

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN
KEPERCAYAAN PELANGGAN TERHADAP
KEPUASAN DAN LOYALITAS PELANGGAN
DI PT POS INDONESIA**

(STUDI PADA KONSUMEN PT POS INDONESIA DI KOTA PASURUAN)

SKRIPSI

**DIAJUKAN UNTUK MEMENUHI PERSYARATAN MEMPEROLEH GELAR
SARJANA (SI)**



MUCHAMAD ZAKI

2019.69.10.0034

**PROGRAM STUDI ADMINISTRASI BISNIS
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS YUDHARTA PASURUAN**

2023

TANDA PERSETUJUAN PENELITIAN

Judul : Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepercayaan Pelanggan Terhadap
Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan Di Pt Pos Indonesia (Studi pada konsumen
PT POS INDONESIA di kota Pasuruan)

Disusun Oleh : Muchamad Zaki

NIM : 201969100034

Fakultas : Ilmu Sosial Dan Politik

Jurusan : Administrasi Bisnis

Konsentrasi : Pemasaran

Telah diperiksa dan disetujui untuk dipertahankan

di depan tim penguji Pasuruan,

menyetujui

Kaprodi,

Pembimbing,

(Nur Ajizah, S.Sos, M.AB)

(Drs. Eko Agus Alfianto., M.AB)

NIP. 0691502001

NIP, 0690403012

TANDA PENGESAHAN

TELAH DIPERTAHANKAN DI DEPAN MAJELIS PENGUJI SKRIPSI,
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK UNIVERSITAS
YUDHARTA PASURUAN PADA :

HARI : RABU

TANGGAL : 16 AGUSTUS 2023

JAM : 09.00 WIB

JUDUL : PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN
KEPERCAYAAN PELANGGAN TERHADAP KEPUASAN
DAN LOYALITAS PELANGGAN DI PT POS INDONESIA
(Studi pada konsumen PT POS INDONESIA di kota
Pasuruan)

DINYATAKAN LULUS

MAJELIS PENGUJI

KETUA PENGUJI

ANGGOTA PENGUJI

Dr. Any Urwatul W., S.Sos., M.AB

NIP. Y 0691103037

Nur Rohmat Nuzil, S.Sos., M.AB

NIP. Y_0691103044

MENGESAHKAN,

Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Dr. Any Urwatul W., S.Sos., M.AB

NIP. Y 0691103037

MOTTO

**Nandur
Seng apik
cukule bakal
apik...**

HALAMAN PERUNTUKAN

*Skripsi ini kutujukan kepada
Ayahanda dan Ibunda tercinta,
Dan Kakakku tersayang*

Kata Pengantar

Puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT , berkat rahmat dan karunia-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul Pengaruh Kualitas Pelayanan, Loyalitas Pelanggan, Kepercayaan Pelanggan Terhadap Kepuasan Pelanggan Di PT POS INDONESIA (Studi pada konsumen PT POS INDONESIA di kota Pasuruan). Dapat di selesaikan tepat pada waktunya.

Sholawat dan salam semoga senantiasa dilimpahkan Allah SWT kepada junjungan kita Nabi Muhammad SAW, yang telah mengantar umatnya menuju jalan kebenaran dan semoga kita diberi kekuatan untuk melanjutkan perjuangan beliau.

Skripsi ini disusun dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk menempuh ujian S1 pada program studi Administrasi Bisnis pada Fakultas Ilmu Sosial Ilmu Politik Universitas Yudharta Pasuruan.

Dalam proses penyusunan dan pendalam materi pada skripsi ini, tentunya penulis mendapatkan bimbingan, arahan, koreksi dan saran yang sangat berharga bagi penulis. Oleh karena itu kesempatan ini penulis mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Allah SWT yang telah memberikan saya kelancaran, Kesehatan dan kecerdasan untuk berfikir sehingga dapat menyelesaikan tugas akhir ini.
2. Romo K.H. M.Sholeh Bahrudin selaku pengasuh Pondok Pesantren Ngalah.

3. Bapak Dr. H. Agus Kholid Murtadho, S.E,M.E selaku Rektor Universitas Yudharta.
4. Ibu Dr. Any Urwatul Wustqo, S. Sos, M.AB selaku Dekan Program Studi Administrasi Bisnis.
5. Ibu Nur Ajizah, S.Sos, M.AB selaku Kepala Program Studi Administrasi Bisnis.
6. Bapak Drs. Eko Agus Alfianto., M.AB., yang telah membimbing penulis dengan baik.
7. Seluruh dosen Administrasi Bisnis yang telah memberikan bekal ilmu yang bermanfaat bagi penulis.
8. Ayah saya Adenan dan Ibu saya Siti Solicha yang tiada hentinya memberikan semangat, doa, pengorbanan yang selama ini beliau berikan dan motivasi bagi penulis serta kakak-kakak tercinta yang menjadi penguat serta hiburan untuk penulis.
9. Teman seperjuangan mulai dari awal mondok mempunyai sebutan dengan three squad yang telah memberikan semangat serta dukungan dalam penyelesaian skripsi ini.
10. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu oleh penulis yang telah memberikan dukungan dan membantu dalam segi apapun untuk menumbuhkan semangat dalam proses penyusunan skrpsi ini.

Kepada segenap Dosen Administrasi Bisnis yang senantiasa membimbing dan mendidik saya dengan ilmu yang telah diberikan. Menghanturkan sembah sujud

kepada Ayah dan Ibu yang dengan kerelaan, keikhlasan dan pengorbanan yang besar bagi saya dalam menuntut ilmu.

Semoga segala bantuan yang telah diberikan kepada penulis mendapat balasan dari Allah SWT. Saya menyadari masih banyak kekurangan dalam penyusunan skripsi ini. Maka dari itu, saya berharap saran dan kritik yang sifatnya membangun.

Akhir kata penulis mohon maaf apabila terdapat kesalahan dan kekurangan dalam proposal skripsi ini. Besar harapan bagi penulis agar skripsi ini dapat bermanfaat di kemudian hari.

Pasuruan, 16 Agustus 2023

Muchamad Zaki

PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Muchamad Zaki
NIM : 201969100034
Fakultas : Ilmu Sosial Ilmu Politik
Program Studi : Administrasi Bisnis

Menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa skripsi yang saya tulis ini benar-benar merupakan hasil karya saya sendiri, bukan merupakan pengambilalihan tulisan atau pikiran orang lain yang saya akui sebagai hasil tulisan atau pikiran saya sendiri.

Apabila di kemudian hari terbukti atau dapat dibuktikan skripsi ini hasil jiplakan, maka saya bersedia menerima sanksi atas perbuatan tersebut.

Pasuruan, 16 Agustus 2023

Penulis,

Muchamad Zaki

RINGKASAN

Muchamad Zaki. Program Studi Administrasi Bisnis Universitas Yudharta Pasuruan. 16 Agustus 2023. Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepercayaan Pelanggan Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan Di Pt Pos Indonesia (Studi pada konsumen PT POS INDONESIA di kota Pasuruan)

Di era sekarang ini, dunia pemasaran memasuki reformasi industri 4.0 yang ditandai dengan sebuah peradaban baru berbasis digital yang membawa perubahan besar dalam dunia bisnis dan pola belanja masyarakat. Konsumen kini beralih dari aktivitas belanja biasa yaitu dengan mendatangi toko diberagam lokasi (offline) ke belanja online melalui media online yang sangat pesat. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui dan mengukur pengaruh kualitas pelayanan dan kepercayaan pelanggan terhadap kepuasan dan loyalitas pelanggan di pt pos indonesia (studi pada konsumen PT POS INDONESIA di kota Pasuruan).

Pemilihan sampel dalam penelitian ini menggunakan metode purposive sampling sebanyak 100 responden dengan kriteria pengguna jasa di PT POS INDONESIA, konsumen berusia 17 tahun keatas, pelanggan yang sudah menggunakan jasa pos secara online menggunakan akun atau aplikasi pospay. Untuk uji statistik dan pengolahan data yaitu menggunakan SPSS 29. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa (1) kualitas pelayanan berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan pelanggan. (2) kepercayaan pelanggan berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan pelanggan. (3) kualitas pelayanan berpengaruh positif signifikan terhadap loyalitas pelanggan. (4) kepercayaan pelanggan tidak berpengaruh positif signifikan terhadap loyalitas pelanggan. (5) kepuasan pelanggan tidak berpengaruh positif signifikan terhadap loyalitas pelanggan.

Keywords: kualitas pelayanan, kepercayaan, kepuasan dan loyalitas pelanggan

Daftar isi

TANDA PERSETUJUAN PENELITIAN.....	ii
TANDA PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN PERUNTUKAN	v
Kata Pengantar.....	vi
PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN	ix
RINGKASAN	x
Daftar isi.....	xi
BAB 1.....	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	6
1.3. Tujuan Penelitian	7
1.4. Manfaat	7
BAB II	8
TINJAUAN PUSTAKA	8
2.1. Kajian Teoritik	8
2.1.1. <i>Marketing</i> (Pemasaran).....	8
2.1.2. Bauran Pemasaran (Marketing Mix):.....	9
2.1.3. Kualitas Pelayanan	9
2.1.3.1. Dimensi kualitas pelayanan.....	10
2.1.3.2. Indikator Kualitas Pelayanan.....	11
2.1.4. Kepercayaan Pelanggan	14
2.1.4.1. Indikator kepercayaan	15
2.1.5. Kepuasan Pelanggan	17
2.1.5.1. Indikator Kepuasan Pelanggan.....	19
2.1.6. Loyalitas Pelanggan.	20
2.1.6.1. Indikator Loyalitas Pelanggan.....	21
2.2. Penelitian Terdahulu.....	23
2.2.1. Kualitas Pelayanan	23

2.1.7.	Kepercayaan pelanggan	25
2.1.8.	Kepuasan Pelanggan	28
2.1.9.	Loyalitas Pelanggan	30
2.3.	Hubungan Antara Variabel	36
2.4.	Hipotesis Penelitian.	40
2.5.	Kerangka Pemikiran	41
3.1.	Jenis penelitian	42
3.2.	Lokasi penelitian	43
3.3.	Variabel penelitian.	43
3.3.1.	Variabel penelitian	43
3.3.2.	Definisi Operasional Variabel.....	44
3.4	Skala Pengukuran Variabel	46
3.5	Populasi dan Sampel	47
3.5.1	Populasi	47
3.5.2	Sampel.....	48
3.6	Teknik Pengumpulan Data	50
3.7	Teknik Analisis	51
3.7.1	Statistik Deskriptif	52
3.7.2	Analisis Kuantitatif	52
3.8	Uji Instrumen	53
3.8.1	Uji Validitas	53
3.8.2	Uji Reliabilitas.....	54
3.9	Uji Asumsi Klasik	55
3.9.1	Uji Normalitas.....	55
3.9.2	Uji Multikolinearitas	55
3.9.3	Uji Heteroskedastisitas.....	55
3.10	Uji Analisis Data	56
3.10.1.	<i>Path Analysis</i> (Analisis Jalur)	56
3.10.2.	Uji Regresi Linier.....	58
3.10.3.	Analisis koefisien determinasi Simultan.....	59
3.11	Uji Hipotesis	59
3.11.1	Uji parsial (Uji T).....	59

BAB IV	61
HASIL DAN PEMBAHASAN	61
4.1. Gambaran Umum Objek Penelitian.....	61
4.2. Gambaran Umum Responden.....	62
4.2.1. Distribusi Frekuensi Responden Menurut Usia.....	62
4.2.2. Distribusi Frekuensi Responden Menurut Pekerjaan.....	63
4.2.3. Distribusi Frekuensi Responden Menurut Jenis Klamini.....	63
4.2.4. Distribusi Frekuensi Responden Menurut pendapatan.....	64
4.3. Analisis Statistik Deskriptif	64
4.3.1. Variabel kualitas pelayanan	65
4.3.2. Variabel Kepercayaan Pelanggan.....	68
4.3.3. Variable Kepuasan Pelanggan.....	70
4.3.4. Variable Loyalitas Pelanggan.....	72
4.4. Uji Instrumen.....	74
4.4.1. Uji Validitas	74
4.4.2. Uji Reliabilitas	75
4.5. Uji asumsi klasik.....	76
4.5.1. Uji normalitas.....	76
4.5.2. Uji Multikolinearitas.....	78
4.5.3. Uji Heteroskedastisitas.....	79
4.6. Uji ANALISIS DATA	80
4.6.1. Analisis Jalur (Path Analysis)	80
4.6.2. Uji Regresi Linear Model 2.....	81
4.7. Uji Koefisien Determinasi (R²)	82
4.8. Uji hipotesis	83
4.9. Pembahasan	86
4.9.1. Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan.....	87
4.9.2. Pengaruh kepercayaan pelanggan terhadap kepuasan pelanggan. ..	89
4.9.3. Pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan.....	91
4.9.4. Pengaruh kepercayaan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan. ...	93
4.9.5. Pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan.....	95
BAB V.....	98

PENUTUP.....	98
5.1. Kesimpulan	98
5.2. Saran.....	99
Daftar Pustaka.....	101
Lampiran 1 : Curriculum vitae	105

Daftar Tabel

Tabel 2.1 Indikator Kualitas Pelayanan	13
Tabel 2.2 Indikator Kepercayaan Pelanggan	17
Tabel 2.3 Indikator Kepuasan Pelanggan.....	20
Tabel 2.4 Indikator Loyalitas Pelanggan	23
Tabel 2.5 Ringkasan Jurnal Terdahulu.....	32
Tabel 3.1 Ringkasan Indikator Variabel.....	46
Tabel 3.2 Skala likert	47
Tabel 4.1 Distribusi Usia Responden.....	63
Tabel 4.2 Distribusi Pekerjaan Responden	63
Tabel 4.3 Distribusi Pekerjaan Responden	64
Tabel 4.4 Distribusi Pendapatan Responden.....	64
Tabel 4.5 Distribusi jawaban responden pada variable kualitas pelayanan	65
Tabel 4.6 Distribusi jawaban responden pada variable kepercayaan pelanggan. .	68
Tabel 4.7 Distribusi jawaban responden pada variable Kepuasan Pelanggan.	70
Tabel 4.8 Distribusi jawaban responden pada variable loyalitas pelanggan.....	72
Tabel 4.9 Hasil uji validitas	75
Tabel 4.10 Hasil Uji Reliabilitas.....	76
Tabel 4.11 Uji normalitas.....	77
Tabel 4.12 Hasil Uji Multikolinearitas 1.....	78
Tabel 4.13 Hasil Uji Multikolinearitas 2.....	78
Tabel 4.14 Koefisien Persamaan Regresi Linear Model 1.....	81
Tabel 4.15 Koefisien Persamaan Regresi Linear Model 2.....	82

Tabel 4.16 Hasil Uji Determinasi Model 1	82
Tabel 4.17 Hasil Uji Determinasi Model 2	83
Tabel 4.18 Hasil uji hipotesis 1	84
Tabel 4.19 Hasil uji hipotesis 2	84
Tabel 4.20 Hasil uji hipotesis 3	85
Tabel 4.21 Hasil uji hipotesis 4	86
Tabel 4.22 Hasil uji hipotesis 5	86

Daftar Gambar

Gambar 1.1 Data Presentase Jasa Ekspedisi	2
Gambar 2.1 Penelitian Sri Suryoko (2016)	24
Gambar 2.2 Peneltian Asrti Mailani, (2021).....	25
Gambar 2.3 Penelitian Anissa (2021)	26
Gambar 2.4 Penelitan Mohammad Yahya Arief (2021)	27
Gambar 2.5 Penelitian N.P.S. Supertini, (2020)	29
Gambar 2.6 Penelitian Muhammad Ridwan, (2021)	30
Gambar 2.7 Penelitian Naili farida, (2013).....	31
Gambar 2.8 Penelitian Andi Sularso (2015)	32
Gambar 2.9 Kerangka Pemikiran.....	41
Gambar 3.1 Model Analisis Jalur 1.....	57
Gambar 3.2 Model Analisis Jalur 2.....	57
Gambar 3.3 Analisis Jalur.....	57
Gambar 4.1 objek penelitian.....	61
Gambar 4.2 Hasil Uji Heteroskedastisitas 1	79
Gambar 4.3 Hasil Uji Heteroskedastisitas 2	80

RINGKASAN

Muchamad Zaki. Program Studi Administrasi Bisnis Universitas Yudharta Pasuruan. 16 Agustus 2023. Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepercayaan Pelanggan Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan Di Pt Pos Indonesia (Studi pada konsumen PT POS INDONESIA di kota Pasuruan)

Di era sekarang ini, dunia pemasaran memasuki reformasi industri 4.0 yang ditandai dengan sebuah peradaban baru berbasis digital yang membawa perubahan besar dalam dunia bisnis dan pola belanja masyarakat. Konsumen kini beralih dari aktivitas belanja biasa yaitu dengan mendatangi toko diberagam lokasi (offline) ke belanja online melalui media online yang sangat pesat. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui dan mengukur pengaruh kualitas pelayanan dan kepercayaan pelanggan terhadap kepuasan dan loyalitas pelanggan di pt pos indonesia (studi pada konsumen PT POS INDONESIA di kota Pasuruan).

Pemilihan sampel dalam penelitian ini menggunakan metode purposive sampling sebanyak 100 responden dengan kriteria pengguna jasa di PT POS INDONESIA, konsumen berusia 17 tahun keatas, pelanggan yang sudah menggunakan jasa pos secara online menggunakan akun atau aplikasi pospay. Untuk uji statistik dan pengolahan data yaitu menggunakan SPSS 29. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa (1) kualitas pelayanan berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan pelanggan. (2) kepercayaan pelanggan berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan pelanggan. (3) kualitas pelayanan berpengaruh positif signifikan terhadap loyalitas pelanggan. (4) kepercayaan pelanggan tidak berpengaruh positif signifikan terhadap loyalitas pelanggan. (5) kepuasan pelanggan tidak berpengaruh positif signifikan terhadap loyalitas pelanggan.

Keywords: kualitas pelayanan, kepercayaan, kepuasan dan loyalitas pelanggan

BAB 1

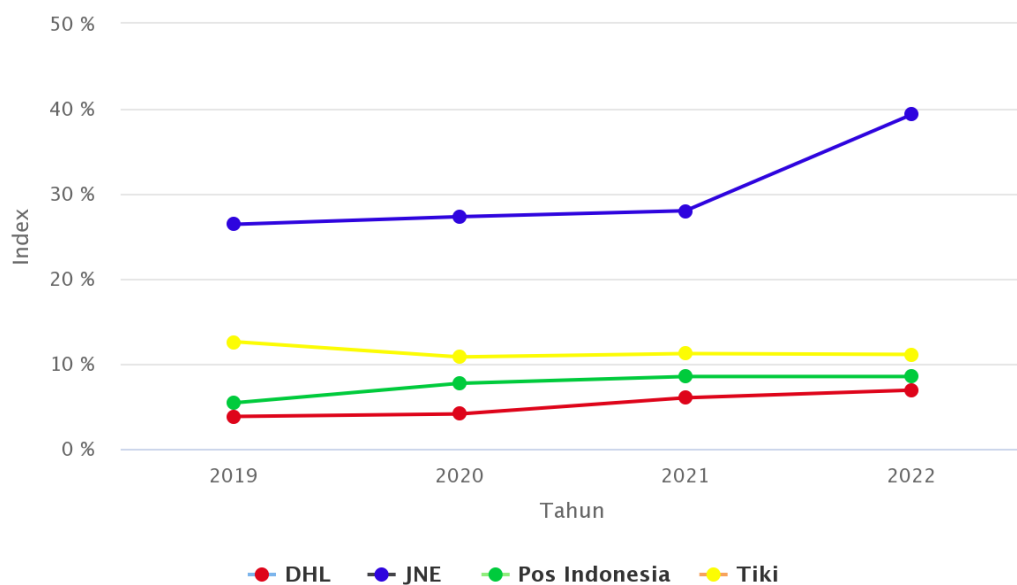
PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Di era sekarang ini, dunia pemasaran memasuki reformasi industri 4.0 yang ditandai dengan sebuah peradaban baru berbasis digital yang membawa perubahan besar dalam dunia bisnis dan pola belanja masyarakat. Konsumen kini beralih dari aktivitas belanja biasa yaitu dengan mendatangi toko diberagam lokasi (offline) ke belanja online melalui media online yang sangat pesat. Berbagai aktivitas dan keputusan manusia semakin dipermudah dengan adanya perkembangan teknologi, konsumen dapat membeli apapun, kapanpun dan dimanapun langsung dari genggam tangan melalui smartphone yang mereka miliki tanpa adanya batasan ruang dan waktu. Hal ini juga merambah teknologi jasa pengiriman barang (ekspedisi), dimana jasa pengiriman saat ini sangat berkembang pesat.

Jasa pengiriman sangat dibutuhkan oleh masyarakat mengingat geografis Indonesia merupakan Negara kepulauan sehingga dengan adanya jasa pengiriman ini dapat memudahkan masyarakat untuk mengirimkan barang ke seluruh wilayah Indonesia tanpa datang langsung ke tempat tujuan yang akan menambah biaya pengiriman. Keberadaan yang strategis dalam meningkatkan kinerja arus barang dari satu wilayah ke wilayah lain menyebabkan banyak lahirnya perusahaan jasa pengiriman yang terus berkembang dan bersaing untuk merebut pasar, salah satu diantaranya adalah PT POS INDONESIA.

PT Pos Indonesia atau lebih dikenal dengan Kantor Pos adalah salah satu Badan Usaha yang bergerak di bidang jasa khususnya pengiriman surat menyurat, pengiriman barang dll. Sejarah mencatat keberadaan Pos Indonesia begitu panjang, Kantor Pos pertama didirikan di Batavia (sekarang Jakarta) oleh Gubernur Jendral G.W Baron van Imhoff pada tanggal 26 Agustus 1746 dengan tujuan untuk lebih menjamin keamanan surat-surat penduduk, terutama bagi mereka yang berdagang dari kantor-kantor di luar Jawa dan bagi mereka yang datang dari dan pergi ke Negeri Belanda. Sejak itulah pelayanan pos telah lahir mengemban peran dan fungsi pelayanan kepada publik.



Gambar 1.1 Data Presentase Jasa Ekspedisi

Data diatas adalah tingkat kepercayaan pelanggan terhadap perusahaan jasa ekspedisi yang menunjukkan presentase dari tahun 2019 sampai 2022 sebagai berikut, DHL: 3.80%, 4.10%, 6.00%, 6.90%, JNE: 26.40%, 27.30%, 28.00%,

39.30%, Pos Indonesia: 5.40%, 7.70%, 8.50%, 8.50%, Tiki: 12.60%, 10.80%, 11.20%, 11.10%.

Data survei diatas dapat dijadikan pertimbangan dalam peningkatan mutu pelayanan perusahaan jasa, terlebih lagi sekarang ini pelanggan semakin pintar dalam permintaan mereka dan menuntut standar pelayanan yang tinggi. Loyalitas dapat dijadikan motivasi untuk meyakinkan pelanggan dalam menggunakan fasilitas maupun jasa perusahaan. Pemanfaatan loyalitas pelanggan ini disebabkan oleh efek jangka Panjang loyalitas itu sendiri, dengan harapan pelanggan tetap menggunakan jasa perusahaan tersebut secara terus-menerus. Untuk mencapai loyalitas pelanggan maka diperlukan beberapa faktor lain sebagai pendukung.

Kepuasan pelanggan merupakan faktor yang sangat menentukan dalam pemasaran, sebaliknya kekecewaan pelanggan dalam memberi layanan bisa menjadikan kehancuran perusahaan dimasa mendatang. Dalam pasar yang tingkat persaingannya cukup tinggi, kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan saling berhubungan, yang artinya jika ada usaha dari perusahaan untuk meningkatkan kepuasan pada pelanggan maka loyalitas pelanggan akan meningkat.

Sebagai perusahaan jasa, PT Pos Indonesia dituntut memiliki kualitas pelayanan yang baik, karena hal itu sangat erat hubungannya dengan kepuasan pelanggan. Kemajuan sebuah perusahaan salah satunya yakni di pengaruhi oleh kemampuan perusahaan dalam melayani konsumen atau pelanggannya. Pelayanan perusahaan harus memberikan dan harus memperhatikan kualitas standart yang di berikan kepada pelanggan bahkan harus melebihi efektifitas yang di berikan dan di harapkan oleh pelanggan sehingga kepuasan pelanggan dapat berdampak positif

bagi sebuah perusahaan, karena itu pelanggan akan puas dengan kinerja perusahaan yang membuat pelanggan memiliki loyalitas sehingga bertahan menggunakan jasa perusahaan tersebut. Kualitas pelayanan memiliki pengaruh positif signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan. Dengan kualitas pelayanan yang baik maka keputusan dari banyak konsumen akan berdampak positif dikarenakan kualitas pelayanan dapat memberikan nilai lebih terhadap kepuasan konsumen (Anggelina, 2019).

Dalam menghadapi persaingan perusahaan tidak cukup hanya dengan mengandalkan kualitas pelayanan, akan tetapi kepercayaan pelanggan juga menjadi faktor penting untuk menjaga keberlangsungan perusahaan. Kepercayaan merupakan sebuah pondasi dari suatu bisnis. Kepercayaan adalah suatu kesadaran dan perasaan yang dimiliki oleh pelanggan untuk mempercayai sebuah produk, dan digunakan penyedia jasa sebagai alat untuk menjalin hubungan jangka panjang dengan pelanggan (Diza, Moniharapon, & Ogi, 2016). membentuk kepercayaan pelanggan merupakan salah satu cara untuk menciptakan dan mempertahankan pelanggan. Kepercayaan yang tinggi oleh konsumen terhadap perusahaan akan dapat memberikan rasa puas konsumen dalam menggunakan produk atau jasa perusahaan, kepercayaan pelanggan (trust) merupakan pondasi dari bisnis yang merupakan cara untuk menciptakan dan mempertahankan konsumen (Laely, 2016).

Faktor lainnya yang mempengaruhi kualitas pelayanan adalah loyalitas pelanggan, yang mana loyalitas pelanggan itu dapat terbentuk apabila pelanggan itu merasa puas dengan layanan yang di terima dan itu di berikan oleh sebuah

perusahaan, sehingga pelanggan dan perusahaan akan melanjutkan hubungan yang baik secara terus menerus atau jangka panjang.

Pendapat yang kuat di sampaikan oleh Samuel (2012: 172-173), Menunjukkan bahwa upaya untuk meningkatkan loyalitas pelanggan harus di fokuskan pada kepuasan pelanggan. Dampak dari pengalaman positif yang di alami pelanggan tersebutlah yang pada akhirnya akan membentuk kepercayaan pelanggan terhadap produk atau jasa, sehingga akan berujung pada peningkatan loyalitas pelanggan. Beberapa pakar dari peneliti sebelumnya menyebutkan bahwa faktor penentu kepuasan pelanggan adalah kepercayaan pelanggan.

Di lakukanya penelitian ini pada konsumen Kantor Pos Pasuruan karena dalam pelayanan kantor pos khususnya layanan jasa kurir pada proses pengirimannya terkadang mengalami keterlambatan dan mengalami kehilangan pada paket atau barang kiriman. Di balik kekurangan itu kantor pos pasuruan memiliki kelebihan sendiri dalam melayani pelanggan khususnya mempermudah jalannya pembayaran pensiunan/ bayar asuransi sepeda motor, bayar pajak, denda online dan lain-lain.

Beerapa penelitian terdahulu terkait pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan seperti penelitian oleh Ambar Lukitaningsih. (2022) menunjukkan bahwa kualitas layanan berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Namun, penelitian lain juga menemukan bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Seperti penelitian Andi sularso. (2015) Hasil penelitian ini adalah kualitas pelayanan telah berdampak positif dan signifikan terhadap kepuasan

pelanggan. Untuk itu dalam penelitian ini peneliti ingin mengkaji ulang mengenai pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan dan juga penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi yang bermanfaat bagi perusahaan dalam meningkatkan kepuasan pelanggan.

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas, penulis ingin mengetahui lebih jauh apakah kualitas pelayanan dan kepercayaan pelanggan berpengaruh terhadap kepuasan dan loyalitas pelanggan di PT Pos Indonesia. Untuk itu penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul: **“Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepercayaan Pelangan Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan Di Pt Pos Indonesia** (Studi Pada Konsumen PT Pos Indonesia Di Kota Pasuruan).

1.2. Rumusan Masalah

Dalam penelitian ini telah menetapkan 3 variabel X dan 1 variabel Y. Dimana setiap variabel memiliki norma-norma dan angka-angka yang berbeda satu sama lainnya. Untuk lebih jelasnya maka variabel tersebut tersusun dalam rumusan masalah sebagai berikut:

1. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan?
2. Apakah kepercayaan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan?
3. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan?
4. Apakah kepercayaan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan?
5. Apakah kepuasan pelanggan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan?

1.3. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan.
2. Untuk mengetahui pengaruh kepercayaan terhadap kepuasan pelanggan.
3. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan.
4. Untuk mengetahui pengaruh kepercayaan terhadap loyalitas pelanggan
5. Untuk mengetahui pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan.

1.4. Manfaat

1. Manfaat teoritis

Hasil dari penelitian ini di harapkan dapat menjadi sumber informasi dan masukan yang berkaitan dengan kualitas pelayanan, loyalitas pelanggan, kepercayaan pelanggan.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi penulis.

Dengan penelitian ini dapat menambah wawasan dan pengetahuan penulis mengenai kualitas pelayanan, loyalitas pelanggan, kepercayaan pelanggan.

b. Bagi penulis lain.

Hasil penelitian ini di harapkan dapat menjadi sebuah bahan masukan bagi peneliti lain dan bahan pertimbangan dalam kualitas pelayanan, loyalitas pelanggan, kepercayaan pelanggan.

BAB V

PENUTUP

5.1. Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dan kepercayaan pelanggan terhadap kepuasan dan loyalitas pelanggan (Studi pada konsumen PT POS INDONESIA di kecamatan purworejo pasuruan). Berdasarkan rumusan masalah yang diajukan, analisis dan data pembahasan yang dilakukan pada bab sebelumnya, maka dapat diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

1. Hasil uji hipotesis 1 membuktikan bahwa variabel kualitas pelayanan (X1) memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap variabel kepuasan pelanggan (Y1).
2. Hasil uji hipotesis 2 membuktikan bahwa variabel kepercayaan pelanggan (X2) memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap variabel kepuasan pelanggan (Y1).
3. Hasil uji hipotesis 3 membuktikan bahwa variabel kualitas pelayanan (X1) memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap variabel loyalitas pelanggan (Y2).
4. Hasil uji hipotesis 4 membuktikan bahwa variabel kepercayaan pelanggan (X2) tidak memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap variabel loyalitas pelanggan (Y2).

5. Hasil uji hipotesis 5 membuktikan bahwa variabel kepuasan pelanggan (Y1) tidak memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap variabel loyalitas pelanggan (Y2).

5.2. Saran

Setelah mengambil kesimpulan dari pengaruh kualitas pelayanan dan kepercayaan pelanggan terhadap kepuasan dan loyalitas pelanggan (Studi pada konsumen PT POS INDONESIA di kecamatan purworejo pasuruan). Maka penulis memberikan saran yang dapat digunakan sebagai kontribusi pemikiran bagi perusahaan dan penelitian selanjutnya, sebagai berikut:

1. Bagi PT POS INDONESIA Pasuruan

Diharapkan PT POS INDONESIA meningkatkan kualitas pelayanan dengan cara memperbaiki konsistensi jasa kepada pelanggannya. Yang nantinya dapat menciptakan kepuasan pelanggan sehingga perusahaan tetap mempertahankan loyalitas pelanggan dan juga meningkatkan kualitas pelayanan jasa dalam mencapai kualitas pelayanan yang terbaik.

Untuk PT POS INDONESIA diharapkan mempertahankan kepercayaan pelanggan dengan memperbaiki sistem pelayanan terhadap pelanggan yang berorientasi terhadap kepedulian dan empati terhadap kebutuhan dan masalah pelanggan, dalam mencapai kepuasan pelanggan, sehingga perusahaan bisa mempertahankan loyalitas pelanggan.

2. Bagi penulis selanjutnya

Berdasarkan hasil penelitian ini, maka saran yang ingin disampaikan penulis yaitu diharapkan peneliti selanjutnya menggunakan indikator yang lain dengan faktor yang sama. Dan dapat menambah faktor lain atau variabel lain diluar penelitian ini yang memepengaruhi loyalitas pelanggan. Agar menghasilkan gambaran yang lebih luas mengenai permasalahann yang diteliti.

Daftar Pustaka

- Agung, T. P. (2022). *Loyalitas Pelanggan*. Widina Bhakati Persada Bandung: (Grup CV. Widina Media Utama) .
- Ahmad Nur Rofi, S. M. (2012). pengaruh disiplin kerja dan pengalaman kerja terhadap prestasi kerja karyawan produksi PT LEO AGUNG RAYA SEMARANG. *manajemen dan akuntansi terapan* , vol 3.
- Aker, D. A. Maylina (2003). *Managing Brand Equity: Capitalizing On The Value Of A Brand Name*. New York: Free Press.
- Alamsyah, Ramli Akbar. 2016. Pengaruh Kepuasan dan Kepercayaan Pelanggan terhadap Niat Pembelian Ulang di Toko Online. *Jurnal FEB UMM*. Hal 158- 164.
- Andri Yama Putra, D. B., & Putra, A. Y. (2012). Pengaruh Faktor-faktor Internal Dan Eksternal Terhadap kepuasan pelanggan Indonesian *Journal Of Agricultural Economics (IJAE)* , ISSN 2087 - 409X.
- Andi Sularso, dan Imam Suroso. 2015. Pengaruh Kualitas Layanan, Harga dan Citra Merek Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan Pos Ekspres Di Kantor Pos Bondowoso dan Situbondo. *Jurnal Ekonomi, Akuntansi dan Manajemen*. Vol. 14
- Annisa, & Bambang, M. D. (2021). Analisis pengaruh kualitas layanan dan kepercayaan terhadap loyalitas pelanggan dengan kepuasan pelanggan sebagai variabel mediator (Studi pada Pengguna Jasa PT. Pos Indonesia di Semarang). *DIPONEGORO JOURNAL OF MANAGEMENT*, 1-12.
- Angelina, R. (2019). Pengaruh Return On Asset Earnng Per Share Dan Time Interest Earrnead Terhadap Harga Saham Perusahaan Sub Sektor Pertambangan Yang Terdaftar Di Daftar Efek Syariah (DES).
- Arikunto. (2002). *Prosedur Suatu Penelitian: Pendekatan Praktek. Edisi Revisi Kelima*., Jakarta: Rineka Cipta.
- Augusty, F. (2006). *Metode Penelitian Manajemen: Pedoman Penelitian Untuk Penulisan Skripsi Tesis dan Disertasi Ilmu Manajemen*. Senarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Asrti Mailani, (2021), dengan judul pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada kantor pos sindanglaya cipanas, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Suryakencana.
- Bilson, S. (2003). *Memenangkan Pasar Dengan Pemasaran Efektif & Profitabel*. Jakarta: PT Gramedia pustaka Utama.

- Cahyana. (2018). Analisa Kualitas Pelayanan Bioskop Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan Menggunakan Metode Structural Equation Modeling (Sem). *Spektrum Industri*, 16(1), 9–17. Retrieved from <http://journal.uad.ac.id/index.php/Spektrum/article/view/9776/4730>.
- Darwin, Steven dan Yohanes Sondang Kunto, 2014. Analisis Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Dan Kepercayaan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening Pada Asuransi Jiwa Manulife Indonesia-Surabaya, *Jurnal Manajemen Pemasaran*, Vol. 2, No. 1:1-12.
- David A dan Kevin L Keller., 1988., “Consumer Evaluations Of Brand Extensions”., *Journal of Marketing*., Vol. 54., p. 27-41.
- Diza (2016). Pengaruh kualitas pelayanan, kualitas produk dan kepercayaan terhadap kepuasan konsumen (studi pada PT fifgroup cabang manado). *Jurnal EMBA*, 4(1), 109–119.
- Dharmesta, I. (2005). *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta: Liberty.
- Ghozali. (2011). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan program SPSS*. Semarang: UNDIP.
- Ghozali, I. (2009). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Fadjar (2008) pengaruh kepercayaan produk terhadap loyalitas konsumen dalam menggunakan merek.
- Hasan, A. (2008). *Marketing*. Yogyakarta: Penerbit MedPress (Anggota IKPI).
- ..., A. (2009). *Marketing Edisi Baru*. Yogyakarta: MedPress.
- Husni, R. M. (2018). Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Rumah Makan Sidempuan Medan. *Manajemen Tools*, Vol 9 No 1 Hal 2088-3145.
- Irawan, H. (2004). *Kepuasan Pelanggan*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Jopie, e. a. (2014). Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen PT Pos Indonesia (Persero) Manado. *EMBA*, Vol 2 No 3 Hal 1550-1562.
- Kotler, K. L. (2009). *Eidisi Ketiga Belas Jilid 1 Manajemen Pemasaran Terjemahan Oleh Bob Sabran MM*. Jakarta: Erlangga.
- Laely, N. (2016). Analisis pengaruh kepercayaan dan harga terhadap loyalitas pelanggan dimediasi kepuasan pada pt. telkomsel di kota kediri. *Jurnal Ilmu Ekonomi & Manajemen*, 3(2), 61–74.
- Lukitaningsih, Ambar. 2013. “Iklan yang Efektif sebagai Strategi Komunikasi Pemasaran”. *Jurnal Ekonomi dan Kewirausahaan*. Vol. 13. No. 2.

- Martina, A. H., & Rosi, D. Y. (2020). Pengaruh strategi penetapan harga terhadap loyalitas pelanggan produk kilat khusus mitra korporat kantor pos purwokerto. *JURNAL Ecoment Global; Kajian Bisnis dan Manajemen*, 70-79.
- Mohammad, Y. A., & Ida, S. (2021). Pengaruh kualitas pelayanan, brand image (citra merek) dan trust (kepercayaan) terhadap loyalitas pelanggan PT. POS INDONESIA (PERSERO) Kecamatan Kapongan Kabupaten Situbondo. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis GROWTH*, 48-64.
- Muhammad Ridwan, (2021) Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas pelanggan Go-Jek,
- Naili Farida, (2013), Dengan judul pengaruh nilai pelanggan dan kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan, melalui kepuasan pelanggan pada pelanggan bus efisiensi (Studi PO Efisiensi Jurusan Yogyakarta-Cilacap).
- N.P.S. Supertini, (2020) Pengaruh Kepercayaan Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Pusaka Kebaya Di Singaraja,
- Nuraini, E. (2014). Metode Penelitian. *etheses uin-malang ac id*.
- Parasuraman, A., Berry, L.L., and Zeithaml, A.V, (2015), A Conceptual Model of Service Quality and Its Service Quality and Its Implication for Future
- Ratichkhu. (2018). Kualitas Pelayanan, Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Instrumen Penunjang Laboratorium (Studi Kasus Pada PT Laborindo Sarana Jakarta). *Madani*, Vol 1 No 2 Hal 305-322.
- Samuel. (2012: 172-173), Pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan. *Management Analysis Journal*, 4(4), 348-354.
- Sella Kurnia Sari. 2012. "Pengaruh Citra Perusahaan Terhadap Minat Konsumen (Evaluasi Penjualan Jasa Kamar Aston Karimun City hotel)". *Jurnal Pemasaran*.
- Sirojudin, Desti, N., Asrti, M., Rizki, A., & Agus, I. (2021). Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada kantor pos. *JURNAL EKONOMI DAN KEUANGAN ISLAM*, 1-16.
- Sihombing, & Putra, A. Y. (2016). Pengaruh Faktor-faktor Internal Dan Eksternal Terhadap kepuasan pelanggan *Indonesian Journal Of Agricultural Economics (IJAE)* , ISSN 2087 - 409X.
- Sugiyono. (2010). *Metode Penelitian Bisnis* . Bandung: Alfabeta.
- ..., P. D. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Bandung: ALFABETA, CV.

- Sumarwan, U. (2003). *Perilaku Konsumen Teori dan Penerapannya Dalam Pemasaran*. Jakarta: Ghalia Indonesia .
- Sunyoto, D. (2012). *Dasar - Dasar Manajemen Pemasaran* . Yogyakarta: Caps.
- Susilo. (2018), pengaruh kepercayaan terhadap kepuasan pelanggan PT POS KEDIRI..
- Suwandi, Andi, S., & Imam, S. (2015). Pengaruh kualitas layanan, harga dan citra merek terhadap kepuasan dan loyalitas pelanggan pos ekspres dikantor pops bondowoso. *JEAM Vol XIV*, 68-88.
- Suryoko Sri (2016), pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan (studi kasus pada pengguna jasa pengiriman barang kantor pos semarang)
- Stanton, William. J dan Y. Lamarto. 1991. *Prinsip Pemasaran*. Edisi 7. Erlangga. Jakarta.
- Tambunan, P. (2016). Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Pada PDAM TIRTA NCIHO SIDIKALANG). *Ilmiah Methonomi*, Vol 2 No 2.
- Tjiptono, F. d. (2008). *Pemasaran Strategik*. Yogyakarta : Andi Offset.
- Wijaya, Tony, *Manajemen Kualitas Jasa*, (Jakarta: Salemba Empat 2011).
- Woro, M., & Naili, F. (2013). Pengaruh nilai pelanggan dan kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan, melalui kepuasan pelanggan pada pelanggan bus efisiensi . *JURNAL ADMINISTRASI BISNIS*, 64-75.
- Yayan, S. (2020). Pengaruh kualitas pelayanan, kepercayaan dan harga terhadap kepuasan konsumen pada kantor pos indonesia (Persero) Kota Tangerang. *journal of managementReview*, 447-455.
- Yuni, R. I., & Sri, S. (2016). Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan (studi kasus pada pengguna jasa pengiriman barang kantor pos semarang) *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 2-11 .
- Fikri, M. R., & Aminullah, A. (2024). Efektivitas Implementasi Program Yess dalam ERSPEKTIF Principal Agent di Kabupaten Pasuruan. *Journal of Management and Bussines (JOMB)*, 6(1), 8-19.
- Indrawati, I., MUYASAROH, S., & AHWAN, Z. (2022). Analisis Makna Simbolik Larung Tumpeng Pada Upacara Distrikan di Danau Ranu Desa Ranuklindungan Pasuruan. *Jurnal Komunikasi Nusantara*, 4(2), 307-315.
- Lestari, N. W., & Huda, M. (2024). Pengaruh Omnichannel Marketing dan Product Assortment terhadap Minat Beli dan Keputusan Pembelian Konsumen UMKM FNB di Pandaan. *AKADEMIK: Jurnal Mahasiswa Ekonomi & Bisnis*, 4(3), 1580-1593.
- Nuraeni, N., & Santia, D. A. (2024). Market Sensing Capabilities, Inovasi Produk sebagai Peningkatan Competitive Advantage pada UMKM Produk Pangan Olahan Terkemas Kecamatan Tutur. *Jurnal Pendidikan dan Kewirausahaan*, 12(1), 339-348.
- Nuraeni, N., Nuzula, N. F., & Damayanti, C. R. Unveiling the Nexus:

Exploring The Dynamics Of Corporate Governance, Capital Structure, Investment Opportunities, And Bank Performance In Indonesian Stock Exchange's Publicly Listed Commercial Banks (2018-2022)—A Moderated Analysis Incorporating Credit Risk.

- Nuraeni, N., Saifi, M., Nuzula, N. F., & Damayanti, C. R. (2024). The Impact of Corporate Governance on Capital Structure, Investment Opportunity Set, and Bank Performance: The Role of Credit Risk as a Moderating Variable. *Asian Journal of Management, Entrepreneurship and Social Science*, 4(03), 1172-1196.
- Hambali, H. (2024). PENDEKATAN RASIONALITAS DAN ETIKA DALAM KEBIJAKAN WAJIB BELAJAR PENDIDIKAN MADRASAH DINIYAH KABUPATEN PASURUAN. *Triwikrama: Jurnal Ilmu Sosial*, 4(5), 100-110.
- Hawa, N. I., Soesilo, T. E., & Nuraeni, N. (2023). Knowledge Is (Still) Key: Awareness to Shape Trends in Telemedicine Use during the Pandemic Based on Management Perceptions and Implementation Systems. *International Journal of Telemedicine and Applications*, 2023(1), 4669985.
- Murtadlo, K., & Nuraeni, N. (2022). Good Corporate Governance and Risk Management on Financial Cooperative Performance. *AFRE (Accounting and Financial Review)*, 5(3), 284-292.
- Murtadlo, K., & Utomo, D. (2024). Sustainability Analysis of MSMES in Sampang Regency Based on Multidimensional Scaling. *Asian Journal of Management, Entrepreneurship and Social Science*, 4(03), 1211-1226.
- Nugroho, E. D., Sururi, A. M., Ardiansyah, R., Rahayu, D. A., Ainiyah, R., Fathurrohman, A., ... & Kasiman, K. (2024). Bioinformatics Approach: Evaluating the Antiviral Potential of Flavonoid Compounds from *Phyllanthus urinaria* against Foot-and-Mouth Disease in Livestock Animals. *ALCHEMY: Journal of Chemistry*, 12(1), 42-48.
- Sari, M. R. Y. (2021). Model Pengukuran Kinerja Aparatur Sipil Negara Di Kecamatan Tukur (Doctoral dissertation, Universitas Yudharta).
- Siswanto, A., & Ahwan, Z. (2024). Politik Hiburan Dalam Pemilu: Perolehan Suara Komeng Pada Pemilu 2024. *Al-Tsiqoh: Jurnal Ekonomi dan Dakwah Islam*, 9(1), 57-83.
- Bahrudin, S., Munir, M., Rohmah, S. A., Saidah, I. N., Nurrochmani, A., & Ahwan, Z. (2021). Model Komunikasi Strategis Religious Leader dalam Pengurangan Stigma dan Diskriminasi Covid-19:(Tinjauan Teori Opinion Leader Paul Lazarfield). *Jurnal Darussalam: Jurnal Pendidikan, Komunikasi dan Pemikiran Hukum Islam*, 13(1), 101-114.
- Nuzil, N. R., & Sholihun, M. (2023). Pendampingan Penyusunan Laporan Keuangan pada UMKM Berdasarkan SAK EMKM pada CV. Lancar Jaya Unggas. *Khidmatuna: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(2), 106-120.
- Nuzil, N. R., & Sholihun, M. (2023). Pendampingan Penyusunan Laporan Keuangan pada UMKM Berdasarkan SAK EMKM pada CV. Lancar Jaya Unggas. *Khidmatuna: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(2),

106-120.

- Wusko, A. U., & Alfiantoro, E. A. (2022). Pengaruh Social Capital dan Human Capital Terhadap Kinerja UMKM yang Tergabung pada Sukorejo Smart. *SKETSA BISNIS (e-jurnal)*, 9(1), 91-101.
- Sulhan, M., Astutik, W., Wahyono, D., Arifin, M., & Mukhrojin, M. The Influence of Entrepreneurial Orientation on Competitive Advantage and Company Performance.
- Mamilianti, W., Huda, M., Asmara, R., & Bakhtiar, A. (2024). The Agricultural Labor Market: Farmer Perception and the Influence on The Efficiency of Rice Farming. *Journal of Ecohumanism*, 3(8), 5895-5907.
- Rohman, A., & Rakhmawati, A. (2024). Pengaruh Content Marketing dan Celebrity Endorser Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Brand Trust Sebagai Variabel Intervening: Studi pada Pembeli Hafez Restorer di Media Sosial Tiktok. *Economic Reviews Journal*, 3(4), 1779-1788.
- Amri, M. A. U., Rakhmawati, A., & Wusko, A. U. (2024). PENGARUH SERTIFIKASI HALAL, KUALITAS PRODUK, DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DIRESTORAN KFC.(STUDI PADA KONSUMEN KFC PANDAAN). *Jurnal Pemasaran Bisnis*, 6(4).
- Rakhmawati, A., Nizar, M., Sulhan, M., Febrianti, D., & Maulinda, S. (2024). Kasgot Fertilizer Production Training to Boost Agricultural Productivity and Economic Sustainability in Suwayuwo Village. *Amalee: Indonesian Journal of Community Research and Engagement*, 5(2), 853-866.
- Rakhmawati, A., & Wusko, A. U. (2024). PENGARUH HARGA, KUALITAS PRODUK DAN GAYA HIDUP TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MOTOR HONDA SPORT (STUDI KASUS DI KABUPATEN PASURUAN). *Stratēgo: Jurnal Manajemen Modern*, 6(4).
- Nizar, M., Jamhuri, M., & Rakhmawati, A. (2024). PENGUATAN KAPABILITAS DIGITAL UKM BATIK CANTING KHAS GEMPOL KABUPATEN PASURUAN MELALUI PEMBINAAN DAN PENDAMPINGAN TRANSFORMASI BISNIS DIGITAL. *Jurnal Abdi Insani*, 11(3), 755-763.
- Rakhmawati, A., & Nizar, M. (2024). Strategi Pemerintah Menuju Pariwisata Berkelanjutan di Kawasan Telaga Sarangan. *Jurnal Multidisiplin Ibrahimy*, 1(2), 217-225.
- Nizar, M., Iltiham, M. F., & Rakhmawati, A. (2023). Meningkatkan Kemampuan Digital Masyarakat Lokal Melalui Pendampingan Dan Pengembangan Transformasi Bisnis Digital. *Abdimas Unwahas*, 8(2).
- Rakhmawati, A., Rahardjo, K., Prakasa, Y., & Nizar, M. (2023). Dampak Kondisi Sosial Ekonomi, Respon Kebijakan Pemerintah Dan Pengaruhnya Terhadap Keberlanjutan Ukm Dan Kinerja Keuangan. *Jurnal Sekretaris dan Administrasi Bisnis*, 7(2), 93-110.
- Rakhmawati, A., & Nizar, M. (2023). Analysis of Small Business Performance in Terms of Islamic Financial Literacy and Inclusion. *MALIA: Jurnal*

- Ekonomi Islam, 14(2), 269-285.
- Rakhmawati, A., & Nizar, M. (2023). Laporan Pengabdian Transformasi Keuangan: Sosialisasi Dan Pelatihan Akuntansi Bagi Pesantren Untuk Meningkatkan Tata Kelola Pondok Pesantren.
- Ahwan, Z., & Marzuki, M. E. (2021). Model Konstruksi Komunikasi antar Faith Based Organization dalam Meminimalisir Interfaithconflict pada Pelestarian Adat dan Tradisi Budaya Suku Tengger Tosari Pasuruan. *Jurnal Darussalam: Jurnal Pendidikan, Komunikasi Dan Pemikiran Hukum Islam*, 13(1), 136-149.
- Silfiah, R. I., & Humiati, H. (2023). The Relevance of Gender Mainstreaming in Indonesia to Women's Rights in Islamic Law. *Lampung Journal of International Law*, 5(1), 15-26.
- Silfiah, R. I., Mohtarom, A., Ulum, K. M., Publik, P. A., & Ilmu, S. (2021). Digitalisasi bank sampah dengan penerapan sistem aplikasi resik di desa karangsono kecamatan sukorejo kabupaten pasuruan. *Jurnal Aplikasi Dan Inovasi Ipteks (SOLIDITAS)*, IV (2), 143-154.
- Astutik, W., & Sulhan, M. (2022). Pelatihan kerja, soft skill dan hard skill mendorong peningkatan kinerja karyawan. *JMK (Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan)*, 7 (2), 9–21.
- Silfiah, R. I., & Nabila, A. (2021). Kualitas Pelayanan Publik di Kantor Kelurahan Ledug Kecamatan Prigen Kabupaten Pasuruan. *Jurnal Aplikasi Dan Inovasi Ipteks Soliditas*, 4(1), 43-52.
- Anandita, A. W., & Sulhan, M. (2024). PENDAMPINGAN DIGITALISASI MARKETING PADA CV. NUGRAHA CIPTA RAHARJA. *PROFICIO*, 5(1), 875-880.
- Prianto, A. (2023). PENGEMBANGAN BUM Desa SEBAGAI INDUSTRI PROMOSI EKSPORT DENGAN PENDEKATAN NEW INSTITUSIONAL DI DESA WINONG PASURUAN PROVINSI JAWA TIMUR. *Journal Publicuho*, 6(3), 940-958.
- Rakhmawati, A., & Nizar, M. (2023). Analysis of Small Business Performance in Terms of Islamic Financial Literacy and Inclusion. *MALIA: Jurnal Ekonomi Islam*, 14(2), 269-285.
- Afif, N. A., & Ahwan, Z. (2024). Analisis Kontroversi Childfree di Media Sosial dalam Relasinya dengan Feminisme dan Budaya Ketimuran. *Jurnal Nomosleca*, 10(1).
- Aminullah, A., Gani, A. J. A., Suryadi, S., & Hariyono, B. S. (2022). Public Policy Implementation Effectiveness (Case Study Of Village Fund Implementation In Linggo Pasuruan). *Wacana Journal of Social and Humanity Studies*, 25(2).
- Arifin, A., Nuraeni, N., & Ahruddin, A. (2021). Pengaruh Kompetensi Dan Pengembangan Karier Terhadap Kinerja Pegawai Pada Dinas Perkebunan Kabupaten Way Kanan. *Ekombis Sains: Jurnal Ekonomi, Keuangan dan Bisnis*, 6(1), 113-120.