

Pengaruh Logistic Service Quality Terhadap Customer Retention Dengan Past Experience Sebagai Variable Moderasi

Djodi Mahardika^{1*}, Vicky F. Sanjaya², dan Nurhayati³

^{1, 2, 3} Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *Logistic Service Quality* terhadap *Customer Retention* dengan *Past Experience* sebagai variabel moderasi pada konsumen Indogrosir di Kota Bandar Lampung. Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis hubungan kausalitas. Sampel penelitian ditentukan dengan metode *simple random sampling* menggunakan rumus Lemeshow dan diperoleh sebanyak 96 responden. Analisis data dilakukan melalui uji validitas, reliabilitas, serta pengujian hipotesis dengan menggunakan *Partial Least Square* (PLS). Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Logistic Service Quality* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Customer Retention*. Hal ini berarti semakin baik kualitas layanan logistik yang dirasakan, maka semakin tinggi pula tingkat retensi pelanggan. Namun demikian, hasil pengujian juga menunjukkan bahwa *Past Experience* tidak mampu memoderasi hubungan antara *Logistic Service Quality* terhadap *Customer Retention*. Dengan demikian, keputusan pelanggan untuk tetap bertahan lebih ditentukan oleh kualitas layanan logistik yang sedang berjalan saat ini daripada pengalaman masa lalu.

Kata Kunci: *Logistic Service Quality*¹, *Customer Retention*², *Past Experience*³

Copyright (c) 2025 Nugrah Kudus, Minasari Nasution

✉ Corresponding author :

Email Address : mahardikadjodi@gmail.com

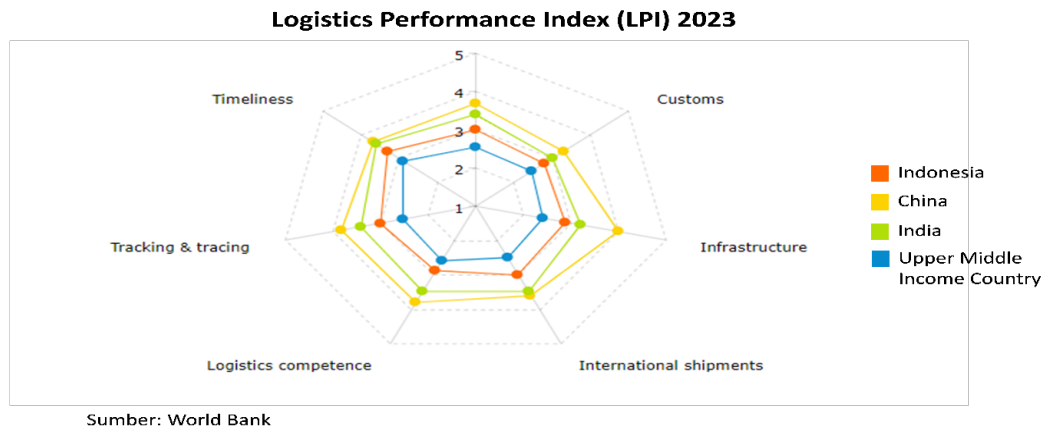
PENDAHULUAN

Perdagangan adalah salah satu faktor pertumbuhan ekonomi, baik itu perdagangan tradisional dimana bertemunya penjual dan pembeli disuatu tempat lalu melakukan transaksi jual beli maupun perdagangan elektronik atau yang lebih dikenal e-commerce. Perdagangan e-commerce yaitu proses transaksi antara penjual dan pembeli dilakukan melalui sistem elektronik seperti internet, website dan lainnya. Faktor utama dalam melakukan perdagangan e-commerce yang mendukung suatu perdagangan itu sendiri adalah diperlukannya jasa transportasi yang melayani proses pengiriman barang.

Seiring dengan tingginya kebutuhan masyarakat atas jasa pengiriman barang, menjadi sebuah peluang bagi beberapa pelaku bisnis logistik. Peran logistik Di negara dengan tren e-commerce yang berkembang secara pesat seperti Singapore dan Indonesia, sarana logistik semakin menjadi tulang punggung yang sangat krusial untuk perkembangan pasar. Logistik secara umum merupakan bagian dari proses rantai pasok yang merencanakan, menerapkan, serta mengontrol penyimpanan dan aliran barang, jasa, dan segala macam informasi yang terkait dari titik pasokan sampai ke titik permintaan untuk dapat memenuhi permintaan pelanggan. Saat pemilihan strategi untuk menjadikan sebuah perusahaan maju dalam dunia perdagangan mereka harus memfokuskan sistem kualitas pelayanan atas logistik tersebut

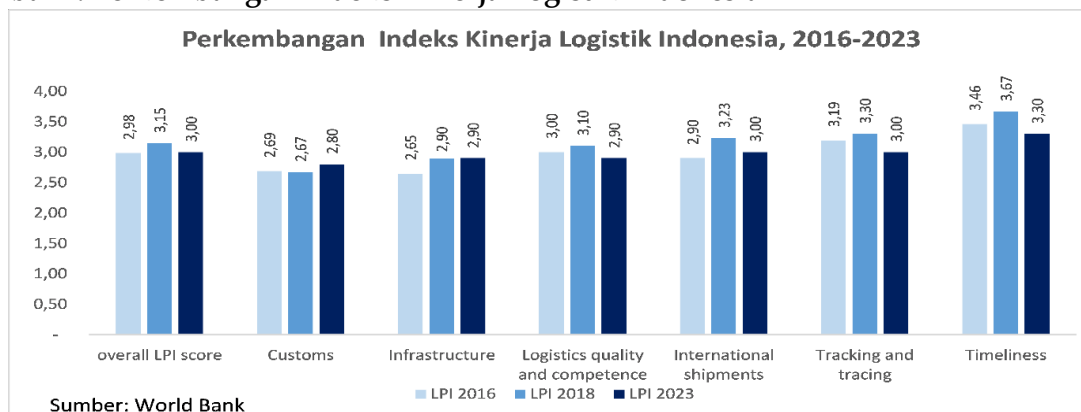
(*Logistics Service Quality*) agar menjadikan alat evaluasi bagi kemajuan perusahaan di masa yang akan datang dan akan berdampak pada tingkat loyalitas dari pelanggan.

Gambar 1. Indeks LPI Indonesia



Kinerja logistik suatu negara pada umumnya diukur melalui Indeks Kinerja Logistik (*Logistic Performance Index/LPI*). LPI merupakan sebuah instrumen yang digunakan untuk mengevaluasi efisiensi dan keberlanjutan sistem logistik suatu negara atau wilayah. Metode tersebut dipublikasikan oleh World Bank. Dalam penyusunannya, banyak terlibat di dalamnya adalah perusahaan dan ahli logistik guna mengukur aspek-aspek penting logistik seperti infrastruktur transportasi, layanan logistik, peraturan, dan efisiensi proses bisnis. Penilaian memiliki skala 1 sampai dengan 5. Bank Dunia memperkenalkan Indeks Kinerja Logistik pada 2007 dan menerbitkan secara berkala setiap beberapa tahun, dengan edisi terbaru pada 2023. Dalam LPI 2023, Indonesia memiliki skor total 3,0 atau berada di peringkat 61. Nilai tersebut sedikit menurun dibandingkan LPI 2018 (skor 3,15 atau peringkat 46), jika dibandingkan dengan negara-negara berpenghasilan menengah atas (*upper-middle income country*) yang hanya berada di kisaran 2,54, Indonesia masih tergolong di atas rata-rata. Namun jika dibandingkan dengan negara mitra yang memiliki pertumbuhan tergolong tinggi di Asia seperti China (skor 3,7 atau peringkat 19) dan India (skor 3,4 atau peringkat 47), serta negara-negara ASEAN seperti Singapura (skor 4,14 atau peringkat 1), Malaysia (skor 3,43 atau peringkat 32), dan Thailand (skor 3,26 atau peringkat 45), maka Indonesia masih memiliki pekerjaan rumah yang sangat besar di sisi kinerja logistik.

Gambar 2. Perkembangan Indeks Kinerja Logistik Indonesia



Terdapat beberapa perusahaan retail di Indonesia salah satu nya adalah Indogrosir yang di dirikan pada 1993 di Cipinang. Guna mengikuti perkembangan digital yang begitu pesat Indogrosir melakukan inovasi guna mempermudah pelayanan akan kebutuhan para mitranya, pada rentang tahun 2017 hingga 2019 Indogrosir meluncurkan *e-commerce* (toko online) Klikindogrosir.com guna mempermudah para member berbelanja kebutuhan dagangan maupun untuk kebutuhan sehari-hari dalam satu situs. Tidak lama berselang Indogrosir meluncurkan Aplikasi Mitra Indogrosir, Aplikasi Payment Point Online Bank yang

dikhususkan untuk para pedagang dalam menambah penghasilan para member khusus. Saat ini Indogrosir sudah memiliki 29 gerai yang tersebar diseluruh Indonesia salah satunya di Kota Bandar Lampung.

Logistics service quality adalah pengembangan dari *service quality* untuk mengukur *customer satisfaction* dalam bidang logistik. Ketika *logistics service quality* berjalan dengan baik, tentu akan menimbulkan kepuasan kepada konsumen. Konsumen yang merasa puas ini akan berpengaruh pada keberlangsungan *logistics service quality*. Menurut Wickof dalam Tjiptono (Darmawansah & Arifuddin, 2022) kualitas jasa merupakan tingkat keunggulan (*excellence*) yang diharapkan dan pengendalian atas keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan. Sedangkan menurut parassuraman dalam Rambat Lupiyoadi (Rahayu & Nurlaela Wati, 2018), *service quality* dapat didefinisikan sebagai seberapa jauh perbedaan antara kenyataan dan harapan pelanggan atas layanan yang mereka peroleh. Sejak pertengahan tahun 1980an, kualitas layanan telah menjadi prioritas dalam penelitian pemasaran dan logistik, yang berjalan paralel pada kualitas, kualitas manajemen dan kepuasan pada perusahaan. Kualitas Layanan Logistik adalah target yang pelanggan rasakan. Kualitas layanan tidak dapat ditentukan hanya oleh perusahaan, harus memenuhi permintaan pelanggan dan harapan.

Menurut Schiffman dan Kanuk, *customer retention* merupakan minat konsumen melakukan pembelian ulang setelah mendapatkan pengalaman mengonsumsi produk atau layanan tertentu sebelumnya. Customer Retention juga merupakan bentuk perilaku atau keinginan konsumen untuk datang kembali, memberikan *word of mouth* (WOM) yang positif, tinggal lebih lama, dan berbelanja lebih banyak dari perkiraan. Banyaknya konsumen yang datang membeli produk atau jasa perusahaan, maka perusahaan akan mencapai keuntungan sesuai dengan target yang ditetapkan. (Rusli & Pandjaitan, 2023) Customer Retention dapat menjadi representasi dari minat pelanggan terhadap suatu produk ataupun jasa. Produk dan jasa yang berkualitas dan sesuai dengan selera masyarakat dapat terbentuk karena adanya hubungan baik pelanggan dan pelaku bisnis itu sendiri. Kepuasan konsumen sangat mempengaruhi customer retention yang merupakan tolak ukur seberapa loyal pelanggan di suatu bank atau perusahaan. Retensi pelanggan merupakan tujuan strategis untuk mengupayakan pemeliharaan hubungan jangka panjang dengan pelanggan, dimana retensi pelanggan merupakan cerminan dari perpindahan pelanggan. Tingkat retensi yang tinggi sama dengan tingkat perpindahan yang rendah. Perpindahan yang dimaksudkan disini merupakan membelotnya pelanggan dari satu perusahaan ke perusahaan pesaing lainnya yang biasanya disebabkan oleh beberapa hal. (Istiqomawati et al., 2022) Peneliti telah melakukan prasurvey untuk mengetahui fenomena yang ada dilapangan, dan hasilnya sebagai berikut.

Tabel 1. Hasil Pra-survey

No.	Indikator	Ya	Tidak
1	Kualitas pelayanan logistic di Indogrosir sudah sangat baik dan tepat sasaran.	76,7%	23,3%
2	Saya akan terus menggunakan layanan logistic dari Indogrosir dalam jangka waktu yang panjang.	26,7%	73,3%
3	Karena pengalaman di masa lalu yang membuat saya terus berbelanja di Indogrosir	63,3%	36,7%

Berdasarkan prasurvey yang telah dilakukan terhadap 30 responden, didapat hasil bahwa sebesar 76,7% merasa telah puas dengan kualitas pelayanan logistic yang dilakukan oleh

indogrosir. Namun dengan kepuasan tersebut tidak membuat adanya retention pada konsumen dengan diperoleh hasil sebesar 26,7% jawaban ya dan 73,3% yang menjawab tidak. McGuire dalam Chitty menjabarkan bahwa pengalaman masa lalu memiliki peran penting dalam pembentukan tingkat kepuasan atau ketidakpuasan terhadap produk atau jasa yang pada akhirnya mempengaruhi perilaku (behavior). *Past experience* atau perilaku masa lalu dianggap sebagai pendahulu untuk perilaku di masa depan. Jika perilaku itu diulang, itu akan menjadi kebiasaan. Peranan tindakan pada masa lampau sebagai sebuah bahan bicara dalam wilayah kaitan antara sikap serta tindakan ataupun tingkah laku yang ditunjukkan. Penelitian yang dihasilkan dengan konsistensi turut memperlihatkan jika frekuensi tingkah laku pada masa lampau berkemampuan dalam prediksi tingkah laku masa mendatang yang relatif baik daripada faktor penentuan tingkah laku misalnya cara bersikap atau niatan yang dimiliki. Peristiwa yang sudah pernah orang lain ataupun konsumen alami dalam hal membeli barang tertentu. Peristiwa tersebut dapat dijadikan pembelajaran dimasa yang akan datang.

Menurut penelitian yang dilakukan oleh (Umar et al., 2023) menyatakan pengalaman belajar mampu memoderasi pengaruh media pembelajaran terhadap minat belajar, menurut penelitian yang dilakukan oleh Mislya Rahmida dan Dekar Urumsah menyatakan adanya hubungan yang positif antara pengalaman dengan deteksi *Fraud* (Urumsah et al., 2023), lain halnya dengan penelitian yang dilakukan oleh Irvania Pramuswari menyatakan bahwa Pengalaman Belanja tidak berperan dalam memoderasi hubungan antara variabel kepercayaan dengan Keputusan pembelian (Pramuswari et al., 2024). Adanya hasil penelitian yang inkonsisten pada peran Variabel pengalaman dalam memoderasi hubungan X terhadap Y, membuat peneliti tertarik untuk melakukan penelitian ulang dengan menggunakan Variabel pengalaman dimasa lalu sebagai variabel moderasi.

Berdasarkan literatur terdahulu, terdapat penelitian yang membahas hubungan antara variabel *Logistics Service Quality* dan variabel *Customer Retention* yaitu dari penelitian yang dilakukan oleh (Rofih et al., 2024); (Nugroho et al., 2020); (Japariato, 2018), yang dari penelitiannya telah membuktikan bahwa *Logistics Service Quality* dapat berpengaruh secara positif terhadap *Customer Retention*. Sejalan dengan informasi tersebut, penelitian yang meneliti tentang *Past experience* sebagai variabel moderasi belum pernah dilakukan. Melihat pentingnya peran logistic service quality yang dapat berpengaruh pada *customer retention*, penulis tertarik untuk meneliti pengaruh *logistics service quality* terhadap *customer retention* dengan *Past experience* sebagai variabel moderasi. Selain itu, temuan yang didapat dari penelitian ini, dapat menjadi dasar penelitian pengembangan, dalam upaya meningkatkan perekonomian dengan meningkatkan kualitas pelayanan terhadap konsumen.

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 *Logistic Service Quality*

Kualitas layanan logistik merupakan adopsi dari konsep kualitas jasa yang digunakan dalam bidang logistik. Kualitas layanan logistik adalah bentuk evaluasi dari setiap tingkat operasi yang diperlukan untuk memberikan layanan dan menyederhanakan proses dengan menciptakan produk layanan yang menganggap layanan sebagai objek fisik yang dapat diamati dan memiliki atribut yang dapat dievaluasi, termasuk mengevaluasi kualitas layanan kepada pelanggan secara subyektif.

2.2 *Customer Retention*

Customer retention adalah keputusan konsumen untuk terlibat dalam aktivitas di masa depan dengan penyedia jasa dan bentuk aktivitas tersebut di masa depan. Lebih lanjut, Hume juga berpendapat bahwa *customer retention* merupakan hasil dari sikap atau perilaku konsumen terhadap kinerja jasa yang dikonsumsi.

2.3 *Past Experience*

Past experience atau perilaku masa lalu dianggap sebagai pendahulu untuk perilaku di masa depan. Jika perilaku itu diulang, itu akan menjadi kebiasaan. Peranan tindakan pada masa lampau sebagai sebuah bahan bicara dalam wilayah kaitan antara sikap serta tindakan ataupun tingkah laku yang ditunjukkan.

METHOD, DATA, AND ANALYSIS

Penelitian ini dilakukan pada bulan Oktober 2024 sampai dengan Agustus 2025. Penelitian ini menyasar kepada Konsumen Indogrosir di Kota Bandar Lampung. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dan Jenis hubungan dalam penelitian ini adalah sebab akibat (kausalitas). Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen Indogrosir Bandar Lampung yang mana jumlahnya tidak diketahui. Teknik pengambilan sampel menggunakan pendekatan *probability sampling* dengan metode pengambilan sampel adalah *simple random sampling*. Pengumpulan data menggunakan kuisioner atau angket yang disebarakan kepada para konsumen Indogrosir Bandar Lampung. Dikarenakan jumlah populasi yang tidak diketahui, maka dalam menentukan sampel penulis menggunakan rumus *Lemeshow* dalam menentukan sampel, sebagai berikut:

$$n = \frac{z^2 \cdot p \cdot (1-p)}{d^2}$$

keterangan:
n = jumlah
z = Skor z pada kepercayaan 95% ; 1,96
p = maksimal estimasi 50% : 0,5
d = tingkat kesalahan dalam pengambilan sampel: 10%

$$n = \frac{1.96^2 \cdot 0.5(1-0.5)}{0.1^2}$$

$$n = \frac{38416 \cdot 0.5 \cdot 0.5}{0.1^2}$$

$$n = \frac{0.9604}{0.1^2}$$

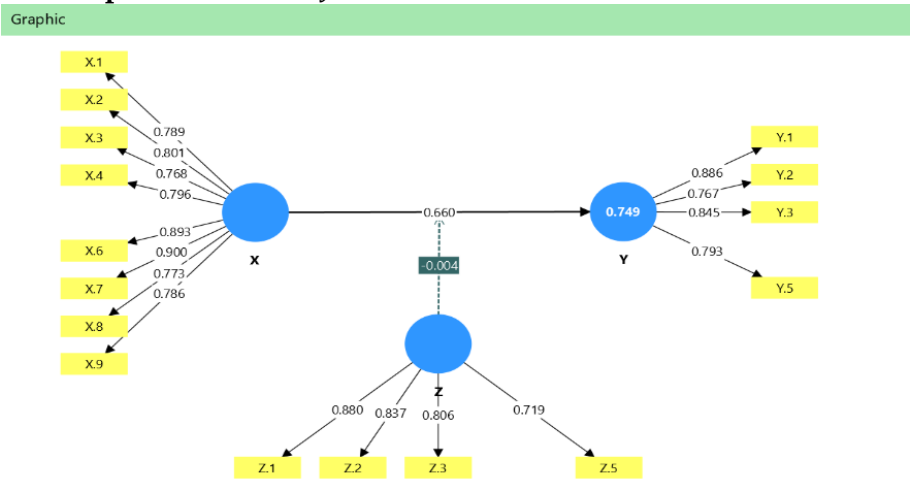
$$n = 96,04$$

HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Uji Validitas

Sebelum melakukan uji hipotesis, pertama-tama peneliti melakukan uji validitas dari data yang sudah terkumpul sebelumnya. Uji validitas dilakukan untuk mengetahui valid atau tidaknya instrumen yang digunakan. Hasil pengujian validitas untuk penelitian ini dapat dilihat dari hasil nilai *outer loading* nya.

Gambar 3. Tampilan Koefisien Jalur



Sumber: Data Primer, diolah tahun 2025

Tabel 2. Hasil Uji Validitas

No.	Item	X	Y	Z	Keterangan
1.	X 1	0.789			Valid

	X 2	0.801	Valid
	X 3	0.768	Valid
	X 4	0.796	Valid
	X 6	0.893	Valid
	X 7	0.900	Valid
	X 8	0.773	Valid
	X 9	0.786	Valid
2.	Y 1	0.886	Valid
	Y 2	0.767	Valid
	Y 3	0.845	Valid
	Y 5	0.793	Valid
3.	Z 1	0.880	Valid
	Z 2	0.837	Valid
	Z 3	0.806	Valid
	Z.5	0.719	Valid

Sumber: Data Primer, diolah tahun 2025

Berdasarkan pada table di atas dapat dilihat bahwa tidak semua item pernyataan pada penelitian sudah memenuhi syarat nilai validitas dengan melihat pada nilai *outer loading*. Untuk variabel X memiliki sembilan item dan satu item dinyatakan tidak valid, salah satu item tersebut merupakan *reverse statement* yaitu pada item X5. Pada Variabel Y terdapat empat item dinyatakan valid dan satu item dinyatakan tidak valid, item tersebut merupakan *reverse statement* yaitu pada item Y4. Dan untuk variabel Z terdapat 5 item namun satu item yaitu pada item ke 4 tidak valid. Agar Analisa dapat terus berlanjut maka item – item yang tidak valid tersebut dihapus atau dihilangkan.

Uji Reliabilitas

Untuk mengetahui apakah konstruk yang digunakan sudah reliabel atau tidak maka perlu dilakukan uji reliabilitas. Uji reliabilitas digunakan untuk mengetahui seberapa besar akurasi dan ketepatan dari pengukur yang digunakan pada penelitian ini. Untuk mengukur reliabilitas konstruk dalam penelitian ini adalah dengan melihat nilai *composite reliability* yang dapat dinyatakan memenuhi syarat apabila nilainya > 0.6.

Tabel 3. Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Composite Reliability	Average Variance Extracted
Logistic Service Quality	0.927	0.929	0.664

<i>Customer Retention</i>	0.842	0.854	0.679
<i>Past Experience</i>	0.827	0.835	0.661

Sumber: Data Primer, diolah tahun 2025

Uji Hipotesis

Bertujuan untuk mengetahui pengaruh antara variabel independen terhadap variabel dependen. Hubungan pengaruh variabel independen terhadap dependen didasarkan pada nilai T Statistik > T tabel dan P Value < 0.05 atau 5%. Pada penelitian ini diperoleh T tabel yaitu 1.661 dengan taraf signifikan 0,05. Sehingga kriteria penerimaan hipotesis adalah ketika nilai T Statistik > 1.661 dan P Value < 0,05. Adapun hasil uji T adalah sebagai berikut:

Tabel 4. Hasil Path Coefficient

Hipotesis	Hubungan Antar Variabel	Original Sample	T-Statistik	P Values
H1	LSQ => Customer Retention	0.660	6.432	0.000
H2	LSQ X PE => Customer Retention	-0.004	0.091	0.927

Sumber: Data Primer, diolah tahun 2025

Berdasarkan data hasil uji T pada tabel di atas, dapat diketahui hasilnya:

1. Hipotesis 1 di dukung, karena nilai t statistik > t tabel atau 6.432>1.661 dan nilai p value adalah 0.000 (<0.05) yang artinya *Logistic Service Quality* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Customer Retention*. Selain itu hasil ini juga didukung oleh *Theory of Planned Behaviour* tentang sikap terhadap perilaku mengacu pada derajat mana seseorang memiliki penilaian evaluasi menguntungkan atau tidak menguntungkan dari perilaku dalam sebuah tindakan. Hubungan sikap terhadap perilaku merupakan keyakinan individu terhadap perilaku yang menggambarkan probabilitas subyektif bahwa perilaku dalam tindakan akan menghasilkan hasil tertentu dan evaluasi menggambarkan penilaian implisit. Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh (Nugroho et al., 2020), (Jayaputra & Kempa, 2022) yang serentak menyatakan bahwa secara parsial *Logistic Service Quality* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Customer Retention*.
2. Hipotesis 2 tidak di dukung, karena nilai t statistik > t tabel atau 0.091<1.661 dengan nilai *original sample* -0.004 (negative) dan nilai p value adalah 0.927 (>0.05) yang artinya *Past Experience* tidak mampu memoderasi hubungan antara *Logistic Service Quality* terhadap *Customer Retention*. Berdasarkan *Theory of Planned Behaviour* hal ini dapat dijelaskan karena pengalaman masa lalu pelanggan hanya membentuk *behavioural beliefs* yang mempengaruhi sikap pada tahap awal, namun dalam jangka panjang keputusan retensi lebih ditentukan oleh kualitas layanan actual yang dirasakan serta faktor sosial dan persepsi kendali pelanggan. Dengan demikian *Past Experience* tidak cukup kuat untuk mengubah arah maupun kekuatan hubungan antara kualitas layanan logistik terhadap retensi pelanggan.

4.2 Uji Koefisien Determinasi

Uji koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk mengetahui perubahan variabel dependen (Y) yang disebabkan oleh variabel independen (X). Jika R^2 semakin besar, maka persentase perubahan variabel dependen (Y) yang disebabkan oleh variabel

independen (X) semakin tinggi. Sebaliknya jika R^2 semakin kecil, maka persentase perubahan variabel independen (X) semakin rendah. Berikut disajikan tabel hasil uji koefisien determinasi dalam penelitian ini:

Tabel 5. Hasil Koefisien Determinasi

Variabel	R Square
<i>Customer Retention</i>	0.749

Sumber: Data Primer, diolah tahun 2025

Hasil uji koefisien determinasi pada tabel di atas, dapat diketahui bahwa nilai koefisien determinasi atau R Square dari *Customer Retention* sebesar 0.749. Hasil tersebut menunjukkan bahwa variabel *Logistic Service Quality* mampu memberikan penjelasan terhadap *Customer Retention* sebesar 74.9% sedangkan sisanya 25.1% dapat dijelaskan oleh variabel lain di luar penelitian ini.

SIMPULAN

Kesimpulan yang dapat diperoleh dari penelitian yang berjudul “Pengaruh *Logistic Service Quality* Terhadap *Customer Retention* Dengan *Past Experience* Sebagai Variable Moderasi (Studi Kasus Riset Indogrosir Bandar Lampung)” adalah sebagai berikut: *Logistic Service Quality* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Customer Retention* sehingga hipotesis 1 di dukung, artinya dengan terus meningkatkan kualitas pelayanan dalam bidang logistik dapat menjaga hubungan baik ke pelanggan maka akan meningkatkan retensi pelanggan. *Past Experience* tidak mampu memoderasi hubungan antara *Logistic Service Quality* terhadap *Customer Retention* sehingga hipotesis 2 tidak di dukung. Artinya, keputusan pelanggan untuk tetap bertahan lebih ditentukan oleh kualitas layanan logistik yang sedang berjalan dan faktor kontekstual lain yang dianggap lebih penting dalam memenuhi kebutuhan mereka. Saran yang dapat peneliti berikan berdasarkan Kesimpulan dari penelitian ini, diharapkan bagi penelitian yang sejenis agar dapat menggunakan variabel moderasi lain diluar dari variabel yang telah digunakan.

Referensi :

- Darmawansah, & Arifuddin. (2022). Pengaruh Citra dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Tiket Pada PT. Mirama Di Kota Parepare. *Jurnal Ilmiah Multidisiplin Amsir*, 1(1), 75–85.
- Istiqomawati, R., Quraisy, M., Widiyastuti, A., & Yogyakarta, S. (2022). Pengaruh Switching Cost terhadap Customer Retention di Bank Syariah. *Jurnal Kajian Akutansi Dan Keuangan*, 2(2), 7–14. <https://doi.org/10.56393/pacioli.v2i2.1346>
- Japarianto, E. (2018). Pengaruh Logistics Service Quality Terhadap Customer Retention Dengan Customer Satisfaction Sebagai Variabel Intervening Pada Industri Ekspedisi Laut Di Surabaya. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 12(1), 25–32. <https://doi.org/10.9744/pemasaran.12.1.25>
- Jayaputra, R., & Kempa, S. (2022). Intention Melalui E-Customer Satisfaction. *Agora*, 10(1).
- Nugroho, S., Kempa, S., & Wiliater Soaloon Panjaitan, T. (2020). Logistic Service Quality and Customer Satisfaction to Customer Retention on Rice Producer Industry. *SHS Web of Conferences*, 76, 01048. <https://doi.org/10.1051/shsconf/20207601048>
- Pramuswari, I., Kristiawati, I., Prastyorini, J., Prodi Administrasi Bisnis, M., Dan Manajemen Barunawati Surabaya, S., Prodi Administrasi Bisnis, D., & Dan Manajemen Barunawati Surabaya Jl Perak, S. (2024). Belanja Produk Fashion Tiktoshop. *Jurnal Administrasi Bisnis (JUTRANIS)*, 01(01), 1–10.
- Rahayu, S., & Nurlaela Wati, L. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Dan Dampaknya Terhadap Loyalitas Pelanggan. *Jurnal Ekobis: Ekonomi, Bisnis*,

- Dan Manajemen*, 8(2), 1–20. <http://ejournal.stiemj.ac.id/index.php/ekobis>
- Rofih, A. A., Putra, , Erlandra Fashandika Eka, Rammadhani, S. F., Gifarullah, R. G., Danuarta, V. Y., & Mutaqin, Y. (2024). Pengaruh Kualitas Layanan Logistik Terhadap Retensi dan Kepuasan Pelanggan di Perusahaan TIKI Pulau Jawa (Influence of Logistics Service Quality on Customer Retention and Satisfaction in Java Island TIKI Companies). *Journal Indonesian Conference of Maritime*, 2(1), 220–237.
- Rusli, V., & Pandjaitan, D. R. H. . (2023). Pengaruh Customer Relationship Management (CRM) Terhadap Customer Retention (Studi Pada Pelanggan Starbucks Coffee Di Bandar Lampung). *INNOVATIVE: Journal Of Social Science Research*, 3(5), 3258–3272.
- Umar, A. T., Baskoro, D. A., & Ahsan, J. (2023). Pengaruh Media Pembelajaran terhadap Minat Belajar yang Dimoderasi oleh Pengalaman Belajar Mahasiswa di Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Medan. *Sustainable Jurnal Kajian Mutu Pendidikan*, 6(2), 403–412. <https://doi.org/10.32923/kjimp.v6i2.3988>
- Urumsah, D., Rahmida, M., Hamdani, R., & Aji, S. S. B. (2023). The impact of whistle-blowing on the effectiveness of forensic audits and investigative audits in fraud detection: A multigroup analysis of gender and experience. *Journal of Contemporary Accounting*, 3(3), 163–179. <https://doi.org/10.20885/jca.vol5.iss3.art4>