

Pengaruh layanan purna jual terhadap loyalitas konsumen pada dealer Yamaha JG Purwakarta

Dewi Mulyani¹ · Peringatan Waruwu²

Accepted: 15 November 2023 / Published online: 05 Desember 2023

Abstrak

Tujuan: tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui: 1) Gambaran layanan purna jual pada dealer Yamaha JG Purwakarta; 2) Gambaran loyalitas konsumen pada dealer Yamaha JG Purwakarta; dan 3) Seberapa besar pengaruh layanan purna jual terhadap loyalitas konsumen pada dealer Yamaha JG Purwakarta.

Metodologi/Pendekatan: Penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dengan data yang diperoleh menggunakan metode survei dan data sekunder dengan pendekatan kuantitatif yang melibatkan 96 responden. Uji regresi linear sederhana dilakukan dalam menganalisis data yang telah terkumpul menggunakan perangkat lunak SPSS v.25

Hasil: Hasil penelitian mengungkapkan bahwa tanggapan responden layanan purna jual adalah sebesar 72,26%, sedangkan keadaan loyalitas konsumen adalah sebesar 69,4%. Besarnya pengaruh layanan purna jual adalah sebesar 17% sedangkan sisanya 83% dipengaruhi oleh variabel-variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Kebaruan: Penelitian ini memberikan kontribusi teoritis terhadap pengembangan literatur mengenai loyalitas konsumen

Kata Kunci: Layanan Purna Jual; Loyalitas Konsumen

Komunikasi dilakukan oleh Dewi Mulyani.

✉ Dewi Mulyani
dewimulyani.ppm@gmail.com
Peringatan Waruwu
perywar97@gmail.com

¹Program Studi Administrasi Bisnis, Politeknik Perdana Mandiri, Purwakarta, Indonesia

²Program Studi Manajemen Bisnis, STIEB Perdana Mandiri, Purwakarta, Indonesia

Pendahuluan

PT Yamaha Indonesia Motor Manufacturing adalah sebuah perusahaan yang memproduksi sepeda motor. Perusahaan ini didirikan pada tanggal 6 Juli 1974. Pabrik sepeda motor Yamaha mulai beroperasi di Indonesia sekitar tahun 1969, sebagai suatu usaha perakitan body dan mesin, dan logo yang artinya gabungan tiga negara di garputala dalam satu sirkulasi di brand Yamaha diciptakan.

Produk sepeda motor dari Yamaha selalu menempati posisi baik di Indonesia. Hal ini dibuktikan dengan produk-produk Yamaha selalu masuk dalam topbrand dengan berbagai kategori, diantaranya sepeda motor matic, sport dan bebek. Pada tahun 2021 dan 2022 produk dari 3 kategori tersebut masuk ke dalam top brand, namun pada 2023 hanya Yamaha Mio yang masuk ke dalam top brand. Namun hal ini tidak menunjukkan bahwa Yamaha kehilangan mangsa pasar dan konsumennya.

Loyalitas konsumen terhadap produk Yamaha dibuktikan dengan grafik penjualan unit sepeda motor pada PT. Yamaha JG Purwakarta yang selalu mengalami peningkatan setiap tahunnya. PT. Yamaha JG Purwakarta, merupakan sebuah dealer resmi Yamaha, yang menjual dan mendistribusikan produk motor Yamaha di daerah Purwakarta. Dealer Yamaha JG Purwakarta, juga memiliki pesaing dari internal dan eksternal. Namun sejak berdiri pada tahun 2007, Dealer Yamaha JG Purwakarta secara bertahap mengalami peningkatan volume penjualannya setiap tahun.

Tabel 1 Penjualan Dealer Yamaha JG Purwakarta Periode 2019-2021

Bulan	2019 (unit)	2020 (unit)	2021 (unit)
Januari	79	84	77
Februari	80	75	71
Maret	70	86	84
April	79	88	89
Mei	73	77	81
Juni	84	70	78
Juli	70	74	80
Agustus	61	79	84
September	63	72	79
Oktober	76	69	78
November	82	80	77
Desember	81	78	88
Total	898	932	966

Berdasarkan Tabel 1 dapat diketahui bahwa penjualan sepeda motor di Dealer

Yamaha JG Purwakarta terus mengalami peningkatan. Meskipun tahun 2020 Indonesia dinyatakan masuk dalam masa *Pandemic Covid-19* yang membuat banyak perubahan terhadap ekonomi nasional. Namun hal ini tidak menyurutkan keinginan konsumen dalam membeli produk Yamaha. Hal ini menunjukkan bahwa konsumen telah loyal terhadap produk Yamaha.

Loyalitas konsumen secara umum dapat diartikan sebagai kesetiaan seseorang atas suatu produk, baik barang atau jasa tertentu (Ishak & Luthfi, 2011). Loyalitas konsumen merupakan kelanjutan dari kepuasan konsumen dalam menggunakan fasilitas maupun jasa pelayanan yang diberikan oleh pihak perusahaan, serta untuk tetap menjadi konsumen dari perusahaan tersebut (Martin & Hamali, 2020). Loyalitas adalah bukti konsumen yang selalu menjadi konsumen, yang memiliki kekuatan dan sikap positif terhadap perusahaan itu (Sonatasia dkk, 2020).

Keberhasilan Yamaha dalam menciptakan suasana konsumen yang loyal bukanlah hal yang mudah. Berbagai cara telah dilakukan perusahaan agar tetap menjaga kepercayaan konsumen terhadap segala bentuk produk dan pelayanan yang diberikan. Dealer Yamaha JG Purwakarta berkomitmen memberikan layanan terbaik, cepat dan tanggap dalam penjualan maupun dalam jasa service sepeda motor konsumen, serta siap mengatasi permasalahan yang dikeluhkan oleh konsumen mengenai sepeda motornya. Hal ini dilakukan untuk memberikan kepuasan atas pelayanan dealer ini secara berulang dan menarik konsumen baru.

Peningkatan volume penjualan yang baik sudah sepatutnya diikuti dengan kepuasan konsumen terhadap segala aspek yang diberikan oleh Yamaha, khususnya dealer Yamaha JG Purwakarta. Namun, pada kenyataannya, loyalitas konsumen terhadap pembelian produk Yamaha tidak disertai dengan loyalitas konsumen terhadap program service yang disediakan oleh dealer sebagai salah satu layanan purna jual yang diberikan. Hal ini dapat dibuktikan dengan data service pada Tabel 2.

Tabel 2 Jumlah *Service* Dealer Yamaha JG Purwakarta

Tahun	Jumlah (unit)
2019	3894
2020	3672
2021	3558

Berdasarkan Tabel 2 dapat diketahui bahwa terjadi penurunan unit yang melakukan *service* pada dealer Yamaha JG Purwakarta. Untuk mengetahui faktor penyebab dari penurunan jumlah konsumen yang melakukan *service* pada dealer Yamaha JG, peneliti melaksanakan presurvey kepada 30

responden. Adapun hasil presurvey dapat dilihat pada Tabel 3.

Tabel 3 Hasil Pra-survei

Faktor	Puas	Tidak Puas	Jumlah
Apa yang anda rasakan saat ini terhadap produk penunjang <i>service</i>	17	13	30
Apa yang anda rasakan saat ini terhadap jasa/pelayanan <i>service</i>	10	20	30
Apa yang anda rasakan saat ini terhadap harga produk untuk <i>service</i>	22	8	30
Apa yang anda rasakan saat ini terhadap lokasi <i>service</i>	19	11	30
Apa yang anda rasakan saat ini terhadap promosi <i>service</i>	24	6	30
Apa yang anda rasakan saat ini terhadap fasilitas toko	23	7	30

Berdasarkan hasil pra-survey yang telah dilakukan, dapat diketahui bahwa konsumen masih merasa belum terpuaskan dari segi pelayanan pada saat melakukan *service* di dealer Yamaha JG Purwakarta. Pelayanan yang diberikan pada saat melakukan *service* termasuk ke dalam pelayanan purna jual. “Layanan purna jual adalah pelayanan yang diberikan oleh perusahaan kepada konsumen setelah terjadinya transaksi penjualan” (Kotler & Keller, 2020).

Selain itu, keluhan tentang pelayanan pada saat *service* juga disampaikan konsumen melalui beberapa fasilitas pengaduan keluhan di dealer Yamaha JG Purwakarta. Hasilnya diantaranya adalah konsumen merasa kurang puas atas pelayanan *service* seperti terjadinya antrean yang panjang karna dealer yang merupakan rujukan banyak orang, tidak dapat dilakukannya tawar menawar harga jasa dan suku cadang di bengkel resmi berbeda dengan bengkel umum yang memungkinkan terjadinya negosiasi, pada bengkel resmi konsumen tidak dapat memantau pengerjaan *service* secara langsung karena pada saat pengerjaan konsumen selalu diarahkan ke ruang tunggu.

Padahal Dealer Yamaha JG telah memberikan sejumlah fasilitas dalam program *servicenya* yaitu ruang tunggu *free wife* dan *soft drink*, suku cadang *original* dan mekanik profesional yang mampu mengatasi segala keluhan konsumen yang berkaitan dengan kendaraan motornya, serta pelayanan terbaik yang diberikan oleh para karyawan dealer.

Pelayanan purna jual (*post-selling-service*) merupakan salah satu cara peningkatan kinerja produk demi menjamin loyalitas konsumen yang

merupakan strategi yang paling populer diterapkan oleh berbagai perusahaan untuk mencapai loyalitas yang tinggi dari konsumennya (Lase, 2020). Akan tetapi dalam pra-survey yang dilakukan peneliti, ditemukan adanya faktor yang masih dirasa kurang memberikan kepuasan konsumen.

Pengaruh layanan purna jual terhadap loyalitas konsumen juga dibuktikan melalui penelitian terdahul yang menyatakan bahwa pelayanan purna jual secara parsial berpengaruh terhadap loyalitas konsumen (Lase, 2020; Nopanti & Zuhdi, n.d).

Berdasarkan penjabaran yang telah dijelaskan, maka dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut yang digambarkan dalam model penelitian di Gambar 1:

H₁: Terdapat pengaruh signifikan layanan purna jual terhadap loyalitas konsumen



Gambar 1 Model Penelitian

Metode Penelitian

Adapun objek penelitian ini adalah layanan purna jual dan loyalitas konsumen yang berada di Dealer Yamaha JG Purwakarta. Adapun metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan metode penelitian kuantitatif. Sumber data yang dipergunakan adalah primer dan sekunder dari populasi yang tidak diketahui secara pasti dan diambil sampel penelitian sejumlah 96 orang. *Non-probability sampling* khususnya sampling insidental, merupakan teknik penentu sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan/insidental bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel (Sugiyono, 2016). Teknik pengumpulan data dilakukan melalui observasi, wawancara, dan kuesioner. Untuk mengukur besarnya pengaruh layanan purna jual terhadap loyalitas konsumen di Dealer Yamaha JG Purwakarta, digunakan analisis data dengan menggunakan software SPSS versi 25.0.

Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian dilakukan di Dealer Yamaha JG Purwakarta Cibening Purwakarta, yang beralamatkan di Jl. Raya Sadang No 28 Ciwangi, Kec. Bungursari, Kab Purwakarta. Penelitian ini bertujuan untuk mengukur pengaruh layanan purna jual terhadap loyalitas konsumen pada Dealer Yamaha JG Purwakarta. yang dibagikan langsung kepada responden yang merupakan konsumen di dealer Yamaha JG Purwakarta pada tanggal 6 Maret 2023, jumlah kuesioner yang dibagikan sebanyak 96 orang konsumen yang telah menyetujui untuk menjadi responden.

Hasil dan Pembahasan

Berdasarkan Tabel 4, dapat diketahui bahwa skor tertinggi pada variabel layanan purna jual terdapat pada sub variabel fasilitas dan perlengkapan dengan skor rata-rata sebesar 355,5. Sedangkan skor terendah terdapat pada sub variabel garansi dengan skor rata-rata sebesar 340,5. Hal ini dapat diketahui bahwa memberikan jaminan garansi berupa produk pengganti bagi pengguna, selain itu perusahaan juga memberikan jaminan ketelitian dalam memberikan jaminan produk yang berkualitas dan juga kemudahan dalam memberikan kemudahan untuk mendapatkan layanan garansi.

Tabel 4 Rekapitulasi Tanggapan Responden

Sub variabel	Skor aktual	Item	Rata-rata
Layanan Purna Jual			
Garansi	681	2	340,5
Penyediaan Aksesoris	343	1	343
Pemeliharaan dan Perbaikan	693	2	364,5
Fasilitas dan Perlengkapan	711	2	355,5
Total	2428	7	1403,5
Loyalitas Konsumen			
Melakukan pembelian ulang secara teratur	679	2	339,5
Merekomendasikan kepada orang lain	684	2	430,5
Kekebalan terhadap daya tarik produk sejenis dari pesain	638	2	319
Total	2001	6	1089

Tabel 4 juga memberikan informasi bahwa skor tertinggi pada variabel loyalitas konsumen terdapat pada sub variabel merekomendasikan kepada

orang lain dengan skor rata-rata sebesar 430,5. Hal ini menunjukkan bahwa konsumen merasa puas terhadap penyediaan produk dan layanan purna jual yang diberikan Dealer JG Purwakarta sehingga mampu mendorong mereka untuk merekomendasikan produk dan layanan kepada orang lain baik secara langsung maupun merekomendasikannya melalui media sosial agar konsumen yang lain tertarik dengan produk dan layanan yang diberikan perusahaan.

Sedangkan skor terendah terletak pada sub variabel Kekebalan terhadap daya tarik produk sejenis, dari pesaing dengan skor rata-rata sebesar 319. Menunjukkan bahwa konsumen tidak tertarik meskipun banyak promosi produk dan layanan ketempat yang lain konsumen merasa yakin terhadap produk dan layanan yang diberikan perusahaan.

Uji Validitas dan Reliabilitas

Tabel 5 Hasil Uji Validitas

Pernyataan	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
Layanan Purna Jual			
P1	0,628	0,200	Valid
P2	0,672	0,200	Valid
P3	0,700	0,200	Valid
P4	0,773	0,200	Valid
P5	0,779	0,200	Valid
P6	0,691	0,200	Valid
P7	0,626	0,200	Valid
Loyalitas Konsumen			
P1	0,764	0,200	Valid
P2	0,684	0,200	Valid
P3	0,795	0,200	Valid
P4	0,721	0,200	Valid
P5	0,749	0,200	Valid
P6	0,733	0,200	Valid

Berdasarkan hasil uji validitas (Tabel 5) menunjukkan bahwa nilai korelasi tiap item pernyataan dengan total skor yang diperoleh lebih besar dari $r_{tabel} = 0,200$ dengan signifikansi $<0,05$ sehingga dapat dijelaskan bahwa item pernyataan yang digunakan adalah valid dan dapat digunakan dalam analisis data selanjutnya (Halin, 2018).

Tabel 6 Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	<i>Cronbach's alpha</i>	Koefisien kesepakatan
Layanan Purna Jual (X)	0,821	0,60
Loyalitas Konsumen (Y)	0,837	0,60

Berdasarkan hasil uji reliabilitas (Tabel 6) yang dilakukan terhadap semua item dalam penelitian ini dapat dikatakan reliabel karena nilai *cronbach's alpha* semua variabel lebih besar dari koefisien kesepakatan yaitu 0,821 untuk instrument variabel layanan purna jual, dan 0,837 instrumen variabel loyalitas konsumen, sehingga dapat disimpulkan indikator atau kuesioner yang digunakan variabel layanan purna jual dan loyalitas konsumen, semua dinyatakan reliabel dan layak digunakan dalam penelitian.

Uji Korelasi

Data dalam penelitian ini sudah dilakukan pengujian asumsi klasik normalitas dan linearitas. Tabel 7 menunjukkan nilai *Sig.* pada output SPSS menunjukkan nilai sebesar $0,000 < 0,05$, artinya ada hubungan yang signifikan antara layanan purna jual dengan loyalitas konsumen. Selanjutnya, berdasarkan tabel interpretasi koefisien korelasi, diketahui bahwa hubungan antar variabel layanan purnajual dan loyalitas konsumen berada pada kategori hubungan sedang.

Tabel 7 Hasil Uji Korelasi

		Layanan purna jual	Loyalitas konsumen
Layanan purna jual	Perason correlation	1	0,422**
	Sig. (2-tailed)		0,000
	N	96	96
Loyalitas konsumen	Perason correlation	0,422**	1
	Sig. (2-tailed)	0,000	
	N	96	96

Uji Hipotesis

Tabel 8 Hasil Regresi Linear Sederhana

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	11,344	2,181		5,201	0,000
Layanan Purna Jual	0,376	0,083	0,422	4,511	0,000

Berdasarkan tabel 4.21 menunjukan nilai konstanta 11.334 dan 0,376. dengan demikian dapat dibentuk persamaan regresi linear sederhana sebagai berikut $Y = 15,674 + 0,376X$

Berdasarkan persamaan regresi tersebut, dapat disimpulkan bahwa konstanta adalah sebesar 11,334, yang berarti bahwa apabila layanan purnajual (X) nilainya adalah 0 (nol), maka loyalitas Konsumen bernilai positif yaitu sebesar 11,334. Sementara koefisien regresi variabel layanan purnajual (X) sebesar 0,376, yang berarti apabila kualitas pelayanan mengalami kenaikan sebesar 1 poin, maka loyalitas konsumen akan mengalami peningkatan sebesar 0,376 poin. Nilai koefisien b adalah positif, yang menunjukkan bahwa model regresi linear bernilai positif atau searah, artinya apabila variabel layanan purnajual (X) semakin tinggi, maka nilai variabel loyalitas konsumen (Y) juga akan semakin tinggi.

Tabel 7 juga menunjukkan bahwa $t_{hitung} = 4.551$ dengan signifikansi 0,000. Prosedur mencari statistik tabel dengan tingkat signifikan ($\alpha = 0,05$) untuk uji dua pihak serta df atau dk (derajat kebebasan) = $n-2$ atau $96-2 = 1661$. Sehingga didapat $t_{tabel} = 1,660$ dengan demikian, $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($4.511 > 1,661$) dan nilai probabilitas $0,000 < 0,05$. Oleh karena itu dapat disimpulkan bahwa H_1 didukung yang artinya terdapat pengaruh yang signifikan antara layanan purna jual dengan loyalitas konsumen sebagaimana konsisten dengan hasil penelitian-penelitian terdahulu (Asy'ari, 2018; Putranto, 2023)

Uji Koefisien Determinasi

Tabel 8 Hasil Uji Koefisien Determinasi

R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
0,422	0,178	0,169	5,565

Tabel 8 menunjukkan nilai R square sebesar 0,178 yang artinya Layanan Purnajual memberikan kontribusi dalam mempengaruhi Loyalitas Konsumen sebesar 17,8% sedangkan sisanya 82,2% dipengaruhi oleh variabel-variabel lain.

Simpulan

Gambaran layanan purna jual sesuai dengan tanggapan responden pada Yamaha JG Purwakarta, dapat diketahui bahwa skor tertinggi pada variabel Layanan Purna Jual terdapat pada sub variabel Pemeliharaan dan Perbaikan, dengan skor rata-rata sebesar 364,5. Menunjukkan bahwa layanan purna jual yang diberikan Dealer JG Purwakarta telah sesuai dengan harapan konsumen serta memberikan jaminan produk yang berkualitas bagi setiap konsumen dalam melakukan perawatan dan perbaikan sepeda motornya. Sedangkan skor terendah pada variabel Layanan Purnajual terdapat pada sub variabel Garansi dengan skor rata-rata sebesar 340,5 Menujukkan bahwa Dealer JG Purwakarta memberikan dan

menyediakan Garansi kepada konsumen pada saat memberikan layanan purna jual. Selanjutnya perbandingan antar skor hasil kuesioner dengan skor kriteria untuk variabel layanan purna jual (X) didapat nilai sebesar 2.428, yang termasuk dalam daerah/kontinum tinggi. Artinya bahwa perusahaan Dealer JG Purwakarta dalam memberikan layanan purna jual kepada konsumen telah diterapkan dengan baik. Selain itu, hasil perhitungan terhadap bagaimana keadaan layanan purna jual yang diperoleh konsumen/pelanggan, dalam persentase sebesar 72%, artinya bahwa penelitian yang diperoleh responden telah memenuhi sebesar 72%.

Gambaran loyalitas konsumen sesuai dengan tanggapan responden pada Yamaha JG Purwakarta, dapat diketahui bahwa skor tertinggi pada variabel Loyalitas Konsumen terdapat pada sub variabel merekomendasikan kepada orang lain dengan skor rata-rata sebesar 430,5. Hal ini menunjukkan bahwa Dealer JG Purwakarta dalam memberikan layanan purna jual, konsumen merasa puas sehingga hal ini mendorong mereka untuk merekomendasikan kepada orang lain dengan menyampaikannya secara langsung maupun merekomendasikannya melalui media sosial untuk menjadi konsumen di Dealer JG Purwakarta dalam memberikan layanan purna jual bagi pengguna sepeda motor. Sedangkan skor terendah pada variabel Loyalitas Konsumen terdapat pada sub variabel Kekebalan Terhadap daya tarik produk sejenis dari pesaing skor rata-rata sebesar 319. menunjukkan bahwa Dealer JG Purwakarta dalam memberikan produk konsumen yakin bahwa Dealer JG Purwakarta menjadi tempat yang terbaik dalam memberikan produk yang baik dan berkualitas. Selanjutnya, perbandingan antar skor hasil kuesioner dengan skor kriteria untuk variabel loyalitas konsumen (Y) didapat nilai sebesar 2.001, yaitu termasuk dalam daerah/kontinum tinggi. Artinya menunjukkan bahwa konsumen merasa loyal dan beminat pada layanan purna jual yang di diberikan oleh Dealer JG Purwakarta dengan baik. Selain itu, hasil perhitungan terhadap bagaimana keadaan Loyalitas Konsumen yang diperoleh konsumen/pelanggan, dalam persentase sebesar 69,4%, artinya bahwa penelitian yang diperoleh responden telah memenuhi sebesar 69,4%.

Berdasarkan tanggapan responden, dapat diketahui terdapat pengaruh signifikan antara layanan purnajual terhadap loyalitas Konsumen. Hal ini bisa dilihat dari hasil pengolahan data dari hasil uji signifikan (uji t) diperoleh hasil dari t_{hitung} yaitu 4.511 dan t_{tabel} sebesar 1,661 atau $4.511 > 1,661$, artinya secara parsial layanan purna jual berpengaruh signifikan terhadap loyalitas konsumen Berdasarkan hasil uji koefisien determinasi diperoleh nilai sebesar 0,178, yang artinya bahwa Layanan Purna Jual memberikan kontribusi dalam mempengaruhi loyalitas konsumen sebesar 17%, sedangkan sisanya 83% dipengaruhi oleh variabel lain yang penulis tidak teliti, yang berarti setiap peningkatan layanan purna jual selalu dipengaruhi oleh loyalitas konsumen.

Daftar Pustaka

- Asy'ari, A. H. (2018). Pengaruh distribusi, layanan purna jual, citra merek dan fanatisme merek terhadap loyalitas pelanggan dengan kepuasan pelanggan sebagai variabel intervening pada konsumen mobil merek Toyota di Banjarmasin. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Bisnis*, 4(3).
- Halin, H. (2018). Pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan semen baturaja di palembang pada pt semen baturaja (PERSERO) Tbk. *Jurnal Ecoment Global*, 3(2), 79-94.
- Ishak, A., & Luthfi, Z. (2011). Pengaruh kepuasan dan kepercayaan konsumen terhadap loyalitas: Studi tentang peran mediasi switching costs. *Jurnal siasat bisnis*, 15(1).
- Kotler, P., & Keller, K.L. (2020). *Manajemen Pemasaran*. Erlangga.
- Lase, A. Y. P. (2020). Pengaruh Pelayanan Purna Jual Terhadap Loyalitas Konsumen Pada Asus Service Center Kota Jambi. *Science of Management and Students Research Journal (SMS)*, 1(6), 193-199.
- Martin, D., & Hamali, A. Y. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada PT Adidaya Digital Printing Bandung. *YUME: Journal of Management*, 3(1).
- Nopanti, R. T., & Zuhdi, S. (n.d.). *Pengaruh pelayanan purna jual terhadap loyalitas pelanggan studi kasus pada pt.astra internasional tbk cabang bogor*.
- Putranto, A. T. (2023). Pengaruh Promosi dan Pelayanan Purna Jual Terhadap Loyalitas Pelanggan dalam Membeli Sepeda Motor Merek Piaggio Vespa pada PT. Premier International di Tangerang Selatan. *Jurnal Tadbir Peradaban*, 3(3), 172-182.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Bisnis*. Alfabeta
- Sonatasia, D., Onsardi, O., & Arini, E. (2020). Strategi Meningkatkan Loyalitas Konsumen Makanan Khas Kota Curup Kabupaten Rejang Lebong. *Jurnal Manajemen Modal Insani Dan Bisnis (JMMIB)*, 1(1), 11-25.