

Universitas Katolik Santo Thomas

Repositori Unika Santo Thomas

<http://eprints.ust.ac.id>

---

Fakultas Ekonomi dan Bisnis (FEB)  
Program Studi Manajemen

Undergraduate Papers

---

Halawa, Andirman

2025

# Pengaruh Kepercayaan, Keandalan, Dan Respon Karyawan Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Jnt Express Darusalam Medan

---

<http://eprints.ust.ac.id/id/eprint/319>

*Downloaded from Repositori Institusi UST, Universitas Katolik Santo Thomas*

**PENGARUH KEPERCAYAAN, KEANDALAN, DAN RESPON  
KARYAWAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN  
DI JNT EXPRESS DARUSALAM MEDAN**

**SKRIPSI**

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat  
Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi



**MANAJEMEN PEMASARAN  
PROGRAM STUDI MANAJEMEN S1  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS KATOLIK SANTO THOMAS  
MEDAN  
2025**

PERSETUJUAN SKRIPSI

PENGARUH KEPERCAYAAN, KEANDALAN, DAN RESPON  
KARYAWAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN  
DI JNT EXPRESS DARUSALAM MEDAN



Disahkan Oleh  
Ketua Program Studi

Disetujui Oleh  
Pembimbing



Dr. Miska Irani Tarigan, MM.  
NIDN: 0108108002



Dra. Roslinda Sagala, MSI.  
NIDN: 0128106501

**PENGESAHAN SKRIPSI**

**PENGARUH KEPERCAYAAN, KEANDALAN, DAN RESPON  
KARYAWAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN  
DI JNT EXPRESS DARUSALAM MEDAN**

**ANDIRMAN HALAWA**

**210110155**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN SI**

**Medan, 14 September 2025**

**Penguji I**

**Penguji II**

**Dr. Miska Irani Tarigan, MM**

**NIDN: 0108108002**

**Darwis Tambi S.E., MSi**

**NIDN: 0103056601**

**Ketua Penguji**

**UNIKA SANTO THOMAS**

**Dr. Roslinda Sugala, MSi**

**NIDN: 0128106501**

**Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis**



**Dr. Kornel Munthe**

**NIDN: 0130096702**

**Ketua Program Studi**



**Dr. Miska Irani Tarigan, MM**

**NIDN: 0108108002**

## PERNYATAAN ORIGINALITAS SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : ANDIRMAN HALAWA

NPM : 210110155

Program Studi : Manajemen

Jenjang Program : S1

**Judul Skripsi : PENGARUH KEPERCAYAAN, KEANDALAN, DAN RESPON KARYAWAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DI JNT EXPRESS DARUSALAM MEDAN**

Menyatakan bahwa yang tertulis di dalam skripsi ini benar-benar hasil karya saya sendiri, bukan plagiat, baik sebagian atau seluruhnya. Pendapat atau temuan orang lain yang terdapat dalam skripsi ini dikutip atau dirujuk berdasarkan kode etik penelitian ilmiah.

Apabila di kemudian hari terbukti skripsi ini adalah hasil plagiat dari karya tulis orang lain, maka saya bersedia menerima sanksi sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Medan, 14 September 2025

Peneliti,

ANDIRMAN HALAWA

2101100155

## DAFTAR RIWAYAT HIDUP

### I. Identitas

1. Nama : Andirman Halawa
2. Jenis Kelamin : Laki- Laki
3. Tempat/ Tanggal Lahir : Medan, 07 April 2003
4. Agama : Kristen Protestan
5. Nama Ayah : Fasali Halawa
6. Nama Ibu : Ya'a Ndururu
7. Alamat Orang Tua : Jl. Darusalam no 33 Medan
8. Alamat Penulis : Jl. Darusalam no 33 Medan
9. Nomor HP : 082294118940

### II Riwayat Pendidikan

1. SD Negeri O6088 : Tamat tahun 2015
2. SMP Swastas Kemala Bhayangkari 1 Medan : Tamat Tahun 2018
3. SMA Negeri 8 Medan : Tamat Tahun 2021
4. Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi dari Universitas Katolik Santo Thomas Medan Tahun 2025

## MOTTO

“Serahkanlah perbuatanmu kepada Tuhan, maka terlaksana segala rencanamu.”

**(Amsal 16:3)**

“ Kamu bisa berpikir dengan otak yang kamu miliki, kamu memiliki kaki dalam sepatumu. Kamu bisa mengarahkan dirimu sendiri ke arah manapun yang kamu pilih. Kamu adalah orang yang akan memutuskan ke mana harus pergi.”

**(Dr. Seuss)**



## ABSTRAK

**ANDIRMAN HALAWA, 210110155. 2025. PENGARUH KEPERCAYAAN, KEANDALAN DAN RESPON KARYAWAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DI JNT EXPRESS DARUSALAM MEDAN**

**Pembimbing : Dra. Roslinda Sagala, MSi.**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kepercayaan, keandalan dan respon karyawan terhadap kepuasan pelanggan di JNT Express Darusalam Medan. Pengumpulan data dilakukan melalui wawancara, kuesioner dan dokumentasi. Metode penelitian yang digunakan yaitu kuantitatif, dengan responden sebanyak 96 orang. Analisis data pada penelitian ini menggunakan bantuan SPSS versi 25.

Dari uji F diketahui bahwa kepercayaan, keandalan dan respon karyawan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan, hal ini dilihat dari nilai  $F_{hitung}$  sebesar  $(26,865) > F_{tabel}$   $(2,704)$  atau nilai signifikansi sebesar  $0,000 < 0,05$ . Dari uji t diketahui bahwa kepercayaan, keandalan dan respon karyawan secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini dilihat dari nilai  $t_{hitung}$   $(7,779) > t_{tabel}$   $(1,661)$  atau nilai signifikansi sebesar  $0,000 < \alpha$   $(0,05)$  untuk variabel kepercayaan, untuk variabel keandalan nilai  $t_{hitung}$   $(3,044) > t_{tabel}$   $(1,661)$  atau nilai signifikansi sebesar  $0,003 < \alpha$   $(0,05)$ , dan untuk variabel respon karyawan nilai  $t_{hitung}$   $(2,489) > t_{tabel}$   $(1,661)$  atau nilai signifikansi sebesar  $0,015 < \alpha$   $(0,05)$ . Artinya kepercayaan, keandalan dan respon karyawan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan di JNT Express Darusalam Medan.

Hasil persamaan regresi linear berganda sebagai berikut  $KP = 4,592 + 0,444(K) + 0,218(Kd) + 0,219(RK) + e_i$ , dapat disimpulkan bahwa kepercayaan, keandalan dan respon karyawan berpengaruh secara positif terhadap kepuasan pelanggan di JNT Express Darusalam Medan. Koefisien determinasi (R square) sebesar 0.546, artinya kepuasan pelanggan dapat dijelaskan oleh kepercayaan, keandalan dan respon karyawan 54,6% sedangkan 45,4% lagi dapat dijelaskan oleh faktor lain seperti kualitas pelayanan dan harga

**Kata Kunci : Kepercayaan, Keandalan, Respon Karyawan, Kepuasan Pelanggan**

## ABSTRACT

**ANDIRMAN HALAWA, 210110155. 2025. THE EFFECT OF TRUST, RELIABILITY AND EMPLOYEE RESPONSE ON CUSTOMER SATISFACTION AT JNT EXPRESS DARUSALAM MEDAN**

**Supervisor : Dra. Roslinda Sagala, MSi.**

*This study aims to determine the influence of trust, reliability, and employee responsiveness on customer satisfaction at JNT Express Darussalam Medan. Data collection was conducted through interviews, questionnaires, and documentation. The research method used was quantitative, with 96 respondents. Data analysis in this study used SPSS version 25.*

*From the F test, it is known that trust, reliability and employee response have a significant effect on customer satisfaction, this can be seen from the F count value of (26.865) > F table (2.704) or a significance value of 0.000 < 0.05. From the t test, it is known that trust, reliability and employee response have a partial positive and significant effect on customer satisfaction. This can be seen from the t count value (7.779) > t table (1.661) or a significance value of 0.000 <  $\alpha$  (0.05) for the trust variable, for the reliability variable the t count value (3.044) > t table (1.661) or a significance value of 0.003 <  $\alpha$  (0.05), and for the employee response variable the t count value (2.489) > t table (1.661) or a significance value of 0.015 <  $\alpha$  (0.05). This means that trust, reliability and employee response have a positive and significant influence on customer satisfaction at JNT Express Darussalam Medan.*

*The results of the multiple linear regression equation are as follows:  $KP = 4.592 + 0.444(K) + 0.218(Kd) + 0.219(RK) + ei$ . It can be concluded that trust, reliability, and employee responsiveness have a positive influence on customer satisfaction at JNT Express Darussalam Medan. The coefficient of determination (R-square) is 0.546, meaning that 54.6% of customer satisfaction can be explained by trust, reliability, and employee responsiveness, while the remaining 45.4% can be explained by other factors such as service quality and price.*

**Keywords: Trust, Reliability, Employee Response, Customer Satisfaction**

## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kehadiran Tuhan Yang Maha Esa, karena berkat dan kasih karuniaNya penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul” **PENGARUH KEPERCAYAAN, KEANDALAN, DAN RESPON KARYAWAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DI JNT EXPRESS DARUSALAM MEDAN.** Skripsi ini disusun sebagai syarat dalam mencapai gelar Sarjana (S1) pada jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Katolik Santo Thomas.

Dengan penulisan skripsi ini penulis tidak lepas dari berbagai hambatan dan rintangan namun berkat dukungan, bimbingan, bantuan motivasi serta doa dari berbagai pihak maka semua hambatan dan rintangan dapat teratasi. Oleh karena itu dalam kesempatan ini, penulis menyampaikan terimakasih kepada:

1. Bapak **Prof. Dr. Drs. Maidin Gultom S.H, M.Hum** Selaku Rektor Universitas Katolik Santo Thomas Medan.
2. Bapak **Dr. Kornel Munthe** selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Katolik Santo Thomas Medan.
3. Ibu **Dr. Miska Irani Tarigan, MM** selaku Ketua Program Studi Manajemen S-1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Katolik Santo Thomas Medan, sekaligus sebagai Dosen Penguji pertama yang telah memberikan masukan maupun arahan dalam penyusunan skripsi ini.
4. Ibu **Esli Silalahi, SE, M.Si**, Selaku Sekretaris Program Studi Manajemen S-1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Katolik Santo Thomas Medan.

5. Ibu **Dra. Roslinda Sagala, MSi**. Selaku dosen pembimbing penulis yang telah memberikan arahan, masukan dan meluangkan waktu untuk penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
6. Bapak **Darwis Tamba, SE, Msi**, Selaku dosen penguji kedua yang telah memberikan masukan maupun arahan dalam penyusunan skripsi ini.
7. Seluruh dosen dan staf pegawai Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Katolik Santo Thomas Medan yang telah banyak memberikan pelayanan dan kerjasama yang baik dengan penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
8. Teristimewa dan tersayang kepada kedua orang tua penulis **Bapak Fasali Halawa** dan **Ibu Ya'a Ndururu**. Gelar sarjana ini saya persembahkan untuk kedua orang tua saya, terimakasih atas segala pengorbanan dan kasih sayang yang diberikan, mereka mampu senantiasa memberikan yang terbaik, tidak kenal lelah mendoakan serta memberikan perhatian dan dukungan hingga penulis mampu menyelesaikan studinya sampai meraih gelar Sarjana.
9. Teristimewa untuk kedua adik penulis, **Herlinawati Halawa, Tomas Faduhusa Halawa**, yang sudah memberikan dukungan, motivasi, dan banyak bantuan bagi penulis selama yang sudah membantu penulis dalam doa.
10. Kepada sahabat penulis yaitu **Ira Veronika Limbong S.E** yang telah memotivasi dan membantu penulis dalam mengerjakan skripsi ini.
11. Kepada temen-teman Manajemen Grup D, Minions grup serta teman seperjuangan lainnya yang tidak bisa penulis sebut satu persatu yang telah mendukung dan memotivasi penulis dalam mengerjakan skripsi ini.

Penulis menyadari skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan. Untuk itu, penulis dengan senang hati menerima segala kritik dan saran dari seluruh

pihak guna menyempurnakan penulisan skripsi ini. Akhir kata penulis mengharapkan skripsi ini dapat bermanfaat bagi banyak orang. Semoga Tuhan menyertai kita semua.

Medan, 14 September 2025

Penulis,

**ANDIRMAN HALAWA**

**NPM:210110155**



## DAFTAR ISI

<b>ABSTRAK .....</b>	<b>i</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>ii</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>iii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>vi</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xi</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Identifikasi Masalah .....	10
1.4 Tujuan Penelitian.....	11
1.5 Manfaat Penelitian.....	11
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....</b>	<b>13</b>
2.1 Pengertian Manajemen Pemasaran.....	13
2.2 Fungsi-fungsi Manajemen Pemasaran.....	14
2.3 Konsep Inti Pemasaran .....	14
2.4. Pemasaran Jasa ( <i>Service Marketing</i> ).....	18
2.4.1 Pengertian Pemasaran Jasa ( <i>Service Marketing</i> ) .....	18
2.4.2 Bauran Pemasaran Jasa ( <i>Marketing Mix</i> ) .....	19
2.5 Kepercayaan .....	25
2.5.1 Pengertian Kepercayaan .....	25
2.5.2 Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Kepercayaan.....	26

2.5.3 Indikator Kepercayaan .....	26
2.6. Keandalan .....	28
2.6.1 Pengertian Keandalan .....	28
2.6.2 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keandalan .....	29
2.6.3 Indikator Keandalan.....	30
2.7 Respon Karyawan.....	31
2.7.1 Pengertian Respon Karyawan.....	31
2.7.2 Faktor-faktor yang Mempengaruhi Respon Karyawan .....	32
2.7.3 Indikator Respon Karyawan .....	33
2.8 Kepuasan Pelanggan.....	33
2.8.1 Pengertian Kepuasan Pelanggan.....	33
2.8.2 Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan.....	34
2.8.3 Indikator Kepuasan Pelanggan .....	35
2.9 Kerangka Berpikir .....	36
2.10 Hipotesis Penelitian.....	37
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>39</b>
3.1 Jenis Penelitian .....	39
3.2 Populasi dan sampel .....	39
3.2.1 Populasi.....	39
3.2.2 Sampel .....	39
3.3 Operasionalisasi Variabel.....	40
3.4 Skala Pengukuran Variabel .....	42
3.5 Teknik Pengumpulan Data .....	42
3.6 Teknik Analisis Data .....	43

3.6.1 Uji Validitas .....	43
3.6.2 Uji Reliabilitas .....	44
3.7 Analisis Regresi liner Berganda .....	45
3.8 Uji Hipotesis.....	46
3.8.1 Uji t (Uji Parsial).....	46
3.8.2 Uji F (Uji Simultan).....	47
3.9 Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	48
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>50</b>
4.1 Gambaran Umum Perusahaan .....	50
4.1.1 Sejarah Singkat JNT Express.....	50
4.1.2 Logo, Visi dan Misi JNT Express.....	51
4.2 Struktur Organisasi JNT Express Darusalam Medan .....	52
4.3 Gambaran Umum Responden.....	55
4.4 Tanggapan Responden .....	56
4.4.1 Tanggapan Responden Tentang Kepercayaan.....	57
4.4.2 Tanggapan Responden Tentang Keandalan.....	59
4.4.3 Tanggapan Responden Tentang Respon Karyawan .....	61
4.4.4 Tanggapan Responden Tentang Kepuasan Pelanggan .....	63
4.5 Hasil Penelitian.....	65
4.5.1 Uji Validitas dan Reliabilitas Secara Parsial .....	65
4.5.2 Uji Validitas dan Reliabilitas Secara Simultan.....	69
4.6 Analisis Regresi Linear Berganda.....	71
4.7 Uji Hipotesis.....	73
4.7.1 Uji Parsial (Uji t).....	73

4.7.2 Uji Simultan (Uji F).....	74
4.8 Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	74
4.9 Pembahasan .....	75
4.9.1 Pengaruh Kepercayaan Terhadap Kepuasan Pelanggan di JNT Express Darusalam Medan .....	75
4.9.2 Pengaruh Keandalan Terhadap Kepuasan Pelanggan di JNT Express Darusalam Medan .....	77
4.9.3 Pengaruh Respon Karyawan Terhadap Kepuasan Pelanggan di JNT Express Darusalam Medan .....	78
4.9.4 Pengaruh Kepercayaan, Keandalan dan Respon Karyawan Terhadap Kepuasan Pelanggan di JNT Express Darusalam Medan .....	79
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....</b>	<b>81</b>
5.1 Kesimpulan.....	81
5.2 Saran .....	82
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>84</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel	Nama Tabel	Halaman
1.1	Jumlah Konsumen JNT Express Darusalam Medan Tahun 2025	5
3.1	Operasionalisasi Variabel	41
3.2	Skala Pengukuran Variabel	42
3.3	Nilai Koefisien Determinasi	49
4.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	56
4.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	56
4.3	Jumlah dan Persentase Jawaban Responden Kepercayaan (X <sub>1</sub> )	57
4.4	Jumlah dan Persentase Jawaban Responden Keandalan (X <sub>2</sub> )	59
4.5	Jumlah dan Persentase Jawaban Responden Respon Karyawan (X <sub>3</sub> )	61
4.6	Jumlah dan Persentase Jawaban Responden Kepuasan Pelanggan (Y)	63
4.7	Case Processing Summary	65
4.8	Reliability Statistics	66
4.9	Item-Total Statistics	66
4.10	Case Processing Summary	66
4.11	Reliability Statistics	67
4.12	Item-Total Statistics	67
4.13	Case Processing Summary	67
4.14	Reliability Statistics	68
4.15	Item-Total Statistics	68
4.16	Case Processing Summary	68
4.17	Reliability Statistics	69
4.18	Item-Total Statistics	69
4.19	Case Processing Summary	70
4.20	Reliability Statistics	70
4.21	Item-Total Statistics	70
4.22	Coefficients <sup>a</sup>	71
4.23	Coefficients <sup>a</sup>	73
4.24	ANOVA <sup>a</sup>	74
4.25	Model Summary	75

## DAFTAR GAMBAR

Gambar	Nama Gambar	Halaman
1.2	Ulasan Pelanggan pada JNT Express Darusalam Medan	6
2.1	Konsep Inti Pemasaran	15
2.2	Kerangka Berpikir	37
4.1	Logo JNT Express	51
4.2	Struktur Organisasi JNT Express Darusalam Medan	53



## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Nama Lampiran	Halaman
1	Kuesioner Penelitian	87
2	Tabulasi Jawaban Responden	89
3	Uji Validitas dan Realibilitas, Hasil Penelitian	98



## DAFTAR PUSTAKA

- Assauri, Sofjan. (2013). *Manajemen Pemasaran: Dasar, Konsep, dan Strategi (Edisi Revisi)*. Jakarta: Rajawali Persada.
- Ghozali, Imam. (2012). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 20*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Indrasari, Mia. (2019). *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: Deepublish.
- Kotler, Philip, & Keller, Kevin Lane. (2016). *Manajemen Pemasaran (Edisi ke-13, Jilid 1 & 2; terj. Bob Sabran)*. Jakarta: Erlangga.
- Swastha, B. (2000). *Manajemen Pemasaran: Analisis Perilaku Konsumen. Edisi ke-3*. Yogyakarta: BPFE.
- Lupiyoadi, Rambat. (2013). *Manajemen Pemasaran Jasa (Edisi 3)*. Jakarta: Salemba Empat.
- Nazir, Moh. (2013). *Metode Penelitian*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Robbins, Stephen P., & Judge, Timothy A. (2013). *Organizational Behavior (15th ed.)*. Boston: Pearson.
- Zeithaml, V. A., Bitner, M. J., & Gremler, D. D. (2018). *Services Marketing: Integrating Customer Focus Across the Firm (7th ed.)*. New York: McGraw-Hill Education.
- Soegoto, Eddy Soeryanto. (2013). *Entrepreneurship: Menjadi Pebisnis Ulung*. Jakarta: Elex Media Komputindo.
- Sugiyono. (2020). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sangadji, E. M., & Sopiah. (2016). *Perilaku Konsumen: Pendekatan Praktis Disertai Himpunan Jurnal Penelitian*. Yogyakarta: Andi.
- Daryanto. (2014). *Sifat dan Pentingnya Pelayanan Prima*. Yogyakarta: Gava Media.
- Tjiptono, Fandy. (2015). *Strategi Pemasaran (Edisi 4)*. Yogyakarta: Andi.
- Wibowo. (2020). *Manajemen Kinerja (Edisi 5)*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Surahman, S., dkk. (2021). *Manajemen pemasaran jasa dan strategi pelayanan unggul*. Bandung: Alfabeta.

Rachmawati, Reni. (2011). *Manajemen Pemasaran Jasa Restoran dan Pariwisata*. Yogyakarta: Graha Ilmu.

Sudaryono. (2016). *Manajemen Pemasaran: Teori dan Aplikasi*. Yogyakarta: Andi.

Kotler, Philip, & Armstrong, Gary. (2015). *Principles of Marketing (Edisi ke-16)*. New Jersey: Pearson Educatio.

## JURNAL

Ba, Sulin, & Pavlou, Paul A. (2002). *Evidence of the Effect of Trust Building Technology in Electronic Markets: Price Premiums and Buyer Behavior*. *MIS Quarterly*, 26(3), 243–268.

Diza, Anggy Clarissa, Moniharapon, Sylvia R., & Ogi, Ivonne M. (2016). *Pengaruh Kepercayaan, Citra Merek dan Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan pada JNE Express di Kota Manado*. *Jurnal EMBA*, 4(2), 402–411.

Flavián, Carlos, & Guinalú, Miguel. (2006). *Consumer Trust, Perceived Security and Privacy Policy: Three Basic Elements of Loyalty to a Web Site*. *Industrial Management & Data Systems*, 106(5), 601–620.

Mayer, Roger C., Davis, James H., & Schoorman, F. David. (1995). *An Integrative Model of Organizational Trust*. *Academy of Management Review*, 20(3), 709–734.

Oktaviana, Rizky. (2022). *Pengaruh Fasilitas Sistem Pelacakan Online, Ketepatan Waktu Pengiriman, dan Respon Karyawan terhadap Kepuasan Pelanggan*. *Jurnal Ilmu Manajemen dan Bisnis*, 8(2), 50–60.

Padmawati, Ni Kadek. (2022). *Pengaruh Kepercayaan dan Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan pada Pengguna Jasa J&T Express di Kecamatan Buleleng*. *Jurnal Manajemen dan Bisnis Indonesia*, 12(1), 45–56.

Parasuraman, A., Zeithaml, Valerie A., & Berry, Leonard L. (1988). *SERVQUAL: A Multiple-Item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality*. *Journal of Retailing*, 64(1), 12–40.

Sari, Rina. (2020). *Pengaruh Kepercayaan dan Komitmen terhadap Kepuasan Pelanggan pada Pengguna Jasa Ekspedisi*. *Jurnal Ilmu Manajemen dan Bisnis*, 7(1), 20–30.

Yee, Wee Fong, & Faziharudean, Trenggana Mohd. (2010). *Factors Affecting Customer Loyalty of Using Internet Banking in Malaysia*. *Journal of Electronic Banking Systems*, 2010, 1–22.

Setyaningsih, Fatma. (2021). *Analisis strategi bauran pemasaran terhadap peningkatan pelanggan pada lembaga Rafi Bimbel Tangerang*. *JMB: Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 10(1), 221–230.

