

## Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Sewa Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada PT.Sinar Sakti Sampoerna

Rindi May Hastuti<sup>1</sup>, Habiburrahman<sup>2</sup>

<sup>1,2</sup>) Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Bandar Lampung

Email: <sup>1</sup> [rindi.22011164@student.ubl.ac.id](mailto:rindi.22011164@student.ubl.ac.id), <sup>2</sup> [habiburrahman@ubl.ac.id](mailto:habiburrahman@ubl.ac.id)

### ARTICLE HISTORY

Received [26 Januari 2026]

Revised [15 April 2026]

Accepted [29 April 2026]

### KEYWORDS

Service Quality, Rental Price, Customer Satisfaction.

This is an open access article under the [CC-BY-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/) license



### ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan dan harga sewa terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Sinar Sakti Sampoerna. Masalah utama yang diidentifikasi meliputi indikasi pelayanan petugas yang belum optimal serta persepsi pelanggan terhadap harga sewa kendaraan yang dinilai relatif tinggi. Metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif dengan desain kausalitas. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pelanggan PT. Sinar Sakti Sampoerna yang menyewa kendaraan pada periode Januari hingga Desember 2024, yaitu sebanyak 146 pelanggan. Dengan menggunakan rumus Slovin pada tingkat kesalahan 10%, diperoleh sampel sebanyak 59 responden yang dipilih melalui teknik simple random sampling. Data dikumpulkan melalui kuesioner dengan skala Likert dan dianalisis menggunakan uji asumsi klasik, analisis regresi linier berganda, uji t, serta uji F melalui perangkat lunak SPSS 26.

### ABSTRACT

*This study aims to analyze the influence of service quality and rental price on customer satisfaction at PT. Sinar Sakti Sampoerna. The main problems identified include indications of suboptimal staff service and customer perceptions regarding vehicle rental prices, which are considered relatively high. The research method employed is a quantitative approach with a causality design. The population in this study consists of all customers of PT. Sinar Sakti Sampoerna who rented vehicles during the period from January to December 2024, totaling 146 customers. Using the Slovin formula with a 10% error tolerance, a sample of 59 respondents was obtained through simple random sampling. Data were collected using questionnaires with a Likert scale and analyzed through classical assumption tests, multiple linear regression analysis, t-tests, and F-tests using SPSS 26 software.*

## PENDAHULUAN

Pada era dinamika bisnis yang kian kompetitif, setiap entitas perusahaan dipaksa untuk menyajikan pelayanan prima serta menetapkan struktur harga yang selaras dengan daya beli pasar (Amalia & Adzaldi, 2025). Pencapaian kepuasan pelanggan menjadi determinan utama dalam menjaga eksistensi operasional dan memenangkan persaingan industry. Konsumen yang merasakan kepuasan memiliki kecenderungan untuk mempertahankan loyalitasnya serta secara sukarela memberikan rekomendasi positif kepada pihak lain (Setiawan & Frianto, 2021).

Aspek kualitas pelayanan memegang peranan vital dalam mengonstruksi tingkat kepuasan tersebut (Musdalifah & Noor, 2019). Dimensi pelayanan yang ideal mencakup parameter kecepatan, akurasi, keramahan, serta kapabilitas perusahaan dalam mengakomodasi kebutuhan spesifik pengguna jasa (Ketika perusahaan mampu mengimplementasikan standar pelayanan yang unggul, pelanggan akan merasa memiliki nilai lebih dan puas terhadap pengalaman transaksional yang diperoleh (Asawawibul et al., 2025). Di sisi lain, variabel harga sewa juga menjadi instrumen strategis yang memengaruhi persepsi konsumen (Lai et al., 2025). Kebijakan harga yang terlalu tinggi berisiko menggerus minat pasar, sementara harga yang terlalu rendah dapat mendegradasi citra kualitas layanan (Tampubolon, 2025). Oleh sebab itu, sinkronisasi antara harga yang kompetitif dengan manfaat fungsional yang diterima menjadi keharusan.

PT. Sinar Sakti Sampoerna, sebagai penyedia jasa penyewaan armada, menghadapi tantangan untuk mengoptimalkan kualitas layanan sekaligus merumuskan harga yang ekspektatif bagi pelanggan (Ihsannudin et al., 2022). Seiring dengan eskalasi kebutuhan transportasi barang, perusahaan wajib melakukan adaptasi terhadap preferensi konsumen guna mempertahankan relevansi di pasar (Anan & Santoso, 2023). Dengan portofolio armada yang bervariasi mulai dari Truk Colt Diesel hingga Fuso, layanan ini menyasar berbagai segmen strategis mulai dari sektor manufaktur, konstruksi, hingga ekspedisi logistik (Panulad et al., 2023).

Meskipun memiliki basis pelanggan yang luas, terdapat indikasi permasalahan pada operasional PT. Sinar Sakti Sampoerna, seperti kinerja petugas yang belum maksimal serta adanya disparitas persepsi mengenai kewajaran harga sewa (KURNIA, 2022). Fenomena ketidakseimbangan antara biaya yang dikeluarkan dengan kualitas layanan nyata berpotensi memicu ketidakpuasan konsumen (Andriani et al.,

2024). Berdasarkan urgensi tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis secara empiris pengaruh kualitas pelayanan dan harga sewa terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Sinar Sakti Sampoerna. Hasil studi ini diproyeksikan memberikan kontribusi teoretis pada manajemen pemasaran serta menjadi referensi strategis bagi perusahaan dalam mengevaluasi kebijakan bisnis di masa depan(Asdar, 2022)

**Tabel 1 di bawah ini merupakan harga sewa pada tahun 2024 sebagai berikut**

No	Jenis Kendaraan yang di sewakan	Kapasitas Muatan	Harga Sewa Harian (Rp)	Harga Sewa Mingguan (Rp)	Harga Sewa Bulanan (Rp)
1	Truk Colt Diesel Engkel (CDE)	4 Ton	800.000	4.500.000	16.000.000
2	Truk Colt Diesel Double (CDD)	6–8 Ton	1.200.000	7.000.000	25.000.000
3	Truk Fuso Medium	12–15 Ton	1.800.000	10.000.000	35.000.000
4	Truk Fuso Long	20 Ton	2.200.000	12.500.000	45.000.000

Harga sewa kendaraan fuso dan truk yang ditawarkan PT. Sinar Sakti Sampoerna pada dasarnya ditujukan kepada pelanggan yang membutuhkan jasa penyewaan kendaraan angkutan barang (Panulad et al., 2023). Pelanggan datang dari berbagai kalangan dengan kebutuhan yang berbeda-beda (KURNIA, 2022). Perusahaan manufaktur maupun distribusi, misalnya, memanfaatkan layanan ini untuk mengangkut bahan baku serta barang jadi dari pabrik menuju gudang atau distributor (Etuk et al., 2021).

## LANDASAN TEORI

### Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan merupakan pilar utama dalam industri jasa karena sifatnya yang *intangibile* (tidak berwujud) dan ketergantungannya pada interaksi antara penyedia layanan dengan pengguna. Karakteristik pelayanan yang mampu menjawab kebutuhan dan keinginan konsumen secara menyeluruh mendefinisikan standar kualitas yang diberikan(Ma'rufah, 2023). Hal ini menegaskan bahwa kepuasan tidak hanya bersumber pada hasil akhir, namun juga pada kualitas proses penyampaian layanan tersebut. Efektivitas kualitas layanan secara langsung menentukan keputusan pembelian, tingkat retensi, hingga loyalitas jangka panjang pelanggan(Wardhana, 2024).

Secara konseptual, kualitas pelayanan dapat diukur melalui selisih (*gap*) antara ekspektasi konsumen dengan kinerja aktual yang mereka terima. Menurut model SERVQUAL, terdapat lima dimensi utama yang menjadi indikator kualitas(Bachmid, 2023).

1. Bukti Fisik (*Tangibles*): Meliputi aspek visual seperti kondisi armada kendaraan, fasilitas pendukung, serta profesionalisme penampilan staf.
2. Keandalan (*Reliability*): Konsistensi perusahaan dalam menyajikan layanan yang akurat dan dapat dipercaya sesuai janji operasional.
3. Daya Tanggap (*Responsiveness*): Kecepatan dan kesiapan personel dalam memberikan solusi serta merespons permintaan pelanggan.
4. Jaminan (*Assurance*): Kompetensi, kredibilitas, dan keramahan karyawan yang mampu menciptakan rasa aman bagi konsumen.
5. Empati (*Empathy*): Kapasitas perusahaan dalam memberikan perhatian personal dan memahami kebutuhan unik setiap pelanggan.

### Harga Sewa

Harga didefinisikan sebagai nilai moneter yang dikorbankan konsumen untuk memperoleh manfaat fungsional dari sebuah jasa. Sebagai elemen bauran pemasaran yang paling dinamis, harga memiliki implikasi langsung terhadap perolehan pendapatan(Czinkota et al., 2021). Harga yang tepat merupakan refleksi dari nilai yang ditukarkan pelanggan untuk mendapatkan hak guna atas armada yang disewakan(Hariyono & Kurniasari, 2023). Lebih lanjut, harga berperan penting dalam mengonstruksi *perceived value*, yakni rasio antara manfaat yang dirasakan dengan biaya yang dikeluarkan(Frank & Cartwright, 2025). Faktor-faktor yang memengaruhi kebijakan harga mencakup struktur biaya operasional, intensitas persaingan di pasar, transparansi informasi biaya, serta nilai tambah berupa layanan asuransi maupun bantuan darurat(Games et al., 2024).

### Kepuasan Pelanggan

Kepuasan pelanggan merupakan hasil evaluasi pasca-penggunaan yang membandingkan ekspektasi awal dengan kinerja nyata yang dirasakan(Susilo, 2023). Perasaan senang muncul apabila realitas layanan

mampu menyamai atau melampaui harapan (Armstrong et al., 2018). Dalam perspektif jangka panjang, kepuasan menjadi fondasi bagi kepercayaan dan komitmen berkelanjutan antara pelanggan dengan penyedia jasa (Wirtz & Lovelock, 2017). Indikator kepuasan pelanggan pada industri penyewaan kendaraan meliputi kesesuaian ekspektasi, kecenderungan untuk menggunakan kembali layanan (*repurchase intention*), serta kesediaan memberikan rekomendasi positif (*word of mouth*).

## Penelitian Terdahulu

Sejumlah studi empiris memberikan landasan kuat bagi penelitian ini. Secara umum, ditemukan bahwa kualitas pelayanan dan harga memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan di berbagai moda transportasi dan logistik (Aprilyony et al., 2025). Meskipun demikian, terdapat variasi hasil pada beberapa objek penelitian yang menunjukkan bahwa pengaruh salah satu variabel dapat berbeda tergantung pada konteks operasional perusahaan (Syahdina et al., 2025). Hal ini memperkuat urgensi penelitian pada PT. Sinar Sakti Sampoerna untuk memetakan pengaruh variabel tersebut secara spesifik.

## METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian asosiatif kausal untuk menganalisis pengaruh Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Sewa Terhadap Kepuasan Pelanggan pada PT. Sinar Sakti Sampoerna. Data yang digunakan terdiri atas data primer dan sekunder. Data primer diperoleh melalui survei menggunakan kuesioner tertutup dengan skala likert, sedangkan data sekunder diperoleh dari dokumen dan laporan yang relevan dengan penelitian. Populasi penelitian adalah konsumen pada PT. Sinar Sakti Sampoerna, dengan sampel sebanyak responden yang ditentukan menggunakan purposive sampling. Data dianalisis menggunakan IBM SPSS Statistics melalui uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, dan analisis regresi linear berganda. Pengujian hipotesis dilakukan menggunakan uji t, uji f, Uji Autokorelasi, Uji Multikolinearitas, Uji Heteroskedastisitas, dan Koefisien Korelasi (R) dan Koefisien Determinasi (R<sup>2</sup>).

## HASIL DAN PEMBAHASAN

**Tabel 2 Uji Regresi Linear Berganda**

Model		Coefficients <sup>a</sup>				
		Unstandardized Coefficients B	Std. Error	Standardized Coefficients Beta	t	Sig.
1	(Constant)	2,575	2,260		1,140	0,259
	Kualitas Pelayanan (X <sub>1</sub> )	0,384	0,141	0,368	2,719	0,009
	Harga Sewa (X <sub>2</sub> )	0,577	0,135	0,579	4,280	0,000

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan (Y)

Sumber: Data Diolah dengan SPSS 26, 2025.

Berdasarkan hasil analisis regresi linier berganda, diperoleh model persamaan sebagai berikut:

$$Y = 2,575 + 0,384X_1 + 0,577X_2$$

Interpretasi model tersebut menunjukkan bahwa nilai konstanta sebesar 2,575 merepresentasikan tingkat dasar kepuasan pelanggan (Y) tanpa pengaruh variabel independen. Variabel Kualitas Pelayanan (X<sub>1</sub>) memiliki koefisien regresi sebesar 0,384 dengan signifikansi 0,009 (< 0,05), yang berarti berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Sementara itu, variabel Harga Sewa (X<sub>2</sub>) menunjukkan koefisien sebesar 0,577 dengan signifikansi 0,000 (< 0,05), yang juga mengindikasikan pengaruh positif dan signifikan.

Melalui perbandingan nilai koefisien beta terstandarisasi, ditemukan bahwa Harga Sewa memiliki nilai beta yang lebih besar (0,579) dibandingkan Kualitas Pelayanan (0,368). Hal ini menegaskan bahwa Harga Sewa merupakan variabel yang paling dominan dalam memengaruhi kepuasan pelanggan pada PT. Sinar Sakti Sampoerna. Secara keseluruhan, setiap perbaikan pada kualitas layanan dan ketepatan kebijakan harga akan berdampak linier terhadap peningkatan kepuasan konsumen.

**Tabel 3 Uji Hipotesis Secara Parsial (Uji t)**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2,575	2,260		1,140	0,259
	X1	0,384	0,141	0,368	2,719	0,009
	X2	0,577	0,135	0,579	4,280	0,000

Sumber: Data Diolah dengan SPSS 26, 2025

Berdasarkan hasil uji t pada tabel 2, Uji t dilakukan untuk mengevaluasi pengaruh masing-masing variabel independen secara individual terhadap variabel dependen dengan tingkat signifikansi 0,05 dengan rumus:

$$N-k = \text{Jumlah responden} - \text{jumlah variabel} \\ = 59-3 = 56.$$

Dari rumus tersebut maka di peroleh t table = 2,00324

Jika dibulatkan = 2,003

Hasil pengujian parsial pada Tabel 4.14 menunjukkan:

1. Kualitas Pelayanan ( $X_1$ ): Memiliki nilai sebesar 2,719 > 2,003 dengan nilai signifikansi 0,009 < 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa ditolak, sehingga kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.
2. Harga Sewa ( $X_2$ ): Memiliki nilai sebesar 4,280 > 2,003 dengan nilai signifikansi 0,000 < 0,05. Hasil ini menunjukkan bahwa harga sewa secara parsial memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Secara keseluruhan, temuan ini mengindikasikan bahwa peningkatan kualitas pelayanan dan optimalisasi kebijakan harga sewa secara nyata berkontribusi dalam meningkatkan kepuasan pelanggan pada PT. Sinar Sakti Sampoerna. Kedua variabel tersebut merupakan faktor determinan yang krusial bagi perusahaan dalam memenuhi ekspektasi pengguna jasa.

**Tabel 4 Uji Hipotesis Secara Anova (Uji f)**

ANOVA <sup>a</sup>						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1733,258	2	866,629	184,591	0,000 <sup>b</sup>
	Residual	262,912	56	4,695		
	Total	1996,169	58			
a. Dependent Variable: Y						
b. Predictors: (Constant), X2, X1						

Sumber: Data Diolah dengan SPSS 25, 2025

Berdasarkan hasil, nilai signifikan untuk pengaruh  $X_1$  dan  $X_2$  Secara simultan terhadap Y yaitu 0,000 < 0,05 dan nilai F hitung 184,591 > F tabel 3,16, sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh  $X_1$  (independen) dan  $X_2$  (independen) secara simultan terhadap Y (dependen).

**Tabel 5 Uji Koefisien Determinasi**

Model Summary <sup>b</sup>					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	0,932 <sup>a</sup>	0,868	0,864	2,16676	2,253
a. Predictors: (Constant), X2, X1					
b. Dependent Variable: Y					

Sumber: Data Diolah dengan SPSS 25, 2025

Berdasarkan hasil pengujian, diperoleh nilai koefisien korelasi (R) sebesar 0,932. Hal ini menunjukkan adanya hubungan yang sangat kuat antara variabel Kualitas Pelayanan ( $X_1$ ) dan Harga Sewa ( $X_2$ ) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y). Nilai koefisien determinasi (R Square) tercatat sebesar 0,868, yang berarti

variabel Kualitas Pelayanan dan Harga Sewa secara simultan mampu menjelaskan variasi perubahan Kepuasan Pelanggan sebesar 86,8%. Sementara itu, sisa sebesar 13,2% dijelaskan oleh faktor-faktor lain di luar model penelitian ini. Nilai *Adjusted R Square* sebesar 0,864 turut mengonfirmasi bahwa model regresi yang digunakan memiliki daya jelas yang tinggi dan stabil. Dengan demikian, model penelitian ini memiliki kemampuan prediktif yang sangat baik dalam merepresentasikan pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen pada PT. Sinar Sakti Sampoerna.

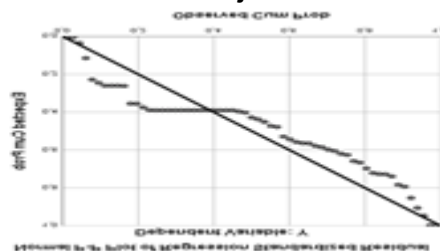
**Tabel 6 Uji Autokorelasi**

Model Summary <sup>b</sup>				
R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
0,932 <sup>a</sup>	0,868	0,864	2,16676	2,253
a. Predictors: (Constant), X2, X1				
b. Dependent Variable: Y				

Sumber: Data Diolah dengan SPSS 25, 2025

Pada tabel diatas terlihat bahwa Durbin-Watson pada tingkat signifikan 5%, jumlah sampel ( $n=59$ ), dengan dua variabel independent ( $k=2$ ) didapatkan nilai  $Du=1,7026$ . model adalah 2,253 . maka dapat dihitung batas toleransi maksimal  $(4-Du) = 2,2974$ . Dari perhitungan tersebut diketahui nilai  $DW=2,253$  terbukti lebih besar dari 1,7026 dan masih kecil dari 2,2974. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa tidak ada masalah autokorelasi pada model regresi yang dibangun, sehingga model ini layak digunakan untuk analisis lebih lanjut.

**Gambar 1 Uji Normalitas**



Sumber: Data Diolah dengan SPSS 25, 2025

Berdasarkan gambar 1 di atas, dapat disimpulkan bahwa data penelitian memenuhi syarat normal probabiliti plot dan model regresi penelitian memenuhi asumsi normalitas (terdistribusi normal), yang berarti bahwa data berasal dari populasi dengan distribusi normal. Hasil uji normalitas kolmogorov smirnov menunjukkan nilai signifikansi di atas 0,05, yang berarti bahwa populasi penelitian berasal dari distribusi normal.

**Tabel 7 Hasil Uji Normalitas One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		Unstandardized Residual
N		59
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	,0000000
	Std. Deviation	2,12907519
Most Extreme Differences	Absolute	,183
	Positive	,138
	Negative	-,183
Test Statistic		,183
Asymp. Sig. (2-tailed)		,000 <sup>c</sup>
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		
c. Lilliefors Significance Correction.		

Berdasarkan hasil uji normalitas pada tabel 7 diatas menunjukkan bahwa nilai signifikansi (Asymp.sig) 0.000. Dalam Uji Normalitas One-Sample Kolmogorov-Smirnov test, jika nilai signifikansi (Asymp. Sig) lebih besar dari 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa nilai residual dinyatakan normal. Dengan kata lain model regresi pada penelitian ini berdistribusi normal.

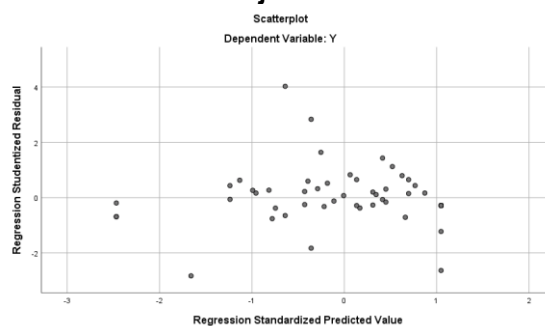
**Tabel 8 Uji Reliabilitas**

No	Variabel	Cronbach Alpha	Koefisien Alpha	Kesimpulan
1	Kualitas Pelayanan	0,948	0,60	Reliabel
2	Harga Sewa	0,945	0,60	Reliabel
3	Kepuasan Pelanggan	0,965	0,60	Reliabel

Sumber : Data diolah dengan SPSS 26 pada tahun 2025

Berdasarkan Tabel 6, seluruh variabel penelitian dinyatakan reliabel, karena masing-masing memiliki nilai Cronbach's Alpha jauh di atas batas minimum 0,60. Nilai-nilai tersebut menunjukkan tingkat konsistensi internal yang sangat tinggi, sehingga seluruh instrumen yang digunakan dalam penelitian ini dapat dipercaya (reliable) dan mampu memberikan hasil pengukuran yang stabil serta konsisten pada setiap pengisian kuesioner.

**Gambar 2 Hasil Uji Heteroskedastisitas**



Hasil uji heteroskedastisitas scatterplot menunjukkan bahwa titik residual menyebar secara acak dan tidak membentuk pola tertentu. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa model regresi memenuhi asumsi homoskedastisitas dan tidak mengalami heteroskedastisitas sama sekali.

**Tabel 9 Uji Multikolinieritas**

Model	Coefficients <sup>a</sup>						
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
(Constant)	2,575	2,260		1,140	0,259		
X1	0,384	0,141	0,368	2,719	0,009	0,128	7,782
X2	0,577	0,135	0,579	4,280	0,000	0,128	7,782

a. Dependent Variable: Y

Hasil perhitungan menunjukkan bahwa variabel Kualitas Pelayanan ( $X_1$ ) dan Harga Sewa ( $X_2$ ) memiliki toleransi sebesar 0,128, dan nilai VIF sebesar 7,782. Dua angka ini berada di luar batas toleransi yang ditetapkan (Tolerance > 0,10 dan VIF < 10). Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa model regresi dinyatakan layak dan tidak mengalami multikolinieritas.

## KESIMPULAN DAN SARAN

### Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan, dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Kualitas pelayanan ( $X_1$ ) memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Y) PT. Sinar Sakti Sampoerna secara parsial.
2. Harga sewa ( $X_2$ ) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Y) serta menjadi variabel yang paling dominan dalam memengaruhi persepsi konsumen.
3. Secara simultan, kualitas pelayanan dan harga sewa berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan, yang menunjukkan bahwa kombinasi kedua variabel ini menjadi kunci utama dalam

memenuhi ekspektasi pengguna jasa.

4. Nilai koefisien determinasi ( $R^2$ ) sebesar 86,8% menunjukkan bahwa model penelitian memiliki daya jelas yang sangat tinggi dalam merepresentasikan variasi kepuasan pelanggan.

## Saran

1. Bagi PT. Sinar Sakti Sampoerna: Perusahaan disarankan untuk mengoptimalkan kualitas pelayanan pada aspek kecepatan dan ketepatan penyediaan armada. Selain itu, kebijakan harga yang kompetitif dan transparan harus dipertahankan untuk menjamin nilai keadilan bagi konsumen.
2. Bagi Pelanggan: Diharapkan dapat memberikan umpan balik konstruktif serta memahami regulasi layanan untuk menciptakan kerja sama yang harmonis dengan perusahaan.
3. Bagi Peneliti Selanjutnya: Disarankan untuk mengeksplorasi variabel lain seperti kepercayaan, citra perusahaan, dan kualitas armada, serta menggunakan metode penelitian yang lebih variatif seperti pendekatan kualitatif atau *mixed methods* untuk memperoleh perspektif yang lebih mendalam.

## DAFTAR PUSTAKA

- Amalia, D., & Adzaldi, A. H. (2025). Pengaruh Kualitas Layanan, Kepercayaan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan PT Era Express. *IKRAITH-EKONOMIKA*, 8(1), 649–654.
- Anan, A. A., & Santoso, R. P. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Ahas Honda Motor PT. Tunas Dwipa Matra Ceweng Diwek Jombang. *Jurnal Ilmiah Research And Development Student*, 1(2), 136–149.
- Andriani, M., Setiono, B. A., & Nasihah, A. (2024). Analysis of Truck Round Time Service Time in Import Delivery Activities at PT. Terminal Petikemas Surabaya. *Jurnal Aplikasi Pelayanan Dan Kepelabuhanan*, 15(1), 137–145.
- Aprilyony, V., Aini, Y. N., & Evelina, T. Y. (2025). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan PT. KAI Tipe Eksekutif:(Studi Pada Mahasiswa di Malang Raya). *Journal of Islamic Economics Development and Innovation (JIEDI)*, 5(3), 165–177.
- Armstrong, G., Adam, S., Denize, S., & Kotler, P. (2018). *Principles of marketing Edition*. Pearson Education Limited.
- Asawawibul, S., Na-Nan, K., Pinkajay, K., Jaturat, N., Kittichotsatsawat, Y., & Hu, B. (2025). The influence of cost on customer satisfaction in e-commerce logistics: Mediating roles of service quality, technology usage, transportation time, and production condition. *Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity*, 11(1), 100482.
- Asdar, M. (2022). *Manajemen Pemasaran Digital Kunci Sukses Masa Depan*. Penerbit NEM.
- Bachmid, S. (2023). *Dimensi Kualitas Layanan di Perguruan Tinggi*. Deepublish.
- Czinkota, M. R., Kotabe, M., Vrontis, D., & Shams, S. M. R. (2021). *Marketing management: Past, present and future*. Springer Nature.
- Etuk, A., Anyadighibe, J. A., James, E. E., & Mbaka, R. (2021). Service quality and passengers' loyalty of public transportation companies. *British Journal of Management and Marketing Studies*, 4(4), 82–98.
- Frank, R., & Cartwright, E. (2025). *Microeconomics and Behaviour*, 4e. McGraw Hill.
- Games, D., Siwi Agustina, T., Lupiyoadi, R., & Kartika, R. (2024). An examination of spiritual capital and innovation: insights from high-growth aspiration entrepreneurs in a developing economy. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 31(4), 705–723.
- Hariyono, N. E. P., & Kurniasari, Z. (2023). Pengaruh Brand Equity Dan Harga Tiket Terhadap Keputusan Pembelian Oleh Penumpang Maskapai Airasia Rute Domestik Di Bandar Udara Internasional Juanda. *Flight Attendant Kedirgantaraan: Jurnal Public Relation, Pelayanan, Pariwisata*, 5(1), 124–135.
- Ihsannudin, S., Nugraha, R. N., & Chotimah, T. H. (2022). Penerapan Bauran Pemasaran Pada Teraskita Hotel Jakarta. *Jurnal Ekonomi, Manajemen Pariwisata Dan Perhotelan*, 1(3), 314–322.
- KURNIA, W. (2022). *PENANGANAN RETURN CARGO PUPUK UREA CURAH RUTE PALEMBANG-BANYUWANGI DI KM ABUSAMAH MILIK PT PUPUK INDONESIA LOGISTIK*.
- Lai, Z. J., Leong, M. K., Khoo, K. L., & Sidhu, S. K. (2025). Integrating technology acceptance model and value-based adoption model to determine consumers' perception of value and intention to adopt AR in online shopping. *Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics*, 37(1), 1–19.
- Ma'rufah, A. (2023). Strategi service quality sebagai media dalam menciptakan kepuasan dan loyalitas pelanggan jasa pendidikan. *EDUKASIA Jurnal Pendidikan Dan Pembelajaran*, 4(2), 813–822.
- Musdalifah, M., & Noor, M. F. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Kepuasan Pelanggan Jasa Transportasi Online (Go-Jek). *Sebatik*, 23(2), 498–504.
- Panulad, N. P., Nur'Aulia, E. Z., & Sella, S. A. S. (2023). Pembuatan Aplikasi Jasa Penyewaan Truck Berbasis Android (Selvaru Truck). *JOURNAL OF CIVIL ENGINEERING BUILDING AND*

- TRANSPORTATION*, 7(1), 52–57.
- Setiawan, B. P., & Frianto, A. (2021). Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Perusahaan Jasa Ekspedisi Krian). *BIMA: Journal of Business and Innovation Management*, 3(3), 352–366.
- Susilo, A. (2023). *Strategi Meningkatkan Behavior Loyalty, Service Quality, Customer Satisfaction, Customer Trust Pada Konsumen Koperasi*. Zifatama Jawara.
- Syahdina, N., SEFNEDI, S., & Irwan, M. (2025). *PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP MINAT BELI ULANG DENGAN KEPUASAN KONSUMEN SEBAGAI MEDIASI (Studi Kasus: Auto Rental Motor Padang)*. Universitas Bung Hatta.
- Tampubolon, S. H. (2025). Strategi Optimalisasi Keuntungan Jangka Panjang Startup Teknologi Baru (Studi Kasus: Gojek Tahun 2017-2021). *Journal of Mandalika Literature*, 6(1), 264–281.
- Wardhana, A. (2024). Service Quality & E-Service Quality in The Digital Edge-Edisi Indonesia. *Eureka Media Aksara*.
- Wirtz, J., & Lovelock, C. (2017). *Understanding service consumers*. World Scientific Publishing Company.