

**PENGARUH HARGA, KEMUDAHAN PENGGUNAAN, DAN
KUALITAS LAYANAN TERHADAP LOYALITAS
PELANGGAN DENGAN KEPUASAN PELANGGAN
KERABAT SHIPPER SEBAGAI VARIABEL INTERVENING
PADA APLIKASI AGROS
(PT. Antar Global Prospero Sewa Dump Truck)**

SKRIPSI

**Oleh
FEBRISTI ARANIA
NIM: G93219072**



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL
SURABAYA
2025**

PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI

Saya, Febristi Arania, G93219072, menyatakan bahwa:

1. Skripsi saya ini adalah asli dan benar-benar hasil karya saya sendiri, dan bukan hasil karya orang lain dengan mengatasnamakan saya, serta bukan merupakan hasil peniruan atau penjiplakan (*plagiarism*) dari karya orang lain. Skripsi ini belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik baik di UIN Sunan Ampel Surabaya, maupun di perguruan tinggi lainnya.
2. Di dalam skripsi ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.
3. Pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya, dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh karena karya tulis skripsi ini, serta sanksi-sanksi lainnya sesuai dengan norma dan peraturan yang berlaku di UIN Sunan Ampel Surabaya.

Surabaya, 03 Juni 2025



Febristi Arania
NIM. G93219072

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Surabaya, 10 Juni 2025

Skripsi telah selesai dan siap untuk diuji

Dosen Pembimbing I

A handwritten signature in blue ink, appearing to read 'Muhammad Saifuddin', is written over a large, faint green geometric logo of UIN Sunan Ampel Surabaya. The logo consists of a stylized star or flower shape with multiple layers.

Muhammad Saifuddin, M.SM
NIP. 198603132019031011

UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

LEMBAR PENGESAHAN

**PENGARUH HARGA, KEMUDAHAN PENGGUNAAN, DAN
KUALITAS LAYANAN TERHADAP LOYALITAS
PELANGGAN DENGAN KEPUASAN PELANGGAN
KERABAT SHIPPER SEBAGAI VARIABEL INTERVENING
PADA APLIKASI AGROS**
(PT. Antar Global Prospero Sewa Dump Truck)

Oleh
FEBRISTI ARANIA
NIM: G93219072

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji pada tanggal 10 Juni 2025 dan dinyatakan memenuhi syarat untuk diterima

Susunan Dewan Penguji:

1. Muhammad Saifuddin, M.SM
NIP. 198603132019031011
(Penguji 1)
2. Dr. Deasy Tantriana, MM
NIP. 198312282011012009
(Penguji 2)
3. Riska Ayu Setiawati, S.E., M.SM
NIP. 199305032019032020
(Penguji 3)
4. Riska Agustin, S.Si., M.SM.
NIP. 199308172020122024
(Penguji 4)

Tanda Tangan:

.....
.....
.....
.....



Surabaya, 10 Juni 2025

Dekan,

Sirajul Arifin, S.Ag., S.S., M.E.I.

NIP. 197005142000031001

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademika UIN Sunan Ampel Surabaya, yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Febristi Arania
NIM : G93219072
Fakultas/Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam / Manajemen
E-mail address : febristi.fa@gmail.com

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah :

☒ Sekripsi ☐ Tesis ☐ Desertasi ☐ Lain-lain (.....)
yang berjudul :

Pengaruh Harga, Kemudahan Penggunaan, dan Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan dengan

Kepuasan Pelanggan Kerabat Shipper Sebagai Variabel Intervening Pada Aplikasi AGROS

(PT. Antar Global Pospero Sewa Dump Truck)

beserta perangkat yang diperlukan (bila ada). Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya berhak menyimpan, mengalih-media/format-kan, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (database), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di Internet atau media lain secara **fulltext** untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan atau penerbit yang bersangkutan.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini yang saya buat dengan sebenarnya.

Surabaya, 3 Juli 2025

Penulis



Febristi Arania

(nama terang dan tanda tangan)

ABSTRAK

Penelitian dengan judul Pengaruh Harga, Kemudahan Penggunaan, Dan Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Pelanggan Kerabat Shipper Sebagai Variabel Intervening Pada Aplikasi Agros (PT. Antar Global Prospero Sewa Dump Truck) bertujuan untuk membuktikan dan mengetahui pengaruh harga, kemudahan penggunaan, dan kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan dengan kepuasan pelanggan kerabat shipper sebagai variabel intervening pada aplikasi agros (pt. antar global prospero sewa dump truck).

Penelitian ini menggunakan penelitian kuantitatif asosiatif kausal. Teknik pengambilan sampel yaitu *non probability sampling* dengan teknik *simple random sampling*. Data diumpulkan melalui kuesioner yang disebarakan secara *online* kepada kerabat *shipper* sebanyak 220 orang responden. Kuesioner ini dibagikan melalui *google form* sekitar 17 April hingga 10 Mei 2025. Kemudian diolah menggunakan *software* SmartPLS versi 3.2.9.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel harga, kemudahan penggunaan, dan kualitas layanan memiliki pengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan. Selanjutnya, harga, kemudahan penggunaan, kualitas layanan, dan kepuasan pelanggan terbukti berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Adapun kepuasan pelanggan mampu memediasi hubungan antara harga dan kemudahan penggunaan terhadap loyalitas pelanggan. Namun, kualitas layanan tidak berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan.

Temuan ini menunjukkan bahwa peningkatan harga yang kompetitif, kemudahan sistem aplikasi, serta pelayanan yang andal merupakan strategi yang efektif untuk mendorong loyalitas pelanggan. Perusahaan perlu memberi perhatian khusus terhadap faktor-faktor tersebut untuk mempertahankan pelanggan dalam jangka panjang, khususnya dalam konteks aplikasi logistik berbasis digital seperti AGROS.

Kata kunci: harga, kemudahan penggunaan, kualitas layanan, loyalitas pelanggan, kepuasan pelanggan

ABSTRACT

The research entitled The Effect of Price, Ease of Use, and Service Quality on Customer Loyalty with Customer Satisfaction of Shipper Relatives as an Intervening Variable in the Agros Application (PT. Antar Global Prospero Dump Truck Rental) aims to prove and determine the effect of price, ease of use, and service quality on customer loyalty with customer satisfaction of shipper relatives as an intervening variable in the Agros application (PT. Antar Global Prospero Dump Truck Rental).

This research uses causal associative quantitative research. The sampling technique is non-probability sampling with simple random sampling technique. Data were collected through questionnaires distributed online to shipper relatives as many as 220 respondents. This questionnaire was distributed via google form around April 17 to May 10, 2025. Then processed using SmartPLS software version 3.2.9.

The results reveal that price, ease of use, and service quality positively influence customer satisfaction. Furthermore, price, ease of use, service quality, and customer satisfaction significantly affect customer loyalty. Customer satisfaction is also proven to mediate the relationship between price and ease of use toward loyalty. However, service quality does not significantly affect customer loyalty through customer satisfaction.

These findings suggest that competitive pricing, application simplicity, and dependable service are effective strategies to enhance customer loyalty. The company should focus on improving these factors to maintain long-term customer relationships, especially in the context of digital logistics services like the AGROS application.

Keywords: *price, ease of use, service quality, customer loyalty, customer satisfaction*

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI.....	ii
PERSETUJUAN PEMBIMBING	iii
LEMBAR PENGESAHAN	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah	9
1.3 Tujuan Penelitian.....	11
1.4 Manfaat Penelitian.....	13
1.4.1 Manfaat Praktis	13
1.4.2 Manfaat Teoritis	13
BAB II KAJIAN PUSTAKA.....	14
2.1 Landasan Teori	14
2.1.1 Loyalitas Pelanggan	14
2.1.2 Harga	18
2.1.3 Kemudahan Penggunaan	20
2.1.4 Kualitas Layanan.....	21
2.1.5 Kepuasan Pelanggan	23
2.2 Penelitian Terdahulu yang Relevan.....	26
2.3 Kerangka Konseptual	34
BAB III METODE PENELITIAN	42
3.1 Jenis Penelitian	42

3.2 Tempat dan Waktu Penelitian	42
3.3 Populasi dan Sampel Penelitian	42
3.3.1 Populasi Penelitian	42
3.3.2 Sampel Penelitian	43
3.4 Variabel Penelitian	45
3.5 Definisi Operasional	45
3.6 Jenis Data dan Sumber Data	48
3.6.1 Jenis Data	48
3.6.2 Sumber Data	48
3.7 Teknik Pengumpulan Data	49
3.8 Teknik Analisis Data	50
3.8.1 Analisis Deskriptif	50
3.8.2 SEM-PLS	51
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	56
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	56
4.1.1 Profil Singkat PT. Antar Global Prospero	56
4.1.2 Visi dan Misi	57
4.1.3 Struktur Organisasi	57
4.2 Karakteristik Responden	58
4.3 Analisis Model	82
4.3.1 <i>Outer Model</i> (Uji Pengukuran Model)	82
4.3.2 <i>Inner Model</i> (Uji Struktural Model)	88
4.4 Pembahasan	99
4.4.1 Pengaruh Harga terhadap Loyalitas Pelanggan	99
4.4.2 Pengaruh Kemudahan Penggunaan terhadap Loyalitas Pelanggan	101
4.4.3 Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Loyalitas Pelanggan .	104
4.4.4 Pengaruh Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan	107
4.4.5 Pengaruh Harga terhadap Kepuasan Pelanggan	109

4.4.6 Pengaruh Kemudahan Penggunaan terhadap Kepuasan Pelanggan	110
4.4.7 Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan	113
4.4.8 Pengaruh Harga terhadap Loyalitas Pelanggan dengan Kepuasan Pelanggan sebagai Variabel Intervening	115
4.4.9 Pengaruh Kemudahan Penggunaan terhadap Loyalitas Pelanggan dengan Kepuasan Pelanggan sebagai Variabel Intervening	116
4.4.10 Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Loyalitas Pelanggan ssdengan Kepuasan Pelanggan sebagai Variabel Intervening	118
BAB V PENUTUP.....	121
5.1 Kesimpulan.....	121
5.2 Saran.....	122
DAFTAR PUSTAKA.....	124
LAMPIRAN.....	133

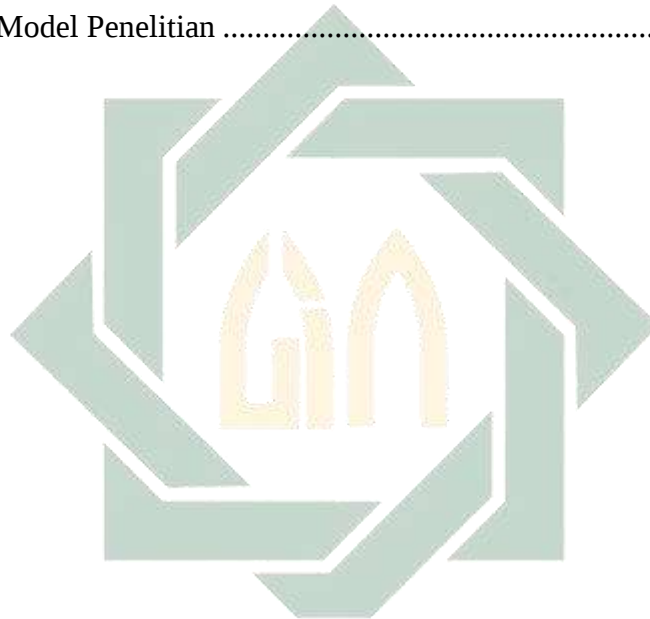
UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Rangkuman Kendala dari Faktor yang Mempengaruhi Loyalitas Pelanggan	8
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu Yang Relevan	27
Tabel 3.1 Definisi Operasional	45
Tabel 3.2 Skala <i>Likert</i>	49
Tabel 3.3 Kriteria Penilaian	51
Tabel 4.1 Jumlah Kuesioner Terkumpul	58
Tabel 4.2 Jenis Kelamin Responden	59
Tabel 4.3 Usia Responden	60
Tabel 4.4 Pendidikan Terakhir	61
Tabel 4.5 Jabatan atau Bagian	62
Tabel 4.6 Lama Menggunakan Aplikasi AGROS	63
Tabel 4.7 Penggunaan Aplikasi AGROS Selama Satu Bulan	64
Tabel 4.8 Penggunaan Aplikasi Selain AGROS	65
Tabel 4.9 Jawaban Responden Harga	66
Tabel 4.10 Jawaban Responden Kemudahan Penggunaan	69
Tabel 4.11 Jawaban Responden Kualitas Layanan	72
Tabel 4.12 Jawaban Responden Loyalitas Pelanggan	76
Tabel 4.13 Jawaban Responden Kepuasan Pelanggan	78
Tabel 4.14 <i>Loading Factor</i> Tahap Pertama	83
Tabel 4.15 <i>Loading Factor</i> Tahap Kedua	85
Tabel 4.16 Nilai <i>Average Variance Extracted</i> (AVE)	86
Tabel 4.17 <i>Cross Loading</i>	87
Tabel 4.18 <i>Composite Reliability</i>	88
Tabel 4.19 <i>Coefficient of Determination</i> (R-Square)	89
Tabel 4.20 <i>Predictive Relevance</i> (Q-Square)	90
Tabel 4.21 Pengaruh Langsung (<i>Direct Effect</i>)	91
Tabel 4.22 Pengaruh Tidak Langsung (<i>Indirect Effect</i>)	96

DAFTAR GAMBAR

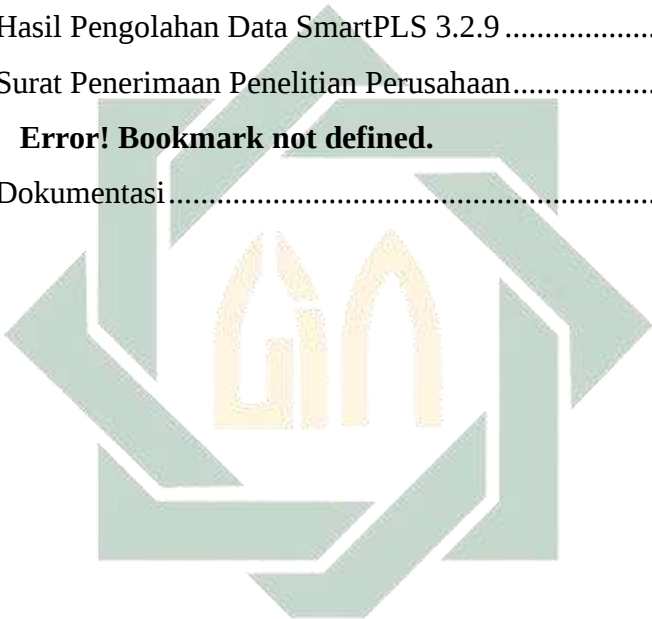
Gambar 2.1 Kerangka Konseptual	41
Gambar 4.1 Logo PT Antar Global Prospero.....	56
Gambar 4.2 Struktur Organisasi PT. Antar Global Prospero (AGROS).....	57
Gambar 4.3 Model Penelitian	82



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Biodata Peneliti	133
Lampiran 2. Kuesioner Penelitian.....	134
Lampiran 3. Tabulasi Data Responden	139
Lampiran 4. Hasil Pengolahan Data SmartPLS 3.2.9	148
Lampiran 5. Surat Penerimaan Penelitian Perusahaan.....	
Error! Bookmark not defined.	
Lampiran 6. Dokumentasi.....	152



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

DAFTAR PUSTAKA

- Abdillah, W., & Hartono, J. (2015). *Partial Least Square (PLS)-Alternatif Structural Equation Modeling (SEM) dalam Penelitian Bisnis* (1st ed.). CV. Andi.
- Abikusuma, D. S., & Raseta, R. (2024). Pengaruh Kualitas Layanan dan Kemudahan Penggunaan Aplikasi terhadap Kepuasan Konsumen Gojek. *MUSYTARI: Jurnal Neraca Manajemen, Ekonomi*, 7(3), 1–10.
- AGROS. (2025). *Company Profile PT Antar Global Prospero*.
- Alwi, A. F., & Mulyono, J. (2023). Pengaruh Harga, Lokasi, Kualitas Pelayanan, Fasilitas, dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan “Menantea Cafe” Teluk Jambe Karawang. *Jurnal Mirai Management*, 8(1), 227–243.
- Amanda, F., & Hijrah, L. (2024). Pengaruh Promosi Harga Dan Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan Pada Pengguna Netflix Kota Samarinda. *Journal of Economic, Bussines and Accounting (COSTING)*, 7(4), 8293–8313. <https://doi.org/10.31539/costing.v7i4.10586>
- Ananda, I. P. S. N., & Setiawan, P. Y. (2024). Peran Kepuasan Pelanggan Dalam Memediasi Pengaruh Kualitas Layanan Dan Citra Merek Terhadap Loyalitas Pelanggan: Studi pada Pelanggan GO-JEK di Denpasar. *Relasi : Jurnal Ekonomi*, 20(1), 14–31. <https://doi.org/10.31967/relasi.v20i1.646>
- APJII. (2024). *APJII Jumlah Pengguna Internet Indonesia Tembus 221 Juta Orang*. <https://apjii.or.id/berita/d/apjii-jumlah-pengguna-internet-indonesia-tembus-221-juta-orang>
- Apriana, S. (2024). Pengaruh Kualitas Layanan dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan di CItimall Sukabumi. *Jurnal Ekonomi, Manajemen Dan Akuntansi*, 2(7), 343–353.
- Ardiyanto, L. D., Pradiani, T., & Fatthorrahman. (2024). Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan, dan Personal Selling Terhadap Kepuasan Pelanggan Toko Besi dan Kaca “Santa” Yogyakarta. *JPRO: Jurnal Manajemen Dan Profesional*, 5(2), 183–192.
- Asikin, D. D., & Alam, C. (2024). Pengaruh E-Service Quality dan Kemudahan Penggunaan terhadap Kepuasan Pengguna Aplikasi Mobile JKN (Studi Kasus Pengguna Aplikasi Mobile JKN di Kota Cimahi). *Variable Research Journal*, 1(1), 233–146.
- Aska Saputra, Y., Jatmiko, & Faruk Sofyan, J. (2024). Pengaruh Kualitas Layanan, Kepuasan Pelanggan dan Promosi di Instagram Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepercayaan di Layanan Spaylater. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 10(6), 964–978. <https://doi.org/10.5281/zenodo.10657438>.

- Aslinda, Rachma, N., & Primanto, A. B. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening Pada Rumah Cantik Dita Skincare Kec.Sangkapura Bawean-Gresik. *E-JRM: Elektronik Jurnal Riset Manajemen*, 11(21), 36–49. <http://riset.unisma.ac.id/index.php/jrm/article/view/15891>
- Ayu Ranjani, H., & Prabowo, B. (2024). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Loyalitas Pelanggan dengan Variabel Kepuasan Konsumen sebagai Variabel Intervening pada J&T Express (Studi pada J&T Express di Kota Sidoarjo). *Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 6(4), 4299–4311. <https://doi.org/10.47467/alkharaj.v6i4.882>
- Budiarno, B., 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(02), 226–233. <https://doi.org/10.25134/equi.v19i02.4531>
- Daga, R. (2017). *Citra, Kualitas Produk dan Kepuasan Pelanggan*. Global Research and Consulting Institute.
- Damanik, K., Sinaga, M., Sihombing, S., Hidajat, M., & Prakoso, O. S. (2024). Pengaruh Kualitas Layanan, Kebijakan Publik dan Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan. *Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial*, 5(2), 76–85. <https://doi.org/10.38035/jmpis.v5i2.1834>
- Davis, F. D. (2010). Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Accpetance of Information Technology. *MIS Quarterly: Management Information Systems*, 13(5), 319–339. <https://doi.org/10.2307/249008>
- Desri, S., Mawadda, F., Ulfa, S., & Adinarta, B. S. (2024). Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan Aplikasi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Gojek Di Kota Payakumbuh. *INNOVATIVE: Journal Of Social Science Research*, 4(1), 2078–2087. <https://j-innovative.org/index.php/Innovative>
- Dilla, S. F., & Ngatno, N. (2020). Pengaruh Harga Dan Experiential Marketing Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening Pada Konsumen General Repair PT Nasmoco Pemuda Semarang. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 9(4), 599–608. <https://doi.org/10.14710/jiab.2020.28922>
- Dirnaeni, D., Handrijaningsih, L., Mariani T.R, S., & Anisah, A. (2021). Persepsi Kemudahan, Customer Relationship Management Dan Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan E-Wallet Melalui. *Ultima Management : Jurnal Ilmu Manajemen*, 13(20), 287–303. <https://doi.org/10.31937/manajemen.v13i2.2203>
- Elliyana, E., Lidiana, Sedyoningsih, T. S., Kadir, H., Abdurohim, Imanuddin, B., Ardyana, E. E., Yuliani, Marlinah, L., Mohdari, Gazali, Dwita, F., Rachman,

- S., & Bachtiar, N. K. (2022). *Dasar-Dasar Pemasaran*. Ahlimedia Press. www.ahlmediapress.com
- Elyana, N. N., & C, A. M. A. (2023). Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Konsumen dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening pada Resto Bebek Teman Ayam (BTA) Corner Tulungagung. *J-MAS (Jurnal Manajemen Dan Sains)*, 8(1), 890–900. <https://doi.org/10.33087/jmas.v8i1.1045>
- Farell, M. C., & Pranata, S. (2024). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kemudahan Pengguna terhadap Kepuasan Pelanggan Goride (Studi pada Konsumen Gojek di Kota Cirebon). *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Akuntansi*, 1(6), 34–40.
- Fatonah, H., Rani, & Purwatiningsih. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Jasa Pengiriman J&T Express Cabang Kedoya Raya 2. *SAMMAJIVA: Jurnal Penelitian Bisnis Dan Manajemen*, 1(3), 186–201.
- Fransiska, & Aquinia, A. (2023). Pengaruh Kualitas Layanan, Kemudahan Penggunaan, dan Promosi terhadap Kepuasan Konsumen Pengguna Gojek. *Jurnal Manajemen Bisnis Dan Keuangan*, 4(1), 56–64. <https://doi.org/10.51805/jmbk.v4i1.109>
- Ghozali, I. (2008). *Structural Equation Modeling: Metode Alternatif Dengan Partial Least Square* (Edisi II). Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I., & Latan, H. (2015). *Konsep, Teknik, Aplikasi Menggunakan Smart PLS 3.0 untuk Penelitian Empiris*. Universitas Diponegoro.
- Hafidz, G. P., & Muslimah, R. U. (2023). Pengaruh Kualitas Layanan, Citra Merek, Kepercayaan Pelanggan Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Produk Herbalife. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)*, 7(1), 253–274. <https://doi.org/10.31955/mea.v7i1.2912>
- Hafizh, A., Rahma, T. I. F., & Jannah, N. (2023). Pengaruh Kualitas Layanan dan Kemudahan Terhadap Loyalitas Nasabah Mobile Banking BSI Dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening. *Ad-Deenar: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 7(2), 427–440. <https://doi.org/10.30868/ad.v7i02.5133>
- Hakim, A. R. (2020). *Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pengguna Produk Sparepart Motor Yamaha Rx King*. 3, 250–266.
- Hamid, R. S., & Anwar, S. M. (2019). *Structural Equation Modelling (SEM) Berbasis Varian: Konsep Dasar dan Aplikasi dengan Program SmartPLS 3.2.8 dalam Riset Bisnis*. PT Inkubator Penluis Indonesia.
- Hanan, E. N., Silviana, D. A., Noorend, F. M., & Abdullah, M. (2024). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Gojek Wilayah Jakarta. *Jurnal Manajemen Dirgantara*, 17(1), 235–249.
- Hariono, R., & Marlina, M. A. E. (2021). Pengaruh Harga, Lokasi, dan Kualitas

Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Mediator pada Star Motor Carwash. *Performa: Jurnal Manajemen Dan Start-Up Bisnis*, 6(1), 1–10.

Hasan, A., Yusdarwin, A., & Otoluwa, N. I. (2025). Pengaruh Kemudahan Penggunaan dan Kualitas Interaksi Pelayanan Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Konsumen E-Wallet di Provinsi Sulawesi Selatan. *Jurnal Manajemen Bisnis Dan Kewirausahaan*, 9(1), 181–194.

Irawan, I. C., & Wabiser, K. (2025). Analisis Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Toko Ritel Modern di Nabire Dimediasi Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Maneksi*, 14(01), 74–83.

Ismi, R. N., & Abdilla, M. (2023). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Layanan, dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Loyalitas Konsumen yang dimediasi Oleh Kepuasan Konsumen. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Dharma Andalas*, 25(2), 428–441. <https://doi.org/10.47233/jebd.v25i2.973>

Izah Farida, A., & Prabowo, B. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepercayaan Merek dan Harga Terhadap Loyalitas Konsumen Melalui Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening Pada Pengguna Aplikasi E-Commerce Zalora Surabaya. *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, 4(2), 1449–1458. <http://journal.yrpiiku.com/index.php/msej>

Jannah, S. A., & Hayuningtias, K. A. (2024a). Pengaruh Kualitas Produk dan Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Serta Dampaknya pada Loyalitas Pelanggan. *Jesya (Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah)*, 7(1), 489–500. <https://ejournal.unesa.ac.id/index.php/jupe/article/view/36354>

Jannah, S. A., & Hayuningtias, K. A. (2024b). Pengaruh Kualitas Produk dan Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Serta Dampaknya pada Loyalitas Pelanggan. *Jesya (Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah)*, 7(1), 489–500.

Jeremiah, A., & Tarigan, A. (2023). Pengaruh Promosi, Gamifikasi, dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Loyalitas Konsumen Di Aplikasi Shopee. *Jurnal Digismantech*, 3(1), 48–65.

Kadis, T. S., & Sudrajat, A. (2023). Pengaruh Harga, Promosi, dan Inovasi Terhadap Loyalitas Pelanggan Go-Jek di Jakarta Timur. *Jurnal Ekonomi Dan Manajemen Teknologi (EMT)*, 7(2), 334–343.

Khasanah, N. U., Hidayati, N., & Arsyianto, M. T. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, dan Citra Perusahaan Terhadap Loyalitas Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening pada Grab Malang (Studi Kasus pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Malang). *E-Journal Riset Manajemen*, 13(01), 401–411.

Kotler, P., & Amstrong, G. (2015). *Marketing an Introducing Prentice Hall* (Twelfth Edi). Pearson Education, Inc.

- Kotler, P., & Armstrong, G. (2012). *Prinsip-Prinsip Pemasaran* (Edisi Kedu). Penerbit Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2007). *Manajemen Pemasaran* (Edisi 12). PT Indeks.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2008). *Manajemen Pemasaran* (Edisi ke-13 (ed.)). Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2012). *Manajemen Pemasaran* (Jilid 1). Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (Edisi 14.). Pearson Pretince Hall.
- Kuswandi, D., & Nuryanto, G. (2021). Pengaruh Harga, Promosi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Indonesia Sosial Teknologi*, 2(10), 1705–1722. <https://doi.org/10.36418/jist.v2i10.255>
- Larasati, N. R., Kamase, J., & Arfah, A. (2021). Pengaruh Harga Dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Minat Bertransaksi Ulang Aplikasi OVO Pada Mahasiswa Magister Manajemen Angkatan 48 Pascasarjana Universitas Muslim Indonesia. *TATA KELOLA : Jurnal Magister Manajemen Universitas Muslim Indonesia*, 8(1), 143–169. <http://pasca-umi.ac.id/index.php/tata>
- Leke, R. M., Welsa, H., & Cahya, A. D. (2023). Pengaruh Citra Merek dan Harga terhadap Loyalitas Pelanggan Indomie Goreng dengan Kepuasan sebagai Variabel Intervening. *J-MAS (Jurnal Manajemen Dan Sains)*, 8(1), 352–359. <https://doi.org/10.33087/jmas.v8i1.1007>
- Lomi, P. M., & Iswati. (2024). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan pada Jastipsamaaku. *Socius: Jurnal Penelitian Ilmu-Ilmu Sosial*, 1(12), 531–539. <https://doi.org/10.34005/kinerja.v4i1.1698>
- Manihuruk, B. K. (2023). Analisis Kualitas Produk dan Promosi Terhadap Loyalitas Pelanggan dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening Pada PT Shopee Indonesia. *Journal Business and Management*, 1(1), 11–23. https://ejournal.uhn.ac.id/index.php/business_management
- Mediti, O. C. S. P. (2020). Analisis Pengaruh Harga dan Kualitas Layanan Elektronik Terhadap Kepuasan Konsumen pada Pengguna Aplikasi Shopee. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 8(4), 1290–1300.
- Munfaqiroh, S., & Dea, D. W. A. D. R. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kemudahan Terhadap Loyalitas Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Manajemen Dirgantara*, 15(1), 122–132.
- Muqodasih, L. D., & Indriastuti, A. (2023). Peran Kualitas Pelayanan, Kepercayaan Dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Kepuasan Konsumen Shopee. *JURNAL CAPITAL : Kebijakan Ekonomi, Manajemen Dan Akuntansi*, 5(2),

41–52. <https://doi.org/10.33747/capital.v5i2.195>

Musyaffi, A. M., Khairunnisa, H., & Respati, D. K. (2021). *Konsep Dasar Structural Equation Model - Partial Least Square SEM-PLS Menggunakan SmartPLS*. Anggota IKAPI.

Nabil, N., & Dwiridotjahjono, J. (2024). Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan Jasa Transportasi Online Gojek Melalui Kepuasan Pelanggan sebagai Variabel Intervening: Studi pada Mahasiswa FISIP UPN Veteran Jawa Timur. *Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 6(5), 3478–3496. <https://doi.org/10.47467/alkharaj.v6i5.925>

Nainggolan, L. P. S. I., Abdullah, M. A.-F., & Perkasa, D. H. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kemudahan Penggunaan dan Persepsi Keamanan Terhadap Keputusan Penggunaan Go Transit (Studi Kasus Stasiun Tanah Abang). *Jurnal Neraca Manajemen, Akuntansi Ekonomi*, 1(3), 1–16.

Nofindri, M. L., Sutarjo, A., & Hadya, R. (2021). Pengaruh Harga dan Lokasi Terhadap Loyalitas Konsumen dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening di Mini Market Wirda Kota Padang. *Matua Jurnal (Pengembangan Ilmu Manajemen Dan Bisnis)*, 3(1), 59–72. <https://garuda.kemdikbud.go.id/documents/detail/2280658>

Oktaviani, L., Asmin, E. A., & Andari, T. T. (2024). Keputusan Penggunaan Dompot Digital Gopay dan OVO Memediasi Persepsi Kemudahan dan Keamanan Terhadap Loyalitas Pelanggan. *Jurnal Inovasi Dan Manajemen Bisnis*, 6(2), 1–33. <https://journalpedia.com/1/index.php/jimb/article/view/1036>

Parera, I. A. C., & Harsoyo, T. D. (2025). Pengaruh Fitur Layanan, Persepsi Manfaat, dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Kepuasan Pengguna Aplikasi Brimo. *SAKOLA: Journal of Sains Cooperative Learning and Law*, 2(1), 438–447.

Pitaloka, E. S. R., & Wati, K. M. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kemudahan Penggunaan, dan Promosi terhadap Loyalitas Pelanggan pada Pengguna Go Food (Studi pada Mahasiswa Universitas Jenderal Achmad Yani Yogyakarta). *Kompeten: Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 2(2), 557–567. <https://doi.org/10.57141/kompeten.v2i2.73>

Pratondo, K., Zaid, Bidul, S., & Aisyah, S. (2024). Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan melalui Citra Perusahaan (Studi Kasus pada Bisnis Ritel TokoMu). *Journal Of Social Science Research*, 4, 3675–3686.

PT. Antar Global Prospero. (2024). *Agros Shipper*. <https://www.agros.co.id/shipper>

Putra, A., & Fietroh, M. N. (2023). Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Harga Dan Promosi Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Pengguna Shopee. *Advantage: Journal of Management and Business*, 1(1), 28–32. <https://doi.org/10.61971/advantage.v1i1.3>

- Putra, D. N. G., & Raharjo, S. T. (2021). Analisis Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Kualitas Layanan, dan Persepsi Manfaat Terhadap Loyalitas Pengguna dengan Kepuasan Pengguna Sebagai Variabel Intervening (Studi pada Pengguna Aplikasi Grab di Kota Semarang). *Diponegoro Journal of Management*, 10(6), 1–15. <http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/dbr>
- Rinjani, S. F. (2024). Analisis Pengaruh Kepuasan Pelanggan dan Kualitas Layanan terhadap Loyalitas Pelanggan Dalam Industri Jasa Gojek. *Jurnal Multidisiplin West Science*, 03(06), 764–771. <https://doi.org/10.58812/jmws.v3i06.1287>
- Rizky, I. fatkhu, & Fatmala, I. A. (2021). Pengaruh Stres Kerja Terhadap Kepuasan Kerja Dengan Kompensasi Sebagai Variabel Moderasi (Studi Karyawan Divisi Kurir J&T Express Di Madiun). *Seminar Inovasi Manajemen Bisnis Dan Akuntansi* 3, 3, 1–12.
- Rizkyta, A., Widiyanto, & Farida, N. (2024). Pengaruh eWOM (Electronic Word of Mouth) dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Konsumen Melalui Kepuasan Sebagai Variabel Intervening (Studi pada Konsumen Shopee Kota Semarang). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 13(1), 58–67.
- Rojuaniah, Savira, K. P., Syah, T. Y. R., Havidz, I. L. H., & Winata, T. T. (2024). Kualitas Pelayanan, Pengalaman, Kepuasan dan Perilaku Keluhan terhadap Loyalitas Pelanggan. *Ekonomis: Journal of Economics and Business*, 8(1), 329–336. <https://doi.org/10.33087/ekonomis.v8i1.1386>
- Safitri, S. G., & Dewi, S. S. (2025). Kualitas Layanan dan Kemudahan Penggunaan sebagai Kunci Kepuasan Pelanggan Gojek di Politeknik Negeri Bandung. *Jurnal Ilmiah Bisnis & Kewirausahaan*, 14(1), 149–160.
- Samara, A., & Susanti, M. (2023). Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Pengalaman Pengguna Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Penggunaan Aplikasi DompotDigital (E-Wallet) di Kalangan Mahasiswa Universitas Buddhi Dharma. *Jura: Jurnal Riset Akuntansi*, 1(2), 249–260. <https://jurnal.itbsemarang.ac.id/index.php/JURA/article/view/700>
- Samsuri, Algafiky, R., & Gunawan, R. (2024). Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening (Studi Empiris pada CV. Ara Turangga Putra Megamendung Bogor). *Jurnal Manajemen Dinamis*, 6(2), 122–136.
- Santosa, P. I. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif Pengembangan Hipotesis dan Pengujiannya Menggunakan SmartPLS*. CV. Andi Offset.
- Saputri, F. S., & Sukresna, I. M. (2022). Pengaruh Kualitas Layanan Website, Kemudahan Penggunaan Website, Keamanan Website, dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi pada E-commerce Shopee). *Jurnal Akuntansi Dan Pajak*, 23(02), 2022, p.1-17, 23(02), 1–17.
- Sari, A. R., & Dwiridotjahjono, J. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Melalui Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening pada

- Pengguna Gojek di Kabupaten Lamongan. *SEIKO : Journal of Management & Business*, 6(1), 670–679. <https://doi.org/10.37531/sejaman.v6i1.3889>
- Sari, R. K., & Sari, D. K. (2022). Pengaruh Kualitas Layanan, Kemudahan Penggunaan dan Brand Image Terhadap Loyalitas Pengguna Microsoft dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening di Sidoarjo. *Jurnal Ekonomi, Bisnis Dan Pendidikan (JEBP)*, 2(7), 665–680. <https://doi.org/10.17977/um066v2i72022p665-680>
- Saribu, A. L. N. D., Dimas, Sabrina, H., Syahrial, H., & Hasman, H. C. P. (2024). Pengaruh Kepuasan, Kepercayaan dan Kemudahan Penggunaan terhadap Loyalitas Pelanggan pada Marketplace Shopee di Kecamatan Medan Helvetia. *Multidisciplinary Indonesian Center Journal (MICJO)*, 1(1), 99–111.
- Satriadi, Wanawir, Hendrayani, E., Siwiyanti, L., & Nursaidah. (2021). *Manajemen Pemasaran*. Penerbit Samudra Biru.
- Setyani, I., Farida, U., & Rapini, T. (2024). Pengaruh Kemudahan Akses Dan Manfaat Aplikasi Terhadap Loyalitas Melalui Kepuasan Nasabah Sebagai Variabel Intervening Dalam Menggunakan Aplikasi Mobile Banking BRI Di Ponorogo. *INNOVATIVE: Journal of Social Science Research*, 4(4), 3581–3600.
- Siswati, E., Iradawaty, S. N., & Imamah, N. (2024). Customer Relationship Management Dan Implementasinya Pada Perusahaan Kecil. In *Cv.Eureka Media Aksara*. CV Eureka Media Aksara.
- Solikha, S., & Suprpta, I. (2020). Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus pada PT. Go-Jek). *Jurnal Ekobis: Ekonomi, Bisnis & Manajemen*, 10(1), 67–81.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Penerbit Alfabeta.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.
- Suhartono, & Rahayu, D. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Jasa Pelatihan Uvi Consultant Yogyakarta). *Jurnal Manajemen*, 11(1), 64–75. <https://doi.org/10.26460/jm.v11i1.2273>
- Sulistiyowati, W. (2018). *Kualitas Layanan: Teori dan Aplikasinya*. Umsida Press.
- Supangkat, D. A., Arifin, R., & Hufon, M. (2020). Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, Harga dan Lokasi terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening (Studi pada Pelanggan Warung Kopi Kedai Singgah Malang). *E-Journal Riset Manajemen*, 9(7), 164–186.
- Teiseran, V. M., Gunardi, W. D., & Fushen. (2024). Peran Kualitas Layanan dan

Kepuasan Pelanggan dimediasi oleh Pengaruh Citra Merek pada Loyalitas Pelanggan Klinik Estetika Beautyxpert. *YUME: Journal of Management*, 7(3), 1422–1436.

Tjiptono, F. (2014). *Service, Quality & Satisfaction* (Edisi 3). Penerbit ANDI.

Wantoro, B. C. E., Larassaty, A. L., Zaki, A., & Sholikhah, A. (2025). Pengaruh Variasi Menu dan Harga terhadap Loyalitas Pelanggan Gen'z Mie Gacoan di Sidoarjo dengan Keputusan Pembelian sebagai Variabel Mediasi. *Jurnal Lentera Bisnis*, 14(2), 1112–1129. <https://doi.org/10.34127/jrlab.v14i2.1427>

Yudianto, Martaleni, & Astuti, R. (2023). Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening Pada Savana Hotel & Convention Malang. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 6(2), 1026–1040. <http://ejurnal.ung.ac.id/index.php/JIMB>

Yularrani, N., Navanti, D., & Sumantyo, F. D. S. (2024). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Citra Perusahaan Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan Sebagai Variable Intervening Pada Bank KB Bukopin MT Haryono Jakarta. *Jurnal Penelitian Ekonomi Manajemen Dan Bisnis (JEKOMBIS)*, 3(2), 152–166. <https://doi.org/10.55606/jekombis.v3i2.3484>

Yulita, L., Solihat, A., Roisah, R., Djunarto, & Trijumansyah, A. (2023). Pengaruh Kemudahan Penggunaan Dan Keamanan Transaksi Terhadap Kepuasan Konsumen Aplikasi Kredivo. *Service Management Triangle: Jurnal Manajemen Jasa*, 5(2), 112–121. <https://doi.org/10.51977/jsj.v5i2.1434>

Zahara, N., Salfadri, & Anggaraini, M. D. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Tiket Terhadap Loyalitas Konsumen Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada PT Kereta Api Divisi Regional II Sumatera Barat)". *JM : Jurnal Matua*, 3(4), 786–801.

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. <https://doi.org/10.36407/jmsab.v3i1.121>