



## JURNAL MANAJEMEN PENDIDIKAN DAN ILMU SOSIAL (JMPIS)

E-ISSN : 2716-375X  
P-ISSN : 2716-3768

<https://dinastirev.org/JMPIS>

[dinasti.info@gmail.com](mailto:dinasti.info@gmail.com)

+62 811 7404 455

DOI: <https://doi.org/10.38035/jmpis.v5i2>

Received: 05 Februari 2024, Revised: 08 Februari 2024, Publish: 15 Februari 2024

<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>

## Pengaruh Kualitas Layanan, Kebijakan Publik dan Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan

Krisman Damanik<sup>1</sup>, Magdalena Sinaga<sup>2</sup>, Sarinah Sihombing<sup>3</sup>, Masjraul Hidajat<sup>4</sup>, Otto Sugiharto Prakoso<sup>5</sup>

<sup>1</sup>Teknik Dirgantara, Institut Transportasi dan Logistik Trisakti, Indonesia, email:

[krismandamanik@yahoo.com](mailto:krismandamanik@yahoo.com)

<sup>2</sup>Institut Transportasi dan Logistik Trisakti, Indonesia, email: [magdalenasinaga29@gmail.com](mailto:magdalenasinaga29@gmail.com)

<sup>3</sup>Institut Transportasi dan Logistik Trisakti, Indonesia, email: [sarinah.stmt@gmail.com](mailto:sarinah.stmt@gmail.com)

<sup>4</sup>Institut Transportasi dan Logistik Trisakti, Indonesia, email: [masjraul@gmail.com](mailto:masjraul@gmail.com)

<sup>5</sup>Teknik Dirgantara, Institut Transportasi dan Logistik Trisakti, Indonesia, email:

[ottoprakoso@gmail.com](mailto:ottoprakoso@gmail.com)

Korespondensi Penulis: Sarinah Sihombing<sup>3</sup>

**Abstract:** *The Influence of Service Quality, Public Policy and Customer Satisfaction on Customer Loyalty is a scientific article on literature studies within the scope of Land Transportation. The aim of this article is to build a hypothesis of influence between variables that will be used in further research. Research objects in online libraries, Google Scholar, Mendeley and other academic online media. The research method using the research library comes from e-books and open access e-journals. Qualitative descriptive analysis. The results of this article: 1) Service Quality influences Customer Loyalty; 2) Public Policy influences Customer Loyalty; and 3) Customer Satisfaction influences Customer Loyalty.*

**Keywords:** *Customer Loyalty, Service Quality, Public Policy, Customer Satisfaction*

**Abstrak:** Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kebijakan Publik Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan merupakan artikel ilmiah studi literatur dalam lingkup Transportasi Darat. Tujuan artikel ini adalah untuk membangun hipotesis pengaruh antar variabel yang akan digunakan dalam penelitian selanjutnya. Objek penelitian di perpustakaan online, Google Scholar, Mendeley dan media online akademik lainnya. Metode penelitian menggunakan penelitian perpustakaan yang bersumber dari *e-book* dan *e-journal open access*. Analisis deskriptif kualitatif. Hasil penelitian ini: 1) Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan; 2) Kebijakan Publik berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan; dan 3) Kepuasan Pelanggan berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan.

**Kata Kunci:** Loyalitas Pelanggan, Kualitas Layanan, Kebijakan Publik, Kepuasan Pelanggan

### PENDAHULUAN

Setiap mahasiswa baik Strata 1, Strata 2 dan Strata 3, harus melakukan riset dalam bentuk skripsi, tesis dan disertasi. Begitu juga bagi dosen, peneliti dan tenaga fungsional lainnya aktif melakukan riset dan membuat artikel ilmiah untuk di publikasi pada jurnal-jurnal ilmiah.

Karya ilmiah merupakan sebagai salah syarat bagi mahasiswa untuk menyelesaikan studi pada sebagian besar Perguruan Tinggi di Indonesia. Ketentuan ini berlaku untuk semua level jenjang pendidikan yaitu Skripsi strata satu (S1), tesis strata dua (S2) Disertasi strata tiga (S3).

Berdasarkan pengalaman empirik banyak mahasiswa dan author yang kesulitan dalam mencari artikel pendukung untuk karya ilmiahnya sebagai penelitian terdahulu atau sebagai penelitian yang relevan. Artikel yang relevan di perlukan untuk memperkuat teori yang di teliti, untuk melihat hubungan atau pengaruh antar variabel dan membangun hipotesis. Artikel ini membahas pengaruh Kualitas Layanan, Kebijakan Publik, dan Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan, suatu studi literature review dalam bidang Transportasi Darat.

Berdasarkan latar belakang maka tujuan penulisan artikel ini adalah membangun hipotesis untuk riset selanjutnya, yaitu untuk merumuskan: 1) Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Loyalitas Pelanggan; 2) Pengaruh Kebijakan Publik terhadap Loyalitas Pelanggan; dan 3) Pengaruh Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan.

## **METODE**

Metode penulisan artikel *Literature Review* adalah dengan metode Kajian Pustaka (*library research*) dan *Systematic Literature Review (SLR)*, di analisis secara kualitatif, bersumber dari aplikasi online *Google Scholar*, *Mendeley* dan aplikasi akademik online lainnya. *Systematic Literature Review (SLR)* didefinisikan sebagai proses mengidentifikasi, menilai dan menafsirkan semua bukti penelitian yang tersedia dengan tujuan untuk menyediakan jawaban untuk pertanyaan penelitian secara spesifik (Kitchenham et al., 2009).

Dalam analisis kualitatif, kajian pustaka harus digunakan secara konsisten dengan asumsi-asumsi metodologis. Salah satu alasan untuk melakukan analisis kualitatif yaitu penelitian tersebut bersifat eksploratif, (Ali, H., & Limakrisna, 2013).

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **Hasil**

Berdasarkan latar belakang, tujuan dan metode, maka hasil artikel ini adalah sebagai berikut:

### **Loyalitas Pelanggan**

*Customer Loyalty* di definisikan sebagai salah satu cara memberikan kualitas pelayanan kepada pelanggan agar sesuai harapan pelanggan (Sinollah & Masruroh, 2019). Konsep *customer loyalty* sangat krusial untuk setiap organisasi bisnis (S. A. Bhat et al., 2018). Evaluasi terperinci dari pelanggan mengarah ke layanan. Jika evaluasi akhir menguntungkan, efektivitas layanan ini akan terpengaruh *customer satisfaction* (J.A.Bhat, 2014). *Customer loyalty* merefleksikan tindakan perilaku yang berkembang dalam diri pelanggan lalu diikuti oleh kebiasaan pembelian ulang (Islamet al., 2021). *Reliability* dan *Customer Satisfaction Reliability* dianggap sebagai salah satu faktor fundamental layanan kualitas yang secara signifikan mempengaruhi *customer satisfaction* adalah penting bahwa perusahaan bisnis memberikan layanan secara akurat di tempat pertama (Dahleez et al., 2021).

Loyalitas Pelanggan ini sudah banyak di teliti oleh peneliti sebelumnya di antaranya adalah: (Setiawan et al., 2021), (Hidayati et al., 2022), (Novianty et al., 2021).

### **Kualitas Layanan**

Kualitas Layanan adalah mengacu pada tingkat kepuasan yang dimiliki klien terhadap barang atau jasa yang ditawarkan oleh bisnis atau organisasi (Pambudi et al., 2022). Aspek kualitas layanan mencakup komunikasi, respons, keandalan, kecepatan, dan kapasitas untuk

memenuhi atau melampaui harapan klien. Dalam masa persaingan yang ketat, kemampuan perusahaan untuk menyediakan layanan berkualitas tinggi sangat penting bagi keberhasilannya (Yuliantini et al., 2022).

Kualitas Layanan adalah metrik atau evaluasi seberapa baik suatu barang atau jasa memenuhi atau melampaui permintaan dan harapan klien. Ini mencakup sejumlah elemen, termasuk keterampilan pemecahan masalah, daya tanggap, ketergantungan, kecepatan, dan kemudahan penggunaan. Kesesuaian antara apa yang dijanjikan kepada pelanggan dan apa yang diberikan mendefinisikan layanan berkualitas tinggi, sehingga menghasilkan pengalaman pelanggan yang positif dan berkembangnya kepercayaan (Sihombing et al., 2022).

Dimensi, indikator, sintesis atau faktor Kualitas Layanan meliputi: 1) Responsivitas, di mana kapasitas organisasi untuk menjawab permintaan, pertanyaan, atau keluhan klien secara tepat waktu dan efisien; 2) Keandalan, mengacu pada kapasitas perusahaan untuk memenuhi janjinya mengenai layanan yang berkelanjutan dan dapat diandalkan; 3) Keberlanjutan, menunjukkan bahwa perusahaan dapat terus memberikan layanan berkualitas tinggi untuk jangka waktu yang lama; dan 4) Keadilan, terdiri dari memperlakukan setiap konsumen secara setara dan tanpa prasangka (Putra et al., 2020).

Kualitas Layanan ini sudah banyak diteliti oleh peneliti sebelumnya di antaranya adalah: (Sihombing et al., 2023), (Gultom et al., 2022), (Saputra et al., 2023).

### **Kebijakan Publik**

Kebijakan publik adalah apapun yang dipilih pemerintah untuk dilakukan atau tidak dilakukan. Konsep *Thomas Dye* ini masih sangat luas karena kebijakan publik mencakup sesuatu yang tidak dilakukan pemerintah disamping yang dilakukan pemerintah dalam menghadapi suatu masalah publik (Mahaputra & Saputra, 2022). Kebijakan publik adalah kebijakan yang dibuat oleh pemerintah selaku pembuat kebijakan yang di dalamnya mengatur perintah-perintah mengenai apa yang harus dilakukan oleh kelompok-kelompok yang berkepentingan untuk mencapai tujuan tertentu dalam masyarakat (Haitao & Ali, 2022).

Dimensi, indikator, sintesis atau faktor kebijakan publik meliputi: 1) Tujuan kebijakan, di mana menunjukkan tercapai atau tidaknya tujuan yang diharapkan dari suatu kebijakan. Hal ini memerlukan kesadaran akan masalah yang ada, menetapkan tujuan yang tepat, dan mendapatkan hasil yang diharapkan; 2) Efisiensi, menentukan sejauh mana pemborosan dapat dihindari dan sumber daya yang digunakan untuk melaksanakan kebijakan digunakan seefisien mungkin; 3) Keadilan, menekankan sejauh mana kebijakan tersebut memperlakukan semua pihak secara setara dan adil, 4) Dampak sosial dan ekonomi, menunjukkan bagaimana kebijakan mempengaruhi masyarakat dan perekonomian secara keseluruhan, dengan mempertimbangkan perubahan dalam pertumbuhan ekonomi, kesetaraan, dan tingkat kemiskinan; 5) Partisipasi masyarakat, menentukan tingkat keterlibatan masyarakat dalam perencanaan, pelaksanaan, dan penilaian kebijakan; dan 6) Keberlanjutan, menunjukkan apakah kebijakan tersebut dapat dipertahankan dan dipertahankan dari waktu ke waktu tanpa menimbulkan dampak negatif yang besar (Saputra et al., 2022).

Kebijakan publik ini sudah banyak diteliti oleh peneliti sebelumnya di antaranya adalah: (Saputra et al., 2022), (Mahaputra & Saputra, 2022), (Haitao & Ali, 2022).

### **Kepuasan Pelanggan**

Kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa yang muncul setelah membandingkan persepsi pelanggan terhadap hasil dari suatu produk dengan harapannya. Karena pelanggan yang bahagia cenderung menjadi pelanggan setia, yang pada gilirannya dapat meningkatkan retensi pelanggan, merujuk produk atau layanan kepada orang lain, dan mendukung pertumbuhan bisnis jangka panjang, kepuasan pelanggan merupakan ukuran penting efektivitas perusahaan (Ulhaq et al., 2020).

Kepuasan pelanggan merupakan tingkat kepuasan yang dimiliki klien terhadap barang atau jasa yang mereka peroleh dari suatu bisnis atau institusi. Evaluasi pelanggan mengenai seberapa baik suatu barang atau jasa memenuhi atau melampaui aspirasi, persyaratan, dan harapan mereka disertakan dalam hal ini (Octoriviano et al., 2022).

Dimensi, indikator, sintesis atau faktor kepuasan pelanggan meliputi: 1) Kualitas produk atau layanan, adalah salah satu metrik utama yang digunakan untuk menilai seberapa efektif suatu produk atau layanan memenuhi atau melampaui harapan konsumen dalam hal kinerja, fitur, dan ketergantungan; 2) Responsivitas perusahaan, menunjukkan seberapa baik suatu bisnis menangani persyaratan, pertanyaan, dan keluhan pelanggannya secara tepat waktu dan efektif; dan 3) Kemudahan penggunaan, menunjukkan betapa sederhananya bagi pengguna untuk menggunakan produk atau layanan tanpa menghadapi tantangan yang tidak perlu (Afandi et al., 2021).

Kepuasan Pelanggan ini sudah banyak di teliti oleh peneliti sebelumnya di antaranya adalah: (Yulihapsari et al., 2023), (Ulfah et al., 2020), (Simarmata et al., 2018).

## Review Artikel Relevan

Mereview artikel yang relevan sebagai dasar dalam menetapkan hipotesis penelitian dengan menjelaskan hasil penelitian terdahulu, menjelaskan persamaan dan perbedaan dengan rencana penelitiannya, dari penelitian terdahulu yang relevan seperti tabel 1 dibawah ini.

**Tabel 1. Hasil Penelitian Relevan**

No	Author (Tahun)	Hasil Riset Terdahulu	Persamaan Dengan Artikel Ini	Perbedaan Dengan Artikel Ini	H
1	(Sihombing et al., 2023)	Kualitas Layanan, Harga Tiket dan Kemudahan Transaksi berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan	Kualitas Layanan berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan	Harga tiket dan kemudahan transaksi berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan	H1
2	(Lustono, 2020)	Kualitas Layanan dan Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan	Kualitas Layanan berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan	Harga berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan	H1
3	(Hanggara et al., 2022)	Kebijakan Publik dan Kualitas Layanan Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan	Kebijakan Publik berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan	Kualitas Layanan dan Harga berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan	H2
4	(Yulistiana et al., 2018)	Kebijakan Publik dan Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan	Kebijakan Publik berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan	Harga berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan	H2
5	(Supertini et al., 2020)	Kepuasan Pelanggan dan Kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan	Kepuasan Pelanggan berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan	Kepercayaan berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan	H3
6	(Dharmawansyah, 2013)	Kepuasan Pelanggan dan <i>Experiential Marketing</i> berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan	Kepuasan Pelanggan berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan	<i>Experiential Marketing</i> berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan	H3

## Pembahasan

Berdasarkan hasil penelitian maka pembahasan artikel ini adalah melakukan review artikel yang relevan, analisis pengaruh antar variabel dan membuat konseptual berfikir rencana penelitian:

### Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Loyalitas Pelanggan

Kualitas Layanan adalah mengacu pada tingkat kepuasan yang dimiliki klien terhadap barang atau jasa yang ditawarkan oleh bisnis atau organisasi. Aspek kualitas layanan mencakup

komunikasi, respons, keandalan, kecepatan, dan kapasitas untuk memenuhi atau melampaui harapan klien. Dalam masa persaingan yang ketat, kemampuan perusahaan untuk menyediakan layanan berkualitas tinggi sangat penting bagi keberhasilannya.

Prinsip atau konsep Kualitas Layanan meliputi: 1) Responsivitas, mengacu pada kapasitas perusahaan untuk secara cepat dan berhasil memenuhi tuntutan dan keinginan kliennya; 2) Keandalan, menyoroti kebutuhan untuk menawarkan layanan reguler, dapat diandalkan, dan tepat kepada klien; 3) Keamanan, mencakup menjaga privasi klien dan data pribadi selama interaksi bisnis; 4) Empati, merupakan suatu pengertian yang menghimbau agar insan perusahaan memahami, memperhatikan, dan menunjukkan kepedulian terhadap tuntutan dan permasalahan pelanggan; dan 5) Personalisasi, adalah gagasan di mana bisnis berupaya menawarkan layanan yang disesuaikan dengan kebutuhan dan preferensi unik setiap pelanggan.

Kualitas Layanan berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan, jika Kualitas Layanan dipersepsikan dengan baik maka Loyalitas Pelanggan akan dipersepsikan baik pula. Maka penting bagi dunia usaha dan organisasi untuk berkonsentrasi meningkatkan kualitas layanan yang mereka tawarkan. Hal ini dapat dicapai dengan beberapa cara, seperti memastikan bahwa layanan berkualitas tinggi secara konsisten diberikan, bereaksi dengan cepat dan efisien terhadap permintaan klien, meningkatkan komunikasi pelanggan-perusahaan, dan secara teratur menilai dan menyempurnakan prosedur layanan berdasarkan masukan pelanggan. Oleh karena itu, mengeluarkan uang untuk meningkatkan kualitas layanan tidak hanya akan meningkatkan kepuasan klien tetapi juga menumbuhkan dan mempertahankan loyalitas klien yang kuat, yang keduanya penting bagi kesuksesan bisnis atau organisasi dalam jangka panjang.

Faktor-faktor yang mempengaruhi Kualitas Layanan meliputi: 1) Keterampilan dan pengetahuan, merupakan elemen penting. Tingkat pengalaman dan pengetahuan yang dimiliki karyawan ketika menawarkan layanan akan mempengaruhi seberapa sukses klien dilayani; 2) Desain proses layanan, prosedur yang dipikirkan dengan matang dapat meningkatkan efektivitas dan efisiensi pemberian layanan klien; 3) Komunikasi, di mana untuk menjamin bahwa permintaan dan harapan klien sepenuhnya diakui dan dipenuhi, komunikasi yang terbuka, jujur, dan efisien akan sangat membantu; 4) Sistem teknologi informasi, di mana penggunaan teknologi yang tepat dapat meningkatkan kenyamanan, akurasi, dan efisiensi penyampaian layanan pelanggan; dan 5) Budaya organisasi, di mana karyawan akan lebih cenderung untuk bertindak proaktif dalam memenuhi kebutuhan pelanggan dan mengembangkan pengalaman positif dalam budaya yang menghargai layanan pelanggan yang sangat baik.

Untuk meningkatkan Loyalitas Pelanggan dengan memperhatikan Kualitas Layanan, maka yang harus dilakukan oleh manajemen adalah meningkatkan keterampilan dan pengetahuan, melakukan desain proses layanan, komunikasi yang baik, penerapan sistem teknologi informasi dan budaya organisasi yang baik

Kualitas Layanan berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan, hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh: (Saputra et al., 2023), (Jumawan et al., 2023), (Sawitri et al., 2023).

### **Pengaruh Kebijakan Publik terhadap Loyalitas Pelanggan**

Kebijakan publik adalah kebijakan yang dibuat oleh pemerintah selaku pembuat kebijakan yang di dalamnya mengatur perintah-perintah mengenai apa yang harus dilakukan oleh kelompok-kelompok yang berkepentingan untuk mencapai tujuan tertentu dalam masyarakat

Prinsip-prinsip atau konsep Kebijakan Publik meliputi: 1) Keberlanjutan dalam pemasaran, di mana persyaratan untuk membuat kebijakan yang mempertimbangkan dampak sosial dan lingkungan jangka panjang selain manfaat ekonominya; 2) Inklusivitas, menyoroti

betapa pentingnya memastikan bahwa strategi pemasaran melayani semua kelompok yang relevan, termasuk konsumen, produsen, dan masyarakat luas; 3) Transparansi, di mana sebuah teori yang menyoroti betapa pentingnya memberikan informasi yang jujur dan transparan kepada pelanggan mengenai barang, jasa, atau strategi pemasaran perusahaan; 4) Keadilan dalam pemasaran, di mana persyaratan untuk menjamin bahwa barang dan jasa diberikan kepada klien tanpa bias atau perlakuan tidak adil; dan 5) Keterlibatan dan partisipasi masyarakat, di mana menggabungkan pelanggan dan pihak terkait lainnya dalam pengembangan dan penilaian strategi pemasaran.

Kebijakan Publik berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan, jika Kebijakan Publik dipersepsikan dengan baik maka Loyalitas Pelanggan akan dipersepsikan baik pula. Hal ini dapat dijelaskan bahwa dapat meningkatkan tingkat kepercayaan konsumen terhadap perusahaan atau merek. Akibatnya, pelanggan mungkin mengalami sentimen loyalitas merek, dan mereka lebih cenderung untuk terus memilih dan memanfaatkan barang dan jasa dari perusahaan yang mereka yakini berdedikasi untuk menawarkan harga yang wajar dan layanan pelanggan yang sangat baik. Selain itu, strategi pemasaran yang kuat dapat meningkatkan hubungan antara konsumen dengan dunia usaha atau instansi pemerintah. Pelanggan lebih cenderung bertahan pada suatu merek atau perusahaan jika mereka yakin bahwa strategi pemasaran memahami dan memenuhi kebutuhan dan keinginan mereka.

Faktor-faktor yang mempengaruhi Kebijakan Publik meliputi: 1) Politik dan regulasi, di mana memiliki dampak signifikan terhadap bagaimana kebijakan publik dibentuk dalam kaitannya dengan pemasaran. Undang-undang, peraturan, dan kebijakan pemerintah yang berlaku saat ini memiliki kekuatan untuk membatasi atau mengamankan strategi pemasaran yang dapat diterima atau tidak dapat diterima dan berdampak pada iklim perusahaan secara keseluruhan; 2) Faktor sosial dan budaya, di mana reaksi kebijakan publik dan perlunya modifikasi atau penyesuaian terhadap metode pemasaran dapat dipengaruhi oleh nilai, norma, dan sikap masyarakat mengenai berbagai masalah pemasaran; 3) Faktor ekonomi, di mana keadaan perekonomian dapat berdampak pada peraturan pemerintah yang berkaitan dengan pemasaran, seperti peraturan yang mengatur penetapan harga, distribusi, dan promosi produk atau jasa; 4) Faktor teknologi, di mana kemajuan teknologi informasi dan komunikasi, misalnya, dapat mempengaruhi cara promosi barang atau jasa dan menghadirkan kemungkinan atau permasalahan baru dalam pembuatan kebijakan; dan 5) Faktor lingkungan global, di mana dengan memperkuat seruan terhadap praktik pemasaran yang bertanggung jawab secara sosial dan ekologi, berbagai faktor termasuk tren globalisasi, perubahan iklim, dan tantangan sosial dan lingkungan juga dapat berdampak pada kebijakan publik terkait pemasaran.

Kebijakan Publik berperan terhadap Loyalitas Pelanggan, ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh: (Saputro et al., 2022), (Mahaputra & Saputra, 2022), (Haitao & Ali, 2022).

### **Pengaruh Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan.**

Kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa yang muncul setelah membandingkan persepsi pelanggan terhadap hasil dari suatu produk dengan harapannya. Karena pelanggan yang bahagia cenderung menjadi pelanggan setia, yang pada gilirannya dapat meningkatkan retensi pelanggan, merujuk produk atau layanan kepada orang lain, dan mendukung pertumbuhan bisnis jangka panjang, kepuasan pelanggan merupakan ukuran penting efektivitas perusahaan.

Prinsip-prinsip atau konsep Kepuasan Pelanggan meliputi: 1) Kualitas Produk dan layanan, di mana menyoroti pentingnya menawarkan barang dan jasa terbaik, melebihi atau bahkan sesuai dengan harapan klien; 2) Responsivitas, di mana mengacu pada kapasitas bisnis untuk bereaksi terhadap tuntutan, permohonan, atau keluhan klien secara tepat waktu dan efisien; 3) Keandalan, di mana menyoroti perlunya menawarkan layanan yang dapat diandalkan, bebas kesalahan, konstan dan bebas dari ketidakpastian yang tidak perlu; 4)

Komunikasi efektif, di mana pentingnya berkomunikasi secara terbuka dan jujur dengan klien serta memperhatikan kebutuhan dan keinginan klien; 5) Kemudahan penggunaan, di mana betapa pentingnya menciptakan barang dan jasa yang mudah diperoleh dan digunakan oleh klien tanpa kesulitan yang tidak perlu; dan 6) *Value for money*, di mana menekankan pentingnya nilai penawaran yang sejalan dengan biaya yang harus dibayar klien atas barang atau jasa yang diperolehnya.

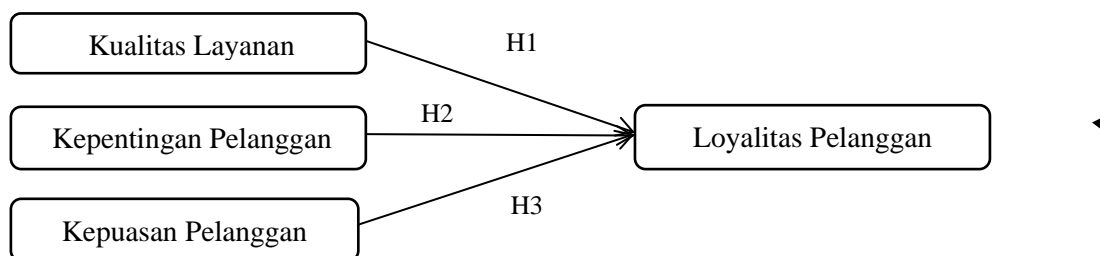
Kepuasan Pelanggan berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan, jika Kepuasan Pelanggan dipersepsikan dengan baik maka Loyalitas Pelanggan akan dipersepsikan baik pula. Hal ini dapat dijelaskan bahwa hubungan positif antara pelanggan dan bisnis dipupuk oleh kepuasan pelanggan yang tinggi. Pelanggan yang senang dengan produk atau layanan suatu perusahaan kemungkinan besar akan loyal dan terus menggunakannya jika mereka yakin perusahaan tersebut telah memenuhi atau melampaui harapan mereka. Selain itu, konsumen yang puas cenderung merujuk barang atau jasa tersebut kepada orang lain, yang dapat membantu mengembangkan pelanggan bisnis. Jadi, ketika pelanggan puas, hal ini akan menghasilkan opini yang baik terhadap bisnis dan penawarannya, sehingga akan meningkatkan loyalitas pelanggan. Secara umum, loyalitas pelanggan yang kuat dikembangkan dan dipelihara oleh kepuasan pelanggan yang baik, menjadikannya aset yang sangat berharga bagi kesuksesan jangka panjang suatu bisnis atau organisasi.

Faktor-faktor yang mempengaruhi Kepuasan Pelanggan meliputi: 1) Kualitas produk dan layanan, di mana kualitas yang unggul akan membuat konsumen lebih bahagia, sedangkan kualitas yang rendah akan membuat mereka kurang puas; 2) Responsivitas perusahaan, kepuasan pelanggan juga dipengaruhi oleh kemampuan seseorang untuk menjawab permintaan, pertanyaan, dan keluhan klien secara tepat waktu dan efisien; 3) Harga, di mana jika konsumen yakin bahwa mereka menerima nilai terbaik dari uang yang mereka keluarkan, kemungkinan besar mereka akan puas; 4) Pengalaman pelanggan (*user experience*), di mana mencakup pertemuan dengan karyawan, proses melakukan pembelian, dan dukungan pasca pembelian, juga dapat memengaruhi seberapa puas mereka; dan 5) Kemudahan penggunaan: di mana kepuasan pelanggan akan meningkat ketika barang dan jasa mudah digunakan dan diperoleh.

Kepuasan Pelanggan berperan terhadap Loyalitas Pelanggan, ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh: (Puspitasari et al., 2017), (Azizah et al., 2022), (Bunga Pertiwi et al., 2022).

### Rerangka Konseptual Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah, penelitian relevan dan pembahasan, maka di peroleh rerangka konseptual artikel ini seperti gambar 1.



Gambar 1. Rerangka Konseptual

Berdasarkan gambar rerangka konseptual di atas, maka: Kualitas Layanan, Kebijakan Publik, dan Kepuasan Pelanggan berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan. Selain dari tiga variabel exogen yang mempengaruhi Loyalitas Pelanggan, masih banyak variabel lain, diantaranya adalah:

- 1) Kualitas Produk: (Ricardo, 2021), (Ali, 2019), (Saputra et al., 2023).

- 2) Harga: (Khaira et al., 2022), (Fauzi & Ali, 2021), (Bali, 2022).
- 3) Tempat: (Ricardianto et al., 2019), (Hidayat et al., 2018), (Agusinta et al., 2017).

## KESIMPULAN

Berdasarkan tujuan, hasil dan pembahasan maka kesimpulan artikel ini adalah untuk merumuskan hipotesis untuk riset selanjutnya, yaitu:

1. Kualitas Layanan berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan;
2. Kebijakan Publik berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan; dan
3. Kepuasan Pelanggan berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan.

## REFERENSI

- Afandi, A., Untung, S., Marina, S., & Majid, S. A. (2021). The Influence of Ship Service Quality and Loading-Unloading Productivity on Port Performance and Its Implications for Customer Satisfaction (Study on Cigading II Terminal). *Advances in Transportation and Logistics Research*, 4, 150–165.
- Agusinta, L., Pahrudin, C., & Wildan, W. (2017). Budaya Perusahaan Dan Kinerja Karyawan Transportasi Udara. *Jurnal Manajemen Transportasi & Logistik (JMTRANSLOG)*, 4(2), 123. <https://doi.org/10.54324/j.mtl.v4i2.97>
- Ali, H., & Limakrisna, N. (2013). Metodologi Penelitian (Petunjuk Praktis Untuk Pemecahan Masalah Bisnis, Penyusunan Skripsi (Doctoral dissertation, Tesis, dan Disertasi. In *In Deppublish: Yogyakarta*.
- Ali, H. (2019). Purchase Decision and Repurchase Models: Product Quality and Process Analysis (Case Study of House Ownership Credit Financing in Permata Sharia Bank Jakarta). *Scholars Bulletin*, 5(9), 526–535. <https://doi.org/10.36348/sb.2019.v05i09.006>
- Azizah, N. N., Nugroho, A., & Mulyani, H. (2022). TRAVEL TIME ANALYSIS OF CIKURAY TRAIN DEPARTING PASARSENEN – GARUT. *Advances in Transportation and Logistics Research*, 5778, 1100–1110.
- Bali, A. Y. (2022). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Loyalitas Konsumen Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Akuntansi, Manajemen Dan Ekonomi*, 1(1), 1–14. <https://doi.org/10.56248/jamane.v1i1.7>
- Bunga Pertiwi, A., Ali, H., & Franciscus Dwikotjo Sri Sumantyo. (2022). Pengaruh Persepsi Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan melalui Kepuasan Pelanggan pada E-commerce Shopee. *Jurnal Ilmu Multidisplin*, 1(2), 537–553. <https://doi.org/10.38035/jim.v1i2.63>
- Dharmawansyah, I. (2013). Pengaruh Experiential Marketing Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi Kasus Pada Rumah Makan Pring Asri Bumiayu). *Management Analysis Journal*, 2(2), 1–10.
- Fauzi, D. H., & Ali, H. (2021). DETERMINATION OF PURCHASE AND REPURCHASE DECISIONS: PRODUCT QUALITY AND PRICE ANALYSIS (CASE STUDY ON SAMSUNG SMARTPHONE CONSUMERS IN THE CITY OF JAKARTA). *Dinasti International Journal of Digital Business Management*, 2(5), 794–810. <https://doi.org/10.31933/dijdbm.v2i5.965>
- Gultom, S., Sihombing, S., Chairuddin, I., Sirait, D. P., Pahala, Y., Setyawati, A., & Susanto, P. C. (2022). Kompetensi TKBM Dalam Mewujudkan Pelayanan Bongkar Muat yang Lebih Efisien dan Efektif di Pelabuhan Cirebon. *ABDI MOESTOPO: Jurnal Pengabdian Pada Masyarakat*, 5(1), 127–132. <https://doi.org/10.32509/abdimoestopo.v5i1.1825>
- Haitao, N., & Ali, H. (2022). THE ROLE OF BANKING AND GOVERNMENT POLICY ON THE ECONOMIC SECTOR DURING THE COVID-19 PANDEMIC. *Dinasti International Journal of Digital Business Management*, 3(2), 161–169.
- Hanggara, F. D., Elba Ridha, A., & Dermawan, A. A. (2022). ANALISIS PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN KEBIJAKAN HARGA TERHADAP LOYALITAS



- KONSUMEN (Studi Kasus: PT. GDI). *Jurnal Rekayasa Sistem Industri*, 7(2), 52–59. <https://doi.org/10.33884/jrsi.v7i2.4537>
- Hidayat, R. D. R., Fahriza, B., Agusinta, L., Setyawan, A., & Marina, S. (2018). Study of the formation of National Logistics Cluster for Disaster Management (KLANASLOG PB) by National Disaster Management Authority (BNPB) to streamline transport for disaster management in Indonesia. *MATEC Web of Conferences*, 229. <https://doi.org/10.1051/matecconf/201822904005>
- Hidayati, N., Hidayat, M., Ruminda, M., Agusinta, L., & Ricardianto, P. (2022). Loyalitas dan Kepuasan Penumpang pada Mass Rapid Transit. *Jurnal Manajemen Transportasi & Logistik (JMTRANSLOG)*, 8(3), 235. <https://doi.org/10.54324/j.mtl.v8i3.646>
- Jumawan, J., Saputra, F., & Prabowo, P. B. (2023). Determinasi Pelatihan Florist dan Kualitas Pelayanan Kewirausahaan Pada Kejutbypugo Kota Bekasi. *OPTIMAL: Jurnal Ekonomi Dan Manajemen*, 3(4), 216–227.
- Khaira, N., Saputra, F., & Syarief, F. (2022). Pengaruh Persepsi Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian di Kafe Sudut Halaman. *JAMAN: Jurnal Akuntansi Dan Manajemen Bisnis*, 2(3), 24–30.
- Lustono, L. (2020). Pengaruh Kualitas Layanan Dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Pelanggan Segabai Variabel Intervening Pada Pengguna Ojek Online Grab (Studi Pada Mahasiswa Stie Tamansiswa Banjarnegara). *Medikonis: Jurnal Media Komunikasi Dan Bisnis*, 11(1), 1–12. <https://doi.org/10.52659/medikonis.v11i1.22>
- Mahaputra, M. R., & Saputra, F. (2022). Determination of Public Purchasing Power and Brand Image of Cooking Oil Scarcity and Price Increases of Essential Commodities. *International Journal of Advanced Multidisciplinary*, 1(1), 36–46.
- Novianty, R. F., Simamarta, J., Kurnia, D. D., & Kurniawan, J. S. (2021). Customer Loyalty and Passenger Satisfaction on Lion Air'S Low Cost Carrier. *Journal of Business Studies and Mangement Review*, 5(1), 147–154. <https://doi.org/10.22437/jbsmr.v5i1.14585>
- Octoriviano, F. A., Simarmata, J., Pahala, Y., Setiawan, A., & Saribanon, E. (2022). Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Kargo dan Dampaknya atas Loyalitas Pelanggan Pada PT Citilink Indonesia. *Jurnal Manajemen Bisnis Transportasi Dan Logistik*, 8(2).
- Pambudi, E. R., Mustikasari, M., Nurhayati, S., & Sihombing, S. (2022). Strategi Pemasaran Dalam Upaya Meningkatkan Pelayanan Jasa Pada PT AeroJasa Kargo Tahun 2021. *Jurnal Manajemen Bisnis Transportasi Dan Logistik*, 7(3), 199–206.
- Puspitasari, Z. N., Wicaksono, F., Agusinta, L., Octaviani, R. D., & Bijaksana, G. (2017). Optimization Green Logistics To Build Efficiency and Environmental Friendly. *Advances in Transportation and Logistics Research*, 99–102.
- Putra, O. Y. S., Sihombing, S., & Tasran, C. (2020). Pengaruh Pelayanan dan Fasilitas Digital Terhadap Kepuasan Penumpang di Bandara Internasional Kualanamu. *Warta Ardhia*, 46(1), 60–70. <https://doi.org/10.25104/wa.v46i1.383.60-70>
- Ricardianto, P., Ningrum, L., Octaviani, R. D., & Agushinta, L. (2019). How Accessibility Conditions in Maluku Province-Indonesia Can Affect the Satisfaction of the Tourists. *International Journal of Humanities and Social Sciences (IJHSS)*, 8(5), 37–58. [http://www.academia.edu/download/61728494/5.\\_IJHSS-Format-How\\_Accessibility\\_Conditions\\_in\\_Maluku\\_Province-Indonesia\\_-\\_Copy20200109-93222-16t6zlo.pdf](http://www.academia.edu/download/61728494/5._IJHSS-Format-How_Accessibility_Conditions_in_Maluku_Province-Indonesia_-_Copy20200109-93222-16t6zlo.pdf)
- Ricardo, R. (2021). BUILDING PURCHASE INTENTION: COMPANY IMAGE , PRODUCT KNOWLEDGE AND PRICE PERCEPTION. *Dinasti International Journal of Digital Business Management*, 2(6), 1090–1098.
- Saputra, F., Khaira, N., & Saputra, R. (2023). Pengaruh User Interface dan Variasi Produk terhadap Minat Beli Konsumen (Studi Literature). *Jurnal Komunikasi Dan Ilmu Sosial (JKIS)*, 1(1), 18–25.

- Saputro, S. E., Pahala, Y., Nugroho, A., & Gassing, U. (2022). SINGLE TICKET SYSTEM TO INCREASE THE NUMBER OF PASSENGERS ON THE SOETTA AIRPORT TRAIN IN THE POST PANDEMIC CHALLENGE. *Advances in Transportation and Logistics Research*, 5778, 1119–1139.
- Sawitri, N. N., Susanto, P. C., Suroso, S., & Sihombing, S. (2023). Business Opportunity Human Resource Information System for a Human Resource Department to Create Career Path and Performance Evaluation. *East Asian Journal of Multidisciplinary Research*, 2(4), 1505–1516. <https://doi.org/10.55927/eajmr.v2i4.3757>
- Setiawan, E. B., Valdhavessa, D., Bambang, H., Marina, S., Balqis, L. D. F. R., Agusinta, L., Hernawan, M. A., & Sidjabat, S. (2021). How To Build Customer Loyalty: Through Customer Experience, Perceived Price, and Customer Satisfaction. *Turkish Journal of Computer and Mathematics Education (TURCOMAT)*, 12(4), 1546–1554. <https://doi.org/10.17762/turcomat.v12i4.1410>
- Sihombing, S., Manik, P., Ratu Anisya, L., Nurcahayati, D., Hidayat, M., & Utami Yulihapsari, I. (2023). The Effect of Service Quality, Ticket Prices and Ease of Transaction on Customer Satisfaction of Mass Rapid Transit Jakarta. *KnE Social Sciences*, 2023, 854–868. <https://doi.org/10.18502/kss.v8i9.13398>
- Sihombing, S., Nirmala, A., Benned, M., Tasran, C., & Budiman, C. (2022). Penerapan Protokol Kesehatan dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Penumpang di Bandara Internasional Soekarno Hatta. *Jurnal Ilmiah Kedirgantaraan*, 19(1), 28–44. <https://doi.org/10.52186/aviasi.v18i1>
- Simarmata, J., Keke, Y., & Akbar, R. (2018). ON-TIME PERFORMANCE ANALYSIS AND ISSUES TO KEEP CUSTOMERS SATISFIED (CASE STUDY: DOMESTIC FLIGHTS OF GARUDA INDONESIA IN SOEKARNO-HATTA INTERNATIONAL AIRPORT). *Advances in Engineering Research (AER)*, 147(Grost), 904–915. <https://doi.org/10.2991/grost-17.2018.80>
- Supertini, N. P. S., Telagawati, N. L. W. S., & Yuliantini, N. N. (2020). Pengaruh kepercayaan dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan pada Pusaka Kebaya di Singaraja. *Prospek: Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 2(1), 61. <https://doi.org/10.23887/pjmb.v2i1.26201>
- Ulfah, R., Simarmata, J., Keke, Y., Amonalisa, S., & Amin, A. F. (2020). THE INFLUENCE OF SERVICE QUALITY AND CUSTOMER SATISFACTION THROUGH CUSTOMER LOYALTY (STUDY CASE LIONAIR AIRLINE, INDONESIA). *Advances in Transportation and Logistics Research*, 3, 828–835.
- Ulhaq, M. D., Albayhaqi, R., Agusinta, L., & Fachrial, P. (2020). CUSTOMER SATISFACTION OF PT. JNE EXPRESS JAKARTA DURING COVID-19 SITUATION. *Advances in Transportation and Logistics Research*, 3, 220–224.
- Yuliantini, Y., Sihombing, S., Yoanyta Octora, T., Saribanon, E., & Thamrin AR, M. (2022). Services Quality of Ship Agency and Services Interpersonal Communication In Shipping Companies. *Devotion Journal of Community Service*, 3(8), 699–706. <https://doi.org/10.36418/dev.v3i08.171>
- Yulihapsari, I. U., Simarmata, J., Pahala, Y., Veronica, & Keke, Y. (2023). Kualitas Pelayanan, Harga, Promosi dan Citra Merek : Pengaruhnya terhadap Keputusan Pembelian Jasa Pengiriman PT. Jalur Nugraha Ekakurir (JNE). *Attractive : Innovative Education Journal*, 5(1), 364–374. <https://www.attractivejournal.com/index.php/aj/>
- Yulistiana, Y., Rosento, R., & Susilowati, I. H. (2018). Pengaruh Kebijakan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada PT Dassa Prima Di Buring Copy & Digital Printing Depok. *Cakrawala: Jurnal Humaniora Bina Sarana Informatika*, 18(2), 243–248. <https://ejournal.bsi.ac.id/ejurnal/index.php/cakrawala/article/view/4220>