. Third, the calculated F value is 36.461 and the significance value is 0.000 . So the calculated F value $> F$ table $36.461 > 3.091$ and the significance value is $0.000 < 0.05$, meaning that the service innovation and customer satisfaction variables together have an effect on the customer retention variable in shipping companies

Keywords: Service Innovation, Customer Satisfaction, Customer Retention.

ABSTRAK

Banyaknya persaingan yang ketat dan alternative pilihan jasa ekspedisi sehingga pelanggan semakin selektif dalam memilih jasa pengiriman untuk mengantisipasi terjadinya kesalahan pengantaran. Perusahaan dalam melakukan antisipasi hal tersebut memerlukan inovasi pelayanan sehingga dapat menarik pelanggan kembali untuk membeli jasa yang telah disediakan. Selain itu, juga memerlukan strategi untuk tetap mempertahankan pelanggan atau retensi pelanggan dengan meningkatkan kepuasan pelanggan. Penelitian ini mempunyai tujuan yaitu untuk mengetahui inovasi pelayanan dan kepuasan pelanggan terhadap retensi pelanggan pada perusahaan ekspedisi. Metode penelitian yang digunakan yaitu metode kuantitatif, dimana data yang digunakan berupa angka-angka. Jumlah populasi dalam penelitian ini yaitu 100 orang dengan jumlah sampel sebanyak 80 orang dengan menggunakan teknik random sampling. Teknik pengumpulan data yang digunakan yaitu observasi, kuesioner, wawancara, dan dokumentasi. Analisis data yang digunakan yaitu uji instrumen, analisis regresi linier berganda, dan uji hipotesis. Hasil penelitian yang diperoleh yaitu pertama, nilai t hitung $> t$ tabel pada variabel inovasi layanan yaitu $3,863 > 1,661$ dan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$. Artinya H_0 ditolak dan H_a diterima, sehingga dapat

diambil kesimpulan bahwa inovasi layanan berpengaruh terhadap retensi pelanggan pada perusahaan ekspedisi secara parsial dan signifikan. Kedua, nilai t hitung $> t$ tabel yaitu $4,225 > 1,661$ dan nilai signifikansi $< 0,05$ atau $0,000 < 0,05$. Artinya H_0 ditolak dan H_a diterima, sehingga dapat diambil kesimpulan bahwa kepuasan pelanggan berpengaruh terhadap retensi pelanggan pada perusahaan ekspedisi secara parsial dan signifikan. Ketiga, nilai F hitung sebesar $36,461$ dan nilai signifikansi $0,000$. Sehingga nilai F hitung $> F$ tabel $36,461 > 3,091$ dan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$, artinya variabel inovasi layanan dan kepuasan pelanggan secara bersama-sama berpengaruh terhadap variabel retensi pelanggan pada perusahaan ekspedisi.

Kata Kunci: Inovasi Pelayanan, Kepuasan Pelanggan, Retensi Pelanggan.

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi yang semakin berkembang mempunyai dampak pada seluruh aspek kehidupan. Salah satu yang dirasakan yaitu kemudahan manusia dalam melakukan jual beli tanpa harus datang ke pasar maupun ke tokonya, hal ini disebut dengan jual beli online. Munculnya trend jual beli online mengakibatkan permintaan jasa kurir untuk mengirimkan barang yang telah dipesan oleh konsumen sehingga memunculkan industri ekspedisi. Industri ekspedisi merupakan salah satu sektor industri perekonomian yang terus berkembang dan berkaitan dengan pertumbuhan e-commerce yang pesat (Irawan dan Lestari, 2024:334).

Perkembangan e-commerce telah merubah gaya hidup masyarakat dalam melakukan aktivitas berbelanja, sehingga permintaan dan kebutuhan pengiriman barang yang dipesan customer secara online. Permintaan pengiriman barang yang banyak mengakibatkan bermunculan perusahaan yang bergerak pada industri ekspedisi. Oleh karena itu, perusahaan yang bergerak dalam bidang ekspedisi bersaing untuk meningkatkan jumlah customer yang menggunakan jasanya. Hal ini, customer mempunyai peran penting dalam industri ini dikarenakan mereka merupakan asset terbesar pada perusahaan ekspedisi (Gumelar dan Jaya, 2024:35).

Perusahaan ekspedisi merupakan sebuah perusahaan yang bergerak pada bidang atau sektor pengiriman barang yang saat ini sedang berkembang sangat pesat dalam dunia bisnis (Kamil dan Haryanto, 2022:836). Perusahaan ekspedisi atau jasa pengiriman barang merupakan salah satu usaha dalam bidang jasa sehingga pelayanan yang baik menjadi salah satu unsur penting dalam bisnis ini. Kualitas pelayanan yang diberikan oleh perusahaan menjadi sebuah penilaian baik dalam bidang jasa ini. Menurut Krisnawati (Cesariana dkk 2022:216), kualitas pelayanan adalah sebuah kemampuan perusahaan dalam pemenuhan harapan-harapan customer atau dapat diartikan sebagai bentuk pelayanan yang customer terima atau alami sudah sesuai dengan harapannya, sehingga kualitas dapat diartikan sudah baik apabila pelayanan yang diberikan sudah memuaskan.

Kepuasan pelanggan dipengaruhi oleh kualitas pelayanan yang diberikan oleh perusahaan. Hal ini sesuai dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Riu dkk, (2023) yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan. Artinya semakin baik kualitas pelayanan maka semakin tinggi pula tingkat kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan. dalam menggunakan sebuah jasa dan produk dari perusahaan tersebut. oleh karena itu, bagi perusahaan jasa dalam memberikan pelayanan kepada pelanggan harus benar-benar memperhatikan kualitas pelayanannya.

Kepuasan pelanggan dalam menikmati pelayanan yang diberikan oleh perusahaan ekspedisi dapat memberikan dampak pelanggan melakukan pembelian ulang dan menjadi

pelanggan yang setia. Selain itu, pelanggan yang merasa puas dengan pelayanan yang diberikan, sehingga juga dapat membantu perusahaan dalam melakukan promosi dengan merekomendasikan ekspedisi yang digunakan (Nuresa dkk, 2021:258). Kepuasan yang dihadirkan oleh perusahaan dalam memberikan pelayanan kepada pelanggan dapat menyebabkan munculnya retensi pelanggan atau komitmen pelanggan dalam melakukan pembelian ulang.

Sebuah perusahaan mampu meningkatkan kepuasan pelanggan yang pada akhirnya dapat menciptakan kesetiaan atau loyalitas pelanggan pada perusahaan yang mampu memberikan itu semua. Menciptakan sebuah kepuasan pelanggan dapat melalui layanan dan inovasi yang dihadirkan oleh perusahaan kepada pelanggannya. Hal ini sesuai dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh fadhli dalam Indriyani dkk, (2023), yaitu pelayanan dan inovasi produk atau layanan berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan, artinya kualitas pelayanan akan memiliki dampak pada pelanggan sehingga nantinya akan berpengaruh pada market share.

Retensi pelanggan ini sangat penting dalam sebuah perusahaan pengiriman barang. Hal ini dikarenakan semakin banyaknya retensi pelanggan maka akan menambah penilaian positif pelanggan terhadap perusahaan tersebut. Retensi pelanggan sendiri merupakan sebuah konsep yang penting pada bidang pemasaran sebuah perusahaan yang mencerminkan keahliannya dalam mempertahankan hubungan jangka panjang dengan pelanggan yang telah melakukan pembelian atau menikmati pelayanan yang telah diberikan (Diniyah dan Hendrayanti, 2023:117).

Retensi pelanggan merupakan salah satu strategi yang harus digunakan oleh perusahaan dengan tujuan mempertahankan pelanggannya dalam jangka waktu yang panjang. Hal ini dikarenakan kegiatan untuk memperoleh pelanggan baru menggunakan biaya lebih besar dibandingkan mempertahankan pelanggan yang lama (Wahyuni dkk, 2022). Retensi pelanggan ini akan muncul apabila adanya loyalitas pelanggan, sehingga perusahaan perlu melakukan upaya dalam mempertahankan pelanggan. Pada kenyataannya, retensi pelanggan sulit dilakukan, dikarenakan adanya pesaing-pesaing baru yang menawarkan pelayanan yang sama dengan kelebihan berbeda dari perusahaan.

Berdasarkan konsep tersebut, menunjukkan bahwa sebuah perusahaan terutama perusahaan yang menawarkan jasa. Salah satu perusahaan yang bergerak dalam bidang jasa pengiriman barang yaitu CV. Sinar Sejahtera.

CV. Sinar Sejahtera merupakan perusahaan yang bergerak pada bidang jasa kendaraan. Perusahaan ini memberikan pelayanan berupa armada yang dapat digunakan oleh perusahaan untuk mengangkut barang pada lokasi tujuan. Berdasarkan bidang yang ditekuni oleh CV. Sinar Sejahtera termasuk kedalam perusahaan ekspedisi atau jasa pengiriman barang, sehingga pelayanan yang harus diutamakan. Oleh karena itu, perlu adanya inovasi pelayanan yang ditawarkan kepada pelanggan agar meningkatkan kepuasan dan retensi pelanggan untuk tetap menggunakan jasa perusahaan tersebut.

Inovasi pelayanan merupakan hal baru yang diciptakan oleh perusahaan atau organisasi dalam proses pelayanannya. Inovasi pelayanan ini bertujuan untuk memperbaiki pelayanan yang disediakan oleh perusahaan untuk memberikan pelayanan yang terbaik bagi pelanggan sehingga dapat tercipta kepuasan dan retensi pelanggan. Inovasi ini diadakan dikarenakan adanya perubahan zaman yang berkembang sangat pesat

dari ilmu pengetahuan dan teknologi. Hal ini dikarenakan adanya perubahan kebiasaan masyarakat dari era tradisional menuju era modernisasi (Pratami dkk, 2023:66).

Inovasi pelayanan disini pada perusahaan yang bergerak pada bidang jasa sangatlah perlu untuk dikembangkan. Hal ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Jaya dkk (2021), yang menyatakan bahwa inovasi layanan berhubungan positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini dikarenakan pembaharuan dalam menerapkan pelayanan dapat memudahkan pelanggan pada saat menggunakan layanan. Selain itu dalam bidang ekspedisi perlu adanya pembaharuan dalam melakukan transaksi pengadaan barang oleh pelanggan. Hal ini berguna untuk memudahkan pelanggan lama dan baru untuk melakukan pemesanan barang sehingga dapat meningkatkan penjualan atau promosi yang dilakukan oleh perusahaan, serta menarik minat pelanggan untuk melakukan pemesanan.

CV. Sinar Sejahtera dalam pratiknya untuk meningkatkan kepuasan pelanggan dan retensi pelanggan dapat dilakukan dengan melakukan inovasi pelayanan yang diberikan. Inovasi ini sangat diperlukan untuk menjaga konsistensi dan pembaharuan pelayanan perusahaan kepada pelanggan, baik pelanggan tetap maupun baru. Perusahaan yang bergerak pada bidang yang sama dengan CV. Sinar Sejahtera sangatlah banyak, sehingga perusahaan harus mempunyai kelebihan dibandingkan dengan perusahaan lainnya. Kelebihan ini dapat diwujudkan melalui inovasi layanan yang dihadirkan oleh perusahaan baik dalam bidang pemesanan maupun jasa yang diberikan kepada pelanggan.

Pelayanan yang diberikan oleh CV. Sinar Sejahtera mempunyai tujuan untuk mendapatkan kepuasan pelanggan bukanlah hal yang mudah, namun sering memperoleh masalah-masalah ketika melakukan pelayanan kepada pelanggan dan menimbulkan ketidakberhasilan perusahaan dalam memuaskan pelanggan. Adapun permasalahan yang biasa dihadapi baik dari perusahaan maupun pelanggan, dimana dalam melakukan pelayanan kepada pelanggan yaitu sistem layanan yang masih birokratis, dan masih berbelit-belit dalam melakukan pelayanan kepada pelanggan.

Selain proses pelayanan juga terdapat permasalahan sumber daya manusia perusahaan yang masih belum mengetahui konsep pentingnya pelanggan terhadap keberhasilan perusahaan, dan kurangnya kemampuan karyawan dalam memberikan kenyamanan kepada pelanggan. Perusahaan jasa khususnya ekspedisi harus mengutamakan kenyamanan dan kemudahan bagi pelanggan agar tetap menggunakan jasa pelayanan sebuah perusahaan sehingga menimbulkan loyalitas pelanggan dan retensi pelanggan.

Pada perusahaan CV. Sinar Sejahtera terdapat sebuah fenomena dimana adanya miskomunikasi antar bagian dalam melakukan pelayanan kepada pelanggan. Miskomunikasi ini menyebabkan pelanggan tidak puas dikarenakan pelayanan yang diberikan mengalami kendala dalam proses pengantaran produk. Hal ini menjadi sebuah penyebab pelanggan tidak menggunakan jasa yang ditawarkan oleh perusahaan CV. Sinar Sejahtera. Selain itu, juga dapat mengurangi promosi yang dilakukan oleh perusahaan dikarenakan pelanggan akan berfikir ulang untuk melakukan pembelian jasa pada perusahaan tersebut.

Banyaknya persaingan yang ketat dan alternative pilihan jasa ekspedisi sehingga pelanggan semakin selektif dalam memilih jasa pengiriman untuk mengantisipasi terjadinya kesalahan pengantaran. Perusahaan dalam melakukan natisipasi hal tersebut memerlukan inovasi pelayanan sehingga dapat menarik pelanggan kembali untuk membeli

jasa yang telah disediakan. Oleh karena itu, dalam mewujudkan kepuasan pelanggan dan retensi pelanggan, pihak perusahaan perlu memperbaiki pelayanan bahkan melakukan pembaharuan atau inovasi layanan yang disediakan.

Persaingan bisnis pada bidang jasa khususnya bidang pengiriman barang (ekspedisi). Dimana perusahaan ini terus berkembang dikarenakan minat pelanggan terhadap pengiriman barang sangatlah tinggi. Apabila perusahaan menginginkan keunggulan dalam bersaing dengan perusahaan-perusahaan lainnya harus dapat memberikan jasa yang berkualitas dan pelayanan yang baik kepada para pelanggannya sehingga membuat pelanggan minat untuk menggunakan jasanya. Hal ini dapat berdampak positif bagi perusahaan untuk meningkatkan kepuasan dan retensi pelanggan.

Penelitian Adnyana, Yulinah, & Primasari (2020) menunjukkan bahwa pertama, masing-masing dimensi kualitas secara langsung berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Kedua, kepuasan pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Selain itu penelitian yang dilakukan oleh Agung Widayanto & Waloejo (2022) menemukan variabel kualitas pelayanan dan inovasi pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan PT. PLN Semarang. Hal ini menunjukkan bahwa semakin baik kualitas pelayanan dan inovasi pelayanan maka akan semakin tinggi tingkat kepuasan pelanggan PT. PLN (Persero) Semarang. Temuan ini menunjukkan bahwa pelanggan yang loyal merupakan pelanggan yang setia membeli suatu produk tertentu yang dianggapnya memberikan nilai dan kepuasan terhadap dirinya. Kepuasan seorang pelanggan tentu dinilai dengan cara yang berbeda, masing-masing pelanggan tentu mempunyai ukuran kepuasan tersendiri. Namun, pelanggan yang merasa puas biasanya akan menjadi pelanggan yang setia.

Dari penelitian sebelumnya yang telah saya uraikan menunjukkan bahwa adanya perbedaan dalam pendekatan dan fokusnya. Penelitian yang saya jalankan mempunyai ciri khas yang membedakannya dari penelitian-penelitian sebelumnya, karena fokus pada analisis mengenai Perusahaan Industri Ekspedisi yaitu CV. Sinar Sejahtera, dengan studi kasus Retensi Pelanggan. Oleh karena itu, dari segi materi dan tahun penelitian, saya menyimpulkan bahwa penelitian ini mempunyai unsur pembaruan baik dari segi isi maupun konteks tahun penelitiannya.

Berdasarkan latar belakang diatas, maka peneliti tertarik untuk mengambil judul penelitian yaitu “Dampak Inovasi Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Retensi Pelanggan Pada Industri Ekspedisi”. Inovasi pelayanan yang terdapat pada industri ekspedisi menjadi hal penting dalam persaingan yang sangat ketat saat ini. Oleh karena itu, peneliti tertarik untuk mengambil judul tersebut

METODE PENELITIAN

Penilaian yang dilakukan oleh peneliti menggunakan metode kuantitatif. Pendekatan kuantitatif adalah metode yang sering dipakai dalam penelitian ilmiah untuk menguji hipotesis, menganalisis hubungan sebab-akibat, serta mengumpulkan dan menganalisis data berdasarkan pengukuran dan statistic. Pendekatan ini didasarkan para paradigm postpositivis, yang menekankan pada objektivitas, analisis empiris, dan pemahaman yang dapat diuji dalam pengembangan ilmu pengetahuan (Emzir, 2009:28).

Objek penelitian dilakukan di CV. Sinar Sejahtera, yang berlokasi di Dusun Pungging, Kabupaten Mojokerto, Jawa Timur, 61384. Populasi dalam penelitian ini adalah Pegawai CV. Sinar Sejahtera dan Pelanggan yang melakukan transaksi. Adapun jumlah

populasi yang terdapat dalam penelitian ini yaitu tidak dapat ditemukan atau tidak terhitung.

Teknik pengambilan sampel yang digunakan oleh peneliti yaitu menggunakan simple random sampling. Adapun penelitian ini dalam menentukan sampel pada penelitian ini menggunakan rumus Lemeshow. Menurut rumus Lemeshow yang digunakan karena jumlah sampel tidak diketahui dan tidak terbatas. Adapun rumus yaitu:

$$n = Z^2 P (1 - P) / d^2$$

Keterangan:

n = ukuran sampel

z = skor z pada kepercayaan 95% = 1,96 p = maksimal estimasi = 0,5

d = sampling error = 10%

Berdasarkan rumus tersebut adapun perhitungannya dalam penelitian ini, yaitu: $n = Z^2 P (1-P) / d^2$

$$n = 1,96^2 \cdot 0,5 (1-0,5) / 0,10^2 = 3,8416 \cdot 0,25 / 0,01$$

$$n = 96,04 = 96 \text{ atau dalam penelitian ini menggunakan } 100 \text{ orang}$$

Berdasarkan penghitungan sampel yang telah dilakukan oleh peneliti dapat diketahui bahwa jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu 100 orang. Oleh karena itu, dalam penelitian ini 100 orang yang dijadikan sampel akan diberikan pertanyaan ataupun kuesioner untuk dijawab.

Teknik pengumpulan data pada penelitian ini yaitu observasi, kuisioner, wawancara, dan dokumentasi. Sumber data yang digunakan pada penelitian ini yaitu 1) Data Primer (Kuisisioner) yang di mana nantinya akan diolah menggunakan aplikasi SPSS ver. 22.0. 2) Data Sekunder (Dokumentasi).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Validitas

1) Uji Validitas Variabel Inovasi Layanan

Tabel 1 Hasil Uji Validitas Inovasi Layanan

No.	Variabel	R hitung	R tabel	Keterangan
1	X1.1	0,633	0,1654	VALID
2	X1.2	0,690	0,1654	VALID
3	X1.3	0,726	0,1654	VALID
4	X1.4	0,805	0,1654	VALID
5	X1.5	0,632	0,1654	VALID

Berdasarkan tabel diatas, dapat diketahui bahwa item X1.1 memperoleh r hitung sebesar 0,633 > 0,1654, artinya variabel X1.1 dinyatakan valid. Pada item X1.2 memperoleh nilai r hitung sebesar 0,690 > 0,1654, artinya variabel X1.2 dinyatakan valid. Item X1.3 memperoleh nilai r hitung sebesar 0,726 > 0,1654, artinya variabel X1.3 dapat dinyatakan valid. Sedangkan pada variabel X1.4 memperoleh nilai r hitung sebesar 0,805 > 0,1654, artinya variabel X1.4 dapat dinyatakan valid. Pada variabel X1.5 memperoleh nilai r hitung sebesar 0,632 > 0,1654, artinya variabel X1.5 dapat dinyatakan valid. Oleh karena itu, dapat diambil kesimpulan bahwa seluruh item variabel inovasi pelayanan dapat dinyatakan valid.

2) Uji Validitas Variabel Kepuasan Pelanggan

Tabel 2 Hasil Uji Validitas Kepuasan Pelanggan

No.	Variabel	R hitung	R tabel	Keterangan
1	X2.1	0,821	0,1654	VALID
2	X2.2	0,794	0,1654	VALID
3	X2.3	0,836	0,1654	VALID
4	X2.4	0,797	0,1654	VALID
5	X2.5	0,845	0,1654	VALID

Berdasarkan tabel diatas, dapat diketahui bahwa item X2.1 memperoleh r hitung sebesar $0,821 > 0,1654$, artinya variabel X2.1 dinyatakan valid. Pada item X2.2 memperoleh nilai r hitung sebesar $0,794 > 0,1654$, artinya variabel X2.2 dinyatakan valid. Item X2.3 memperoleh nilai r hitung sebesar $0,836 > 0,1654$, artinya variabel X2.3 dapat dinyatakan valid. Sedangkan pada variabel X2.4 memperoleh nilai r hitung sebesar $0,797 > 0,1654$, artinya variabel X2.4 dapat dinyatakan valid. Pada variabel X2.5 memperoleh nilai r hitung sebesar $0,845 > 0,1654$, artinya variabel X2.5 dapat dinyatakan valid. Oleh karena itu, dapat diambil kesimpulan bahwa seluruh item variabel kepuasan pelanggan dapat dinyatakan valid.

3) Uji Validitas Variabel Retensi Pelanggan

Tabel 3 Hasil Uji Validitas Variabel Retensi Pelanggan

No.	Variabel	R hitung	R tabel	Keterangan
1	Y1	0,827	0,1654	VALID
2	Y2	0,806	0,1654	VALID
3	Y3	0,818	0,1654	VALID
4	Y4	0,510	0,1654	VALID
5	Y5	0,660	0,1654	VALID

Berdasarkan tabel diatas, dapat diketahui bahwa item Y1 memperoleh r hitung sebesar $0,827 > 0,1654$, artinya variabel Y1 dinyatakan valid. Pada item Y2 memperoleh nilai r hitung sebesar $0,806 > 0,1654$, artinya variabel Y2 dinyatakan valid. Item Y3 memperoleh nilai r hitung sebesar $0,818 > 0,1654$, artinya variabel Y3 dapat dinyatakan valid. Sedangkan pada variabel Y4 memperoleh nilai r hitung sebesar $0,510 > 0,1654$, artinya variabel Y4 dapat dinyatakan valid. Pada variabel Y5 memperoleh nilai r hitung sebesar $0,660 > 0,1654$, artinya variabel Y5 dapat dinyatakan valid. Oleh karena itu, dapat diambil kesimpulan bahwa seluruh item variabel retensi pelanggan dapat dinyatakan valid.

Uji Reliabilitas

1) Uji Reliabilitas Variabel Inovasi Layanan

Tabel 4 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Inovasi Layanan

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.734	5

Berdasarkan tabel diatas, dapat diketahui bahwa nilai Cronbach's Alpha memperoleh nilai 0,734. Hal ini menunjukkan bahwa nilai Cronbach's Alpha pada

variabel inovasi layanan memperoleh sebesar $0,734 > 0,60$, artinya dapat diambil kesimpulan bahwa variabel inovasi layanan dinyatakan reliabel.

2) Uji Reliabilitas Variabel Kepuasan Pelanggan

Tabel 5 Uji Reliabilitas Variabel Kepuasan Pelanggan

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.878	5

Berdasarkan tabel diatas, dapat diketahui bahwa nilai Cronbach's Alpha memperoleh nilai 0,878. Hal ini menunjukkan bahwa nilai Cronbach's Alpha pada variabel kepuasan pelanggan memperoleh sebesar $0,878 > 0,60$, artinya dapat diambil kesimpulan bahwa variabel kepuasan pelanggan dinyatakan reliabel.

3) Uji Reliabilitas Variabel Retensi Pelanggan

Tabel 6 Uji Reliabilitas Variabel Kepuasan Pelanggan

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.771	5

Berdasarkan tabel diatas, dapat diketahui bahwa nilai Cronbach's Alpha memperoleh nilai 0,771. Hal ini menunjukkan bahwa nilai Cronbach's Alpha pada variabel retensi pelanggan memperoleh sebesar $0,771 > 0,60$, artinya dapat diambil kesimpulan bahwa variabel retensi pelanggan dinyatakan reliabel.

Uji Asumsi Klasik

1) Uji Normalitas

Tabel 7 Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.19097184
Most Extreme Differences	Absolute	.066
	Positive	.046
	Negative	-.066
Test Statistic		.066
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data

c. Lilliefors Significance Correction.

d. This is a lower bound of the true significance.

Berdasarkan tabel output SPSS tersebut, dapat diketahui bahwa nilai signifikansi sebesar 0,200, artinya nilai lebih besar dari 0,05. Sehingga berdasarkan pengambilan keputusan dalam uji normalitas menyatakan bahwa dalam penelitian ini telah dinyatakan terdistribusi normal.

2) Uji Multikolinieritas

Tabel 8 Hasil Uji Multikolinieritas

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	5.688	1.622		3.508	.001		
Inovasi_Layanan	.226	.092	.219	2.454	.016	.655	1.526
Kepuasan_Pelanggan	.495	.080	.550	6.156	.000	.655	1.526

a. Dependent Variable: Retensi_Pelanggan

Berdasarkan tabel diatas, dapat diketahui bahwa variabel inovasi layanan (X1) dan variabel kepuasan pelanggan (X2) memperoleh nilai toleranceang sebesar 0,655 lebih besar dari 0,10. Sedangkan nilai VIF pada variabel inovasi layanan dan kepuasan pelanggan memperoleh nilai 1,526 lebih kecil dari 10,00. Oleh karena itu berdasarkan dasar pengambilan keputusan dalam uji multikolinieritas maka dapat disimpulkan bahwa data yang digunakan dalam penelitian ini tidak terjadi gejala multikolinieritas dalam model regresi.

3) Uji Linieritas

Tabel 9 Hasil Uji Linieritas

ANOVA Table

	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Retensi_Pelanggan * Inovasi_Layanan	321.805	12	26.817	3.798	.000
Between Groups	275.284	1	275.284	38.983	.000
Deviation from Linearity	46.522	11	4.229	.599	.825
Within Groups	614.355	87	7.062		
Total	936.160	99			

Berdasarkan tabel diatas, dapat dilihat bahwa F hitung 0,599 dan nilai sig. 0,825. Sesuai dasar pengambilan keputusan bahwa $F_{hitung} 0,599 < F_{tabel} 2,70$, dan nilai sig.

0,825 > 0,05, artinya terdapat hubungan antara variabel dependen dan variabel independen secara signifikan. Oleh karena itu, berdasarkan pengambilan keputusan dalam uji linieritas bahwa pada variabel inovasi layanan dan kepuasan pelanggan terhadap variabel retensi pelanggan.

4) Uji Heteroskedastisitas

Tabel 10 Hasil Uji Heteroskedastisitas

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	3.909	.943		4.145	.000
Inovasi_Layanan	-.128	.054	-.288	-2.377	.019
Kepuasan_Pelanggan	.021	.047	.055	.453	.652

a. Dependent Variable: Abs_RES

Berdasarkan tabel diatas, dapat diketahui bahwa nilai signifikansi pada variabel inovasi layanan memperoleh nilai sig. 0,019 < 0,05, sesuai dengan dasar pengambilan keputusan uji heteroskedastisitas bahwa pada variabel inovasi layanan terjadi gejala heteroskedastisitas. Sedangkan pada variabel kepuasan pelanggan memperoleh nilai sig. 0,652 > 0,05, artinya sesuai dengan dasar pengambilan keputusan bahwa pada variabel kepuasan pelanggan tidak terjadinya gejala heteroskedastisitas.

Uji Regresi Linear Berganda

Tabel 11 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	5.688	1.622		3.508	.001
Inovasi_Layanan	.226	.092	.219	2.454	.016
Kepuasan_Pelanggan	.495	.080	.550	6.156	.000

a. Dependent Variable: Retensi_Pelanggan

Berdasarkan tabel diatas, dapat diketahui persamaan regresi linier berganda, yaitu:

$$Y = 5,688 + 0,226X_1 + 0,495X_2$$

Sesuai dengan persamaan regresi linier diatas, maka peneliti dapat mengambil kesimpulan bahwa:

1. Nilai konstanta a sebesar 5,688, artinya apabila variabel inovasi layanan dan kepuasan pelanggan bernilai konstanta atau tetap, maka variabel retensi pelanggan sebesar 5,688.
2. Nilai koefisien analisis regresi linier berganda pada variabel inovasi layanan yaitu 0,226. Artinya apabila nilai inovasi pelayanan mengalami kenaikan sebesar 1 persen maka retensi pelanggan juga akan meningkat sebesar 0,226 atau 22,6%. Hal ini menunjukkan bahwa inovasi layanan berpengaruh positif terhadap retensi pelanggan

pada industri ekspedisi.

3. Nilai koefisien analisis regresi linier berganda pada variabel kepuasan pelanggan yaitu 0,495. Artinya apabila nilai kepuasan pelanggan mengalami kenaikan sebesar 1 persen maka retensi pelanggan juga akan meningkat sebesar 0,495 atau 49,5%. Hal ini menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan berpengaruh positif terhadap retensi pelanggan pada industri ekspedisi.

Uji Hipotesis

1) Uji t

Tabel 12 Hasil Uji t

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	5.688	1.622		3.508	.001
Inovasi_Layanan	.226	.092	.219	2.454	.016
Kepuasan_Pelanggan	.495	.080	.550	6.156	.000

a. Dependent Variable: Retensi_Pelanggan

Berdasarkan tabel diatas, menunjukkan bahwa nilai t hitung > t tabel pada variabel inovasi layanan yaitu $2,454 > 1,661$ dan nilai signifikansi sebesar $0,016 < 0,05$. Artinya H_0 ditolak dan H_a diterima, sehingga dapat diambil kesimpulan bahwa inovasi layanan berpengaruh terhadap retensi pelanggan pada perusahaan ekspedisi secara parsial dan signifikan. Sedangkan pada variabel kepuasan pelanggan memperoleh nilai t hitung > t tabel yaitu $6,156 > 1,661$ dan nilai signifikansi $< 0,05$ atau $0,000 < 0,05$. Artinya H_0 ditolak dan H_a diterima, sehingga dapat diambil kesimpulan bahwa kepuasan pelanggan berpengaruh terhadap retensi pelanggan pada perusahaan ekspedisi secara parsial dan signifikan.

2) Uji F

Tabel 13 Hasil Uji F

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	460.925	2	230.462	47.040	.000 ^b
	Residual	475.235	97	4.899		
	Total	936.160	99			

a. Dependent Variable: Retensi_Pelanggan

b. Predictors: (Constant), Kepuasan_Pelanggan, Inovasi_Layanan

Berdasarkan tabel diatas, menunjukkan bahwa nilai F hitung sebesar 47,040 dan nilai signifikansi 0,000. Sehingga nilai F hitung > F tabel $47,040 > 3,091$ dan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$, artinya variabel inovasi layanan dan kepuasan pelanggan secara bersama-sama berpengaruh terhadap variabel retensi pelanggan pada perusahaan

ekspedisi. Oleh karena itu, inovasi layanan dan kepuasan pelanggan berdampak pada retensi perusahaan ekspedisi, sehingga perusahaan apabila ingin tetap mempertahankan retensi pelanggan yang telah menggunakan jasa ekspedisinya maka harus melakukan inovasi pelayanan dan kepuasan pelanggan.

3) Uji Koefisien Determinasi

Tabel 14 Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.702 ^a	.492	.482	2.213

a. Predictors: (Constant), Kepuasan_Pelanggan, Inovasi_Layanan

Berdasarkan tabel diatas, dapat diketahui bahwa nilai R Square sebesar 0,492 atau dapat diartikan bahwa inovasi layanan dan kepuasan pelanggan berpengaruh terhadap retensi pelanggan sebesar 49,2%. Sedangkan, 50,8% dipengaruhi oleh faktor diluar variabel yang diteliti dalam penelitian ini.

Pembahasan

H1: Inovasi Layanan Berpengaruh Terhadap Retensi Pelanggan

Berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan oleh peneliti yaitu nilai t hitung > t tabel pada variabel inovasi layanan yaitu 2,454 > 1,661 dan nilai signifikansi sebesar 0,016 < 0,05. Artinya H0 ditolak dan Ha diterima, sehingga dapat diambil kesimpulan bahwa inovasi layanan berpengaruh terhadap retensi pelanggan pada perusahaan ekspedisi secara parsial dan signifikan. Inovasi layanan yang dihadirkan oleh perusahaan akan berpengaruh terhadap retensi pelanggan, dimana retensi ini merupakan mempertahankan pelanggan baru agar tetap menggunakan jasa yang telah disediakan oleh perusahaan.

Inovasi pelayanan merupakan suatu hal yang baru dan bersifat meningkatkan pelayanan yang telah ada. Inovasi pelayanan yang dihadirkan dapat memberikan dampak bagi perusahaan terutama dalam mempertahankan retensi pelanggan. Inovasi pelayanan yang dapat mengikuti trend saat ini dan tetap mempertahankan retensi pelanggan.

H2: Kepuasan Pelanggan Berpengaruh Terhadap Retensi Pelanggan

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti memperoleh nilai t hitung > t tabel yaitu 6,156 > 1,661 dan nilai signifikansi < 0,05 atau 0,000 < 0,05. Artinya H0 ditolak dan Ha diterima, sehingga dapat diambil kesimpulan bahwa kepuasan pelanggan berpengaruh terhadap retensi pelanggan pada perusahaan ekspedisi secara parsial dan signifikan. Kepuasan pelanggan merupakan salah satu hal yang harus diperhatikan oleh perusahaan terutama perusahaan yang bergerak dalam bidang jasa. Hal ini dikarenakan semakin puas pelanggan terhadap pelayanan yang diberikan semakin tinggi pula retensi pelanggan.

Kepuasan pelanggan sendiri merupakan bentuk penilaian konsumen terhadap sebuah produk atau jasa yang digunakan. Adanya kepuasan pelanggan dapat memberikan pengaruh dalam retensi pelanggan, dimana mempertahankan pelanggan termasuk kedalam kegiatan operasional perusahaan yang murah dibandingkan dengan mencari pelanggan baru yang nantinya akan memberikan dampak terhadap biaya operasional yang dikeluarkan. Sehingga memerlukan cara perusahaan dalam memberikan kepuasan kepada pelanggan sehingga pelanggan dapat menceritakan pengalaman memuaskan pelanggan

dapat memberikan dampak positif terhadap retensi pelanggan. Selain itu, juga adanya kepuasan pelanggan juga dapat memberikan dampak positif lainnya misalnya dapat meningkatkan promosi dari mulut kemulut atau (word of mouth).

H3: Inovasi Layanan dan Kepuasan Pelanggan Berpengaruh terhadap Retensi Pelanggan

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti memperoleh nilai F hitung sebesar 36,461 dan nilai signifikansi 0,000. Sehingga nilai F hitung $> F$ tabel $47,040 > 3,091$ dan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$, artinya variabel inovasi layanan dan kepuasan pelanggan secara bersama-sama berpengaruh terhadap variabel retensi pelanggan pada perusahaan ekspedisi. Retensi pelanggan dalam perusahaan jasa terutama pada bidang ekspedisi untuk meningkatkan jumlah pelanggan yang menggunakan jasanya. Inovasi layanan yang diberikan oleh perusahaan dan tingkat kepuasan pelanggan yang tinggi maka akan meningkatkan retensi pelanggan yang dihadirkan.

Inovasi pelayanan yang diberikan perusahaan kepada pelanggan dengan cara meningkatkan pelayanan baik dari kualitas maupun kuantitas dapat memberikan dampak positif bagi retensi pelanggan atau mempertahankan pelanggan yang sudah ada. Selain itu dengan adanya inovasi pelayanan juga dapat memberikan dampak terhadap kepuasan pelanggan, dimana apabila inovasi tersebut dapat memberikan dampak positif bagi pelanggan maka retensi pelanggan dapat menjadi tinggi.

Inovasi pelayanan sama halnya dengan kepuasan pelanggan yang dihadirkan oleh perusahaan dapat memberikan dampak positif bagi retensi pelanggan. Retensi pelanggan sendiri sulit dilakukan apalagi saat ini sudah banyak tersebar perusahaan-perusahaan ekspedisi sejenis dengan memberikan harga yang bersaing dapat menarik pelanggan yang sudah ada. Oleh karena itu, kepuasan pelanggan menjadi hal utama bagi perusahaan ekspedisi.

KESIMPULAN

Kesimpulan dalam penelitian ini yaitu untuk mengetahui dampak inovasi layanan dan kepuasan pelanggan terhadap retensi pelanggan pada perusahaan ekspedisi. Ekspedisi merupakan perusahaan yang bergerak pada bidang jasa pengantaran barang kepada pelanggan secara langsung sehingga untuk menghadirkan retensi pelanggan memerlukan faktor lainnya yaitu inovasi layanan dan kepuasan pelanggan. Adapun hasil penelitian yang diperoleh peneliti, yaitu:

1. Inovasi layanan berdampak positif terhadap retensi pelanggan secara parsial dan signifikan.
2. Kepuasan pelanggan berdampak positif terhadap retensi pelanggan secara parsial dan signifikan.
3. Inovasi layanan dan kepuasan pelanggan berdampak positif terhadap retensi pelanggan secara simultan dan signifikan

Saran

1. Bagi perusahaan

Bagi perusahaan yang bergerak dalam bidang ekspedisi lebih diperhatikan dan dianalisis ulang tentang bagaimana layanan yang selama ini dilaksanakan dan sesuai dengan standar yang telah diberikan. Adanya kepuasan pelanggan maka akan berdampak terhadap retensi pelanggan.

2. Bagi penelitian selanjutnya

Bagi penguji berikutnya diinginkan bisa memeriksa komponen lain yang diduga berdampak terhadap retensi pelanggan dalam ruang lingkup dengan memperhatikan faktor eksternal untuk meningkatkan retensi pelanggan dengan jumlah populasi yang lebih luas sampai perhitungan riset dapat lebih akurat

DAFTAR PUSTAKA

- Adnyana, I Made., Yulianah., & Primasari, Agustiya Hutri. (2020). Analysis of the Effect of Service Quality on Customer Loyalty in Mediation by Customer Satisfaction at LOKA Supermarket Cibubur. *International Journal of Science and Society*, 2(4), 147-158.
- Agung, Vanny., Widayanto., & Waloejo, Handojo Djoko. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Inovasi Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan PT. PLN (Persero) Kota Semarang. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 11(4), pp. 694-700.
- Arifudin, Opan., Juhadi., Tanjung, Rahman., & Hendar. (2020). Pendampingan Peningkatan Inovasi Produk Makanan Khas Subang Jawa Barat. *Jurnal Masyarakat Mandiri*, 4(6), 1094-1106.
- Arsyad, Muh Rezky Pangeran Syafar. (2023). Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Mirai Management*, 8(2), 183-197.
- Aulia, Fikri., & Hidayat, Toni. (2021). Pengaruh Modal dan Inovasi terhadap Kinerja UMKM Kain Perca di Kecamatan Medan Denai. *Jurnal Bisnis Net*, 4(2), 119-132.
- Azqari, Dhifty Syafidhal. (2023). Pengaruh Inovasi Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan dengan Kepuasan Pelanggan sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus pada Pengguna Jasa SiCepat). Skripsi. Jakarta: Universitas Negeri Syarif Hidayatullah.
- Cesariana, Carmelia., Juliansyah, Fadlan., & Fitriyani, Rohani. (2022). Model Keputusan Pembelian Melalui Kepuasan Konsumen pada Marketplace: Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan (Literature Review Manajemen Pemasaran). *Jurnal Manajemen Pendidikan dan Ilmu Sosial*, 3(1), 211-224.
- Claudya, Marissa., Suryani, Wan., & Parulian, Tohap. (2020). Pengaruh Sistem Pemasaran Kewirausahaan Terhadap Keunggulan Bersaing dan Inovasi pada UKM Kuliner Kota Medan. *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis*, 1(2), 8-18.
- Darmawan, Didit., Arifin, Samsul., & Purwanto, Fajar. (2020). Studi Tentang Persepsi Nilai, Kepuasan, dan Retensi Pelanggan Kapal Penyeberangan Ujung-Kamal. *Jurnal Baruna Horizon*, 3(1), 198-209.
- Diniyati, Khamilatul., & Hendrayanti, Silvia. (2023). Pengaruh Komitmen, Kepercayaan, dan Kepuasan Terhadap Retensi Pelanggan di ATMO Second Susukan. *Seminar International dan Call for papers 2023, Sekolah Tinggi Ilmu ekonomi, Semarang*.
- Fadhli, Khotim., Komari, Moch., Rahmatika, Arivatu Ni'mati., & Ismail, Ahmad Nur. (2021). Pengaruh Pelayanan dan Inovasi Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan CV. AFKO Group Jombang. *Jurnal Inovasi Penelitian*, 2(3), 855-863.
- Farhan, Akhmad. (2023). Inovasi Pelayanan Publik pada pemerintah Daerah di Indonesia. *Jurnal Inovasi Kebijakan*, 7(2), 111-123.
- Fitriani, Erni., Yusup, Arif Maulana., Nurhikmat, Asep., & Risuna, Irham. (2022). Determinasi Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Pelanggan dengan Harga dan Kualitas Produk :Literature Review. *Kajian & Riset Manajemen Profesional*, 13(2), 75-86.
- Gumelar, Agung., & Jaya, Umban Adi. (2024). Pengaruh Penerapan Customer Relationship Management (CRM) Terhadap Loyalitas Pelanggan Studi pada Perusahaan Jasa Ekspedisi J&T Express. *Jurnal Pertumbuhan Ekonomi (JPE)*, 8(6), 34-42.

- Hia, Agustus Martinus., Ali, Hapzi., & Sumartyo, Fransiskus Dwikotjo Sri. (2022). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Penjualan: Analisis Kualitas Pelayanan, Inovasi Produk dan Kepuasan Konsumen (Literature Review). *Jurnal Ilmu Multidisiplin*, 1(2), pp. 368-379.
- Indriyani, Susi., Yusda, Desi Derina., & Helmita. (2023). Pengaruh Pelayanan dan Inovasi Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Geprek Benu Lampung. *Jurnal Ekonomi, Keuangan dan Bisnis*, 8(1), pp.59-67.
- Irawan, Grace Berliana., & Lestari, Sri. (2024). Strategi Sukses dalam Menghadapi Tantangan Logistik pada Perusahaan Ekspedisi CV Sinar Sejahtera. *Jurnal Ekonomi, Sejahtera dan Akuntansi*, 2(6), 333-339.
- Jaya, Akbar Indra., Manggabarani, Alfatih S., & Yuliniar. (2021). Pengaruh Inovasi Produk, Inovasi Layanan, dan Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan PT. Pegadaian Melalui Kepuasan sebagai Variabel Interven. *Prosiding Biema Business Managemet, Economic, and Accounting Nasional Seminar*, Vol. 2, pp. 365-378.
- Kamila, Meiliana., & Haryanto, Imam. (2022). Tanggung Jawab Hukum Perusahaan Ekspedisi atas Hilangnya Barang Konsumen. *Jurnal USM Law Review*, 5(2),832-849.
- Maysara., & As'ari, Hasim. (2021). Inovasi Pelayanan Publik Melalui Sistem Aplikasi Potensi Investasi (SIAP) di Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Kota Dumai. *Jurnal Manajemen dan Ilmu Administrasi Publik*, 3(3),215-226.
- Nataya, Deha Vita., & Yudianto, Kifni. (2022). Pengaruh Inovasi Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Garuda Indonesia di Bandar Udara International Yogyakarta. *Religius Education Social Laa Roiba Journal*, 4(6), pp. 1715-1724.
- Nuresa, Yufi., AY, Burhanudin., & DPW, Ida Aryati. (2021). Kepuasan Pelanggan Ditinjau dari Kualitas Pelayanan, Kepercayaan dan Inovasi Produk. *Jurnal Ilmiah Edunomika*, 5(1), 257-265.
- Nurhadi. (2020). Konsep Pelayanan Perspektif Ekonomi Syariah. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 2(2), 137-150.
- Pratami, Mirna., Ranbilal, Rio., Marezka., Wahyudin, Cecep., & Salbiah, Euis. (2023). Strategi Inovasi Pelayanan Perubahan Data Kartu Keluarga Berbasis Online. *Karimah Tauhid*, 2(1), 60- 75.
- Puspitasari, Reny., & Arianti, Silvi Dwi. (2023). Peran Mediasi Kepuasan dalam Pengaruh Inovasi Produk dan Store Atmosphere terhadap Loyalitas Pelanggan. *JSHP*, 7(2), pp. 110-121.
- Riu, Julinha Betty Guterres., Udayana, IBN., & Hutai, Lusua Tria Hatmanti. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk dan Inovasi Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan “Scarlett Whitening”. *Journal of Islamic Education Management*, 3(2), pp. 240-256.
- Suparman., & Nurahmad, Muhammad. (2022). Inovasi Leksikal Apokope Sinkope Bahas Tae dan Bahasa Wotu. *Jurnal Pendidikan Bahasa dan Sastra*, 2(4), 433-437.
- Wahyuni, Dwi Sri., Sunarya, Erry., & Norisanti, Nor. (2022). Analisis Retensi Pelanggan dan Switching Costs Terhadap Loyalitas Pelanggan INDIHOME. *Journal of Management and Bussines*, 4(1), pp.99-107.
- Yam, Jim Hoy., & Taufik, Ruhiyat. (2021). Hipotesis Penelitian Kuantitatif. *Jurnal Ilmu Administrasi*, 3(2), 96-102.
- Zahara, R. (2020). Pengaruh kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan dengan kepuasan pelanggan sebagai variabel intervening. *Jurnal Manajemen Strategi Dan Aplikasi Bisnis*, 3(1), 31–38.