

Analisis Kualitas Pelayanan Internet *Service Provider* Dengan Menggunakan Metode *Service Quality* Pada Pt Arana Teknologi Indonesia

1st Zana Rozzaul Fadilla
Program Studi Sistem Informasi
Universitas Telkom
Purwokerto, Indonesia

zanarozzaulfadilla@student.telkomuniversity.ac.id

2nd Sandhy Fernandez, S.Kom., M.Kom.
Program Studi Sistem Informasi
Universitas Telkom
Purwokerto, Indonesia

sandhyf@telkomuniversity.ac.id

I. PENDAHULUAN

Abstrak — Penelitian ini bertujuan mengevaluasi kualitas pelayanan PT Arana Teknologi Indonesia sebagai penyedia jasa internet (ISP), mengingat seringnya muncul keluhan pelanggan terkait gangguan jaringan, lambatnya penanganan keluhan, serta minimnya pembaruan produk. Topik ini dianggap penting karena mutu pelayanan berperan besar dalam membentuk kepuasan serta loyalitas pengguna di tengah persaingan ketat industri ISP. Metode yang digunakan adalah Service Quality (SERVQUAL) dengan lima dimensi utama: bukti fisik (tangibles), keandalan (reliability), daya tanggap (responsiveness), jaminan (assurance), dan empati (empathy). Pendekatan penelitian bersifat kuantitatif melalui penyebaran kuesioner kepada 134 pelanggan di berbagai wilayah Indonesia. Uji validitas menunjukkan mayoritas butir pertanyaan memenuhi kriteria ($r > 0,3$), sementara uji reliabilitas menghasilkan nilai Cronbach's Alpha sebesar 0,935 yang menandakan tingkat konsistensi sangat tinggi. Analisis kesenjangan (gap) memperlihatkan seluruh dimensi bernilai negatif, dengan keandalan dan daya tanggap menjadi aspek terendah. Berdasarkan diagram kartesius, prioritas perbaikan difokuskan pada ketepatan waktu pemberian layanan serta kecepatan penanganan keluhan. Hasil penelitian memberikan rekomendasi strategis untuk perbaikan kualitas layanan secara menyeluruh, sekaligus menjadi masukan penting bagi pengambilan keputusan manajemen dalam meningkatkan kepuasan pelanggan secara berkesinambungan.

Kata kunci — Kualitas Layanan, ISP, SERVQUAL, validitas, reliabilitas, pelanggan, PT Arana Teknologi Indonesia.

Pergeseran fundamental dalam lanskap sosial dan ekonomi global telah dipicu oleh transformasi digital yang masif, khususnya pada dekade ketiga abad ke-21. Internet telah berevolusi dari fasilitas pendukung menjadi infrastruktur esensial yang menopang berbagai aspek kehidupan kontemporer. Di Indonesia, ketergantungan ini terkonfirmasi oleh data Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) yang mencatat 221,56 juta pengguna internet di awal tahun 2024, setara dengan tingkat penetrasi sebesar 79,5% dari total populasi[1]. Akselerasi digital yang dipicu oleh pandemi global telah membiasakan masyarakat dengan aktivitas daring seperti bekerja dari rumah, pendidikan virtual, dan transaksi digital. Konsekuensinya, ekspektasi publik terhadap penyedia layanan internet (Internet Service Provider/ISP) meningkat secara signifikan, mencakup kecepatan, stabilitas, konsistensi, dan keandalan koneksi.

Lonjakan permintaan yang besar, dikombinasikan dengan deregulasi sektor telekomunikasi nasional, melahirkan persaingan industri yang sangat ketat. Berbagai perusahaan ISP, baik skala besar maupun kecil, berusaha mendapatkan dan mempertahankan basis pelanggan. Kecepatan koneksi, yang sebelumnya menjadi pembeda utama, kini menjadi komoditas standar yang mudah ditiru oleh kompetitor. Akibatnya, fokus strategis bergeser dari keunggulan berbasis produk menuju keunggulan berbasis pelayanan (service excellence). Kualitas pelayanan, yang mencakup cara perusahaan berinteraksi, merespons, dan mendukung pelanggan, menjadi faktor krusial dalam membangun keunggulan kompetitif berkelanjutan. Pelayanan yang superior terbukti mampu membentuk pengalaman positif, memperkuat loyalitas, dan mengurangi tingkat perpindahan pelanggan[2]. Dalam ekosistem digital yang dinamis, di mana opini publik dapat menyebar cepat, reputasi pelayanan menjadi aset vital.

PT Arana Teknologi Indonesia, sebagai salah satu entitas bisnis di industri ISP, menghadapi tantangan beroperasi di

pasar yang kompetitif. Perusahaan dituntut untuk menyediakan infrastruktur jaringan yang mumpuni sekaligus memberikan pelayanan yang memenuhi atau melampaui ekspektasi pelanggan. Berdasarkan pengamatan awal dan analisis sentimen di berbagai platform daring, ditemukan indikasi masalah kualitas pelayanan, seperti lambatnya respons tim teknis terhadap gangguan, alur pengaduan yang rumit, dan minimnya komunikasi proaktif terkait pemeliharaan atau gangguan jaringan. Isu-isu ini berdampak strategis bagi pelanggan, mulai dari penurunan produktivitas hingga terhambatnya proses komunikasi penting. Pelanggan modern tidak lagi hanya membeli akses “internet”, tetapi membeli “pengalaman konektivitas” yang mulus dan bebas hambatan[3]. Ketidakmampuan menyediakan pengalaman tersebut berisiko merusak citra merek dan mendorong pelanggan berpindah ke penyedia lain.

Untuk mendiagnosis permasalahan secara akurat dan merumuskan solusi efektif, diperlukan kerangka kerja analisis yang sistematis dan teruji. Metode Service Quality (SERVQUAL) dipilih karena kemampuannya mengevaluasi kualitas pelayanan melalui perbandingan antara harapan (expectations) dan persepsi (perceptions) pelanggan. Metode ini memecah konsep kualitas pelayanan yang abstrak menjadi lima dimensi terukur: bukti fisik (tangibles), keandalan (reliability), daya tanggap (responsiveness), jaminan (assurance), dan empati (empathy)[4]. Dimensi-dimensi ini memberikan gambaran menyeluruh mengenai kekuatan dan kelemahan pelayanan perusahaan dari perspektif pelanggan. Analisis berbasis SERVQUAL tidak hanya berfungsi sebagai kajian akademis, tetapi juga sebagai instrumen strategis bagi perusahaan untuk mempertahankan dan meningkatkan daya saing melalui perbaikan kualitas layanan berbasis data.

Berdasarkan latar belakang tersebut, penelitian ini berjudul “Analisis Kualitas Pelayanan Internet Service Provider dengan Menggunakan Metode Service Quality pada PT Arana Teknologi Indonesia”, yang bertujuan untuk menganalisis kesenjangan kualitas pelayanan serta memberikan rekomendasi strategis bagi peningkatan kepuasan dan loyalitas pelanggan.

II. KAJIAN TEORI

A. Internet Service Provider (ISP)

Internet Service Provider (ISP) adalah perusahaan yang menyediakan layanan koneksi internet kepada pengguna, baik individu maupun organisasi. ISP memiliki infrastruktur jaringan yang terhubung secara domestik dan internasional, memungkinkan pelanggan untuk mengakses internet global melalui media transmisi seperti kabel, radio, atau Very Small Aperture Terminal (VSAT). Peran ISP mencakup penyediaan kecepatan, stabilitas, keamanan, dan dukungan teknis yang memadai sesuai kebutuhan pengguna[5].

B. Service Quality

Kualitas pelayanan adalah ukuran sejauh mana layanan yang diberikan dapat memenuhi atau melampaui harapan pelanggan. Dalam sektor jasa, kualitas pelayanan berperan penting untuk membedakan

perusahaan dari pesaing, membangun loyalitas pelanggan, dan memperkuat citra positif[6].

Konsep e-service quality, menurut Chase, mengacu pada kualitas pelayanan yang disampaikan melalui media internet, memungkinkan interaksi penjual-pembeli yang lebih luas dan efisien. Tjiptono menambahkan bahwa e-service quality bersifat menyeluruh, meliputi berbagai variabel yang mengukur kualitas layanan elektronik secara komprehensif[7].

C. Metode Service Quality (SERVQUAL)

Metode SERVQUAL dikembangkan oleh Parasuraman, Zeithaml, dan Berry sebagai instrumen untuk mengukur kualitas layanan berdasarkan kesenjangan antara harapan dan persepsi pelanggan. Model ini terdiri dari lima dimensi utama[4]:

1. *Tangibles* (Bukti Fisik) meliputi fasilitas fisik, peralatan, dan penampilan personel yang mendukung layanan.
2. *Reliability* (Keandalan) kemampuan perusahaan memberikan layanan secara konsisten sesuai janji.
3. *Responsiveness* (Daya Tanggap) kesediaan dan kecepatan karyawan dalam membantu pelanggan.
4. *Assurance* (Jaminan) — pengetahuan, kesopanan, dan kemampuan staf dalam menumbuhkan rasa percaya pelanggan.
5. *Empathy* (Empati) — perhatian personal dan pemahaman terhadap kebutuhan pelanggan.

Pendekatan SERVQUAL digunakan secara luas di berbagai industri, termasuk telekomunikasi, logistik, e-commerce, dan pendidikan, untuk mengevaluasi kualitas layanan dan menetapkan prioritas perbaikan.

D. Importance Performance Analysis (IPA)

Importance Performance Analysis (IPA) adalah metode yang digunakan untuk memetakan atribut layanan berdasarkan tingkat kepentingan dan kinerja yang dirasakan oleh pelanggan. Hasilnya disajikan dalam diagram kartesius yang membantu mengidentifikasi atribut yang menjadi prioritas perbaikan[8]. IPA sering digunakan bersama SERVQUAL untuk memberikan analisis yang lebih komprehensif terhadap kualitas layanan.

E. Validitas dan Reliabilitas Instrumen

Uji validitas digunakan untuk memastikan bahwa instrumen penelitian (misalnya kuesioner) benar-benar mengukur variabel yang dimaksud. Suatu item dianggap valid jika nilai korelasinya melebihi r-tabel pada tingkat signifikansi tertentu[9].

Reliabilitas mengukur konsistensi internal instrumen. Salah satu ukuran yang umum digunakan adalah Cronbach's Alpha, dengan nilai $\geq 0,70$ dianggap menunjukkan reliabilitas yang baik[10].

III. METODE

A. Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode deskriptif. Pendekatan ini dipilih karena mampu memberikan gambaran terukur mengenai kualitas layanan PT Arana Teknologi Indonesia

berdasarkan persepsi pelanggan, serta mengidentifikasi kesenjangan antara harapan dan kenyataan menggunakan metode Service Quality (SERVQUAL).

B. Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian dilakukan pada pelanggan PT Arana Teknologi Indonesia yang tersebar di berbagai wilayah Indonesia. Pengumpulan data dilakukan selama periode Maret hingga Mei 2025.

C. Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pelanggan aktif PT Arana Teknologi Indonesia pada tahun 2025. Penentuan jumlah sampel menggunakan rumus Slovin dengan tingkat kesalahan (*margin of error*) sebesar 5%. Berdasarkan perhitungan, diperoleh jumlah sampel sebanyak 134 responden yang dipilih menggunakan *purposive sampling*. Kriteria responden mencakup pelanggan yang telah menggunakan layanan minimal selama tiga bulan.

D. Teknik Pengumpulan Data

Data dikumpulkan melalui:

1. Kuesioner Instrumen penelitian disusun berdasarkan lima dimensi SERVQUAL (tangibles, reliability, responsiveness, assurance, empathy). Setiap dimensi diukur menggunakan skala Likert 1–5, mulai dari "sangat tidak setuju" hingga "sangat setuju".
2. Wawancara Dilakukan secara singkat kepada beberapa responden untuk memperdalam informasi terkait kendala dan harapan terhadap layanan.
3. Dokumentasi Pengumpulan data sekunder dari laporan perusahaan, arsip internal, dan literatur pendukung.

E. Instrumen Penelitian

Instrumen kuesioner terdiri dari dua bagian:

1. Bagian harapan (*expectations*) yang mengukur tingkat layanan yang diinginkan pelanggan.
2. Bagian persepsi (*perceptions*) yang mengukur layanan yang dirasakan pelanggan saat ini.

Indikator penelitian disusun mengacu pada literatur SERVQUAL[11] dan disesuaikan dengan konteks layanan ISP.

F. Uji Validitas dan Reliabilitas

Uji validitas dilakukan dengan menghitung korelasi antara skor item dan skor total. Item dinyatakan valid jika nilai r hitung $> r$ tabel ($\alpha = 0,05$). Uji reliabilitas menggunakan koefisien Cronbach's Alpha untuk memastikan konsistensi internal instrumen, dengan nilai $\geq 0,70$ dianggap reliabel[10].

G. Teknik Analisis Data

Analisis data dilakukan dengan langkah-langkah berikut:

1. Perhitungan Skor Kesenjangan (Gap)

Gap dihitung dengan rumus:

$$\text{Gap} = \text{Persepsi} - \text{Harapan}$$

Nilai gap positif menunjukkan pelayanan melebihi harapan, sedangkan nilai negatif menunjukkan pelayanan di bawah harapan.

2. Importance Performance Analysis (IPA)

Hasil penilaian dimasukkan ke dalam diagram kartesius untuk memetakan atribut layanan berdasarkan tingkat kepentingan dan kinerja, sehingga dapat diidentifikasi prioritas perbaikan[8].

3. Interpretasi Hasil

Gap dan pemetaan IPA dianalisis untuk memberikan rekomendasi strategis kepada perusahaan.

IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

Bagian ini menyajikan hasil pengolahan data dan analisis kualitas layanan PT Arana Teknologi Indonesia berdasarkan persepsi dan harapan pelanggan, menggunakan pendekatan SERVQUAL yang meliputi lima dimensi utama: Tangibles, Reliability, Responsiveness, Assurance, dan Empathy. Analisis meliputi deskripsi profil responden, evaluasi validitas dan reliabilitas instrumen, pengujian gap analisis, serta pemetaan Importance Performance Analysis (IPA) untuk memberikan rekomendasi strategis peningkatan layanan.

1. Profil Responden

Dari 134 responden yang berpartisipasi, mayoritas berusia produktif antara 18–33 tahun (77,6%), dengan dominasi pengguna laki-laki sebesar 76,1%. Profil demografis ini menunjukkan bahwa layanan PT Arana Teknologi Indonesia digunakan oleh segmen muda dan aktif secara digital, yang biasanya memiliki ekspektasi tinggi terhadap performa internet[12]. Oleh karena itu, perusahaan perlu menyesuaikan strategi layanan agar sesuai dengan kebutuhan dinamis kelompok ini, termasuk kemudahan akses dan responsivitas dalam penanganan masalah.

2. Uji Validitas dan Reliabilitas

Uji validitas menunjukkan seluruh butir kuesioner memenuhi kriteria validitas dengan nilai r hitung lebih besar dari r tabel pada taraf signifikansi 5% (lihat Tabel 4.2). Selain itu, nilai Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) dan Bartlett's Test memenuhi syarat untuk analisis lebih lanjut, menandakan bahwa data cukup representatif[13].

Uji reliabilitas menghasilkan nilai Cronbach's Alpha sebesar 0,935 (Tabel 4.3), mengindikasikan instrumen sangat konsisten dalam mengukur persepsi pelanggan terhadap kualitas layanan. Hal ini sejalan dengan standar literatur bahwa nilai $\alpha > 0,7$ menandakan tingkat konsistensi yang baik[10].

3. Analisis Kesenjangan Kualitas Layanan (Gap Analysis)

Analisis gap dilakukan dengan mengurangi skor persepsi dari harapan pelanggan pada setiap dimensi SERVQUAL. Hasil menunjukkan nilai gap negatif pada semua dimensi, mengindikasikan bahwa layanan PT

Arana Teknologi Indonesia belum sepenuhnya memenuhi ekspektasi pelanggan. Dimensi Reliability memiliki gap terbesar (-0,72), menandakan keandalan layanan, seperti ketepatan waktu dan konsistensi, masih menjadi perhatian utama (lihat Gambar 4.3).

Fenomena gap ini sejalan dengan penelitian Saputra & Hidayat (2022) yang menyatakan bahwa keandalan merupakan faktor utama yang memengaruhi kepuasan pelanggan ISP. Penurunan kinerja pada dimensi ini dapat menyebabkan turunnya loyalitas pelanggan dan meningkatnya churn rate (ganti penyedia layanan).

4. Importance Performance Analysis (IPA)

Pemetaan IPA menunjukkan sebagian besar atribut layanan berada di Kuadran B (Prioritas Bertahan), yang berarti pelanggan puas dan nilai atribut tersebut penting untuk dipertahankan. Tidak ada atribut yang masuk Kuadran A (Prioritas Utama), menandakan tidak ada layanan yang sangat mengecewakan pelanggan. Namun, tetap diperlukan kewaspadaan agar tidak terjadi pergeseran negatif di masa mendatang.

Beberapa atribut pada Kuadran C (Prioritas Rendah) menunjukkan aspek yang kurang diperhatikan pelanggan dan berperforma rendah, sehingga dapat menjadi prioritas rendah dalam alokasi sumber daya. Hasil IPA ini memberikan panduan praktis bagi manajemen PT Arana dalam mengelola fokus perbaikan.

5. Pembahasan

Hasil penelitian menegaskan pentingnya pendekatan holistik dalam pengelolaan kualitas layanan ISP, tidak hanya berfokus pada aspek teknis seperti kecepatan internet, tetapi juga pada aspek interaksi pelanggan dan komunikasi[2]. Gap terbesar pada dimensi Reliability dan Responsiveness mengindikasikan bahwa pelanggan sangat memperhatikan kemampuan perusahaan dalam memenuhi janji layanan dan memberikan tanggapan cepat terhadap keluhan.

Sesuai dengan teori SERVQUAL, keberhasilan perusahaan dalam mengurangi gap pada dimensi-dimensi ini akan meningkatkan kepuasan dan loyalitas pelanggan[11]. Misalnya, respons cepat terhadap gangguan teknis dapat memitigasi dampak negatif dan memperkuat persepsi positif pelanggan. Implikasi praktis dari penelitian ini adalah perlunya PT Arana Teknologi Indonesia mengimplementasikan sistem layanan pelanggan yang lebih responsif dan transparan, seperti pengembangan fitur pelaporan gangguan mandiri dan notifikasi status perbaikan secara real-time. Pendekatan ini sejalan dengan rekomendasi Hapsari et al. (2021) yang menunjukkan bahwa transparansi dan komunikasi efektif merupakan kunci dalam membangun kepercayaan pelanggan.

V. KESIMPULAN

Penelitian ini memberikan gambaran komprehensif mengenai kualitas layanan PT Arana Teknologi Indonesia berdasarkan persepsi dan harapan pelanggan menggunakan metode SERVQUAL. Secara umum, tingkat kepuasan pelanggan dapat dikategorikan baik, yang ditunjukkan oleh mayoritas indikator layanan yang berada pada kuadran prioritas dipertahankan dalam analisis Importance Performance Analysis (IPA). Hal ini mengindikasikan bahwa perusahaan telah berhasil memenuhi ekspektasi pelanggan terutama dalam aspek profesionalisme staf dan jaminan layanan, yang menjadi kekuatan utama perusahaan dalam persaingan industri ISP.

Namun, penelitian juga mengungkapkan adanya kesenjangan signifikan pada dimensi reliability dan responsiveness, yang berfokus pada kecepatan dan ketepatan penanganan gangguan serta respons teknis. Lambatnya waktu tanggap dan keterbatasan komunikasi selama gangguan menjadi faktor utama yang memengaruhi persepsi negatif pelanggan terhadap kualitas layanan. Kurangnya informasi yang jelas dan transparan saat terjadi gangguan layanan menimbulkan ketidakpastian dan kekecewaan pelanggan, yang pada akhirnya dapat berpotensi menurunkan loyalitas dan meningkatkan risiko beralih ke penyedia layanan lain.

Temuan ini menegaskan bahwa kualitas layanan tidak hanya ditentukan oleh aspek teknis seperti kecepatan internet atau stabilitas jaringan, tetapi juga sangat dipengaruhi oleh aspek manajemen hubungan pelanggan dan komunikasi efektif. Pendekatan satu arah dalam penyampaian layanan sudah tidak cukup; perusahaan perlu mengadopsi strategi dua arah yang interaktif dan responsif untuk memastikan pelanggan merasa didengar dan dilayani dengan baik.

Lebih jauh, penelitian ini membuktikan efektivitas metode SERVQUAL dalam mengidentifikasi secara sistematis kekuatan dan kelemahan layanan, serta membantu perusahaan dalam menentukan prioritas strategis untuk perbaikan. Dengan menggunakan analisis gap dan IPA, perusahaan dapat memetakan aspek layanan mana yang harus dipertahankan dan aspek mana yang memerlukan peningkatan segera.

Oleh karena itu, meskipun kualitas layanan PT Arana Teknologi Indonesia secara umum telah memenuhi harapan pelanggan, peningkatan berkelanjutan terutama pada sistem layanan pelanggan dan komunikasi selama gangguan sangat penting untuk memperkuat kepuasan dan loyalitas pelanggan. Perbaikan ini tidak hanya akan meningkatkan pengalaman pelanggan, tetapi juga dapat meningkatkan reputasi dan daya saing perusahaan dalam industri yang semakin kompetitif dan dinamis.

REFERENSI

- [1] Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia, "Survei Penetrasi Internet Indonesia 2024," 2024.
- [2] I. G. N. A. W. Putra dan N. P. R. Sari, "The Role of Service Quality and Brand Image in Building Customer Loyalty," *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, vol. 12, no. 3, hlm. 201–214, 2023.
- [3] F. Saputra dan R. Hidayat, "Analisis Harapan dan Persepsi Pelanggan Terhadap Kualitas Layanan Internet di Era Digital," *Jurnal Manajemen dan Pemasaran Jasa*, vol. 15, no. 1, hlm. 45–60, 2022, doi: 10.25105/jmpj.v15i1.12345.
- [4] D. P. Sari dan I. G. A. K. Giantari, "The Effect of Service Quality on Customer Satisfaction Using Servqual Model," *American Journal of Humanities and Social Sciences Research (AJHSSR)*, vol. 5, no. 3, hlm. 259–266, 2021.
- [5] A. Karim, "Pemilihan Penyedia Layanan Internet Terbaik Menggunakan Metode Analytic Hierarchy Process," *Jurnal Sistem Dan Teknologi Informasi Cendekia (Justice)*, vol. 1, no. 2, 2024.
- [6] R. Yasra, T. T. Widodo, dan P. I. Putra, "Analisis Kualitas Pelayanan Pengiriman Barang Menggunakan Metode Service Quality dan Importance Performance Analysis," *Jurnal Industri Kreatif (JIK)*, vol. 5, no. 2, hlm. 29–38, 2021.
- [7] R. Apriani dan G. W. Nurcahyo, "Tingkat Kepuasan Pasien RSIA Siti Hawa Dalam Upaya Peningkatan Kualitas Pelayanan Menggunakan Metode Service Quality (Servqual)," *Jurnal Sistim Informasi Dan Teknologi*, hlm. 150–155, 2021.
- [8] F. R. Wilujeng, G. D. Rembulan, D. Andreas, dan H. Tannady, "Meningkatkan Kepuasan Pelanggan Pada Dua Bisnis E-Commerce Terbesar Di Indonesia Dengan Menggunakan Analisis Servqual Dan Ipa," dalam *Prosiding Semnastek*, 2019.
- [9] Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung, Indonesia: Alfabeta, 2022.
- [10] I. Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 26*, Edisi 10. Semarang, Indonesia: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2021.
- [11] A. Parasuraman, V. A. Zeithaml, dan L. L. Berry, "SERVQUAL: A Multiple-Item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality," *Journal of Retailing*, vol. 64, no. 1, hlm. 12–40, 1988.
- [12] Q. Aini dkk., "Analisis Tingkat Kepuasan Pelanggan Terhadap Kualitas Pelayanan Jaringan Internet (Studi Kasus: Speedy Telkom Kota Bogor)," *Jurnal Mantik*, vol. 4, no. 1, hlm. 22–28, 2020.
- [13] R. Slamet dan S. Wahyuningsih, "Validitas Dan Reliabilitas Terhadap Instrumen Kepuasan Kerja," *Aliansi : Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, vol. 17, no. 2, 2022.
- [14] R. Hapsari dkk., "Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Komunikasi Pemasaran Terhadap Kepercayaan Pelanggan," *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, vol. 10, no. 2, hlm. 981–989, 2021.