

## Program Kuliah WhatsApp Pelanggan Cerelac: Apakah Kualitas Pelayanan Berpengaruh?

<sup>1</sup>Thalia Octavania Diatma, <sup>2</sup>Christian Kuswibowo, <sup>3</sup>Catur Erty Suksesty

<sup>1,2</sup>Politeknik APP Jakarta, Jl. Timbul No.34, Jakarta Selatan, 021-7867382

<sup>3</sup>Universitas Muhammadiyah Tangerang, Jl. Perintis Kemerdekaan I No.33, Tangerang, 021-55736929  
e-mail: tito.nindya@gmail.com

### Abstrak

Riset ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan kuliah WhatsApp terhadap kepuasan pelanggan Cerelac di wilayah Depok pada masa pandemi Covid-19. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif. Objek penelitian adalah peserta yang mengikuti Kegiatan Kuliah WhatsApp di wilayah Depok. Teknik pengambilan sampel menggunakan nonprobability sampling dengan teknik sampling berupa *convenience sampling* berdasarkan dengan kaidah Roscoe, adapun jumlah sampel dalam penelitian ini sebanyak 31 responden. Data penelitian ini diolah dengan menggunakan SPSS versi 20. Hasil dari penelitian ini adalah berdasarkan hasil analisis mengenai kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan kuliah WhatsApp oleh Cerelac, maka dapat diperoleh kesimpulan bahwa Kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kualitas pelayanan. Peserta sudah merasa puas dengan pelayanan yang diberikan mengenai kuliah WhatsApp yang dijalankan. Setiap penambahan 1 nilai kualitas pelayanan, maka kepuasan pelanggan bertambah sebesar 67,3% dengan pengaruh yang positif. Adapun kegiatan pelayanan yang dilakukan oleh Cerelac yaitu dengan membuat kegiatan kuliah WhatsApp adalah untuk menambah wawasan mengenai makanan pendamping ASI.

**Kata Kunci:** Kualitas Pelayanan, Kuliah WhatsApp, Kepuasan Pelanggan, Cerelac

### Abstract

*This research aims to determine the effect of the service quality of WhatsApp lecture services on Cerelac customer satisfaction in Depok area during the Covid-19 pandemic. The method used in this research is a quantitative method. The objects of research are the participants who takes part in WhatsApp Lecture Event in Depok area. The sampling technique used nonprobability sampling with a sampling technique in the form of convenience sampling based on the Roscoe rule, while the number of samples in this study were 31 respondents. The research data was processed using SPSS version 20. The results of this study were based on the results of an analysis of service quality on customer satisfaction at WhatsApp lectures by Cerelac, it can be concluded that service quality has a significant influence on service quality. Participants were satisfied with the service provided regarding the WhatsApp lectures being carried out. For every 1 addition of service quality value, customer satisfaction increases by 67.3% with a positive influence. The service activities carried out by Cerelac are by creating a WhatsApp lecture event to add insight about complementary foods for breast milk.*

**Keywords:** Service Quality, WhatsApp Lecture, Customer Satisfaction, Cerelac

## PENDAHULUAN

Perkembangan bisnis makanan di Indonesia terus bergolak dan berubah seiring dengan perkembangan zaman. Industri makanan menjadi salah satu sektor manufaktur andalan dalam memberikan kontribusi besar terhadap pertumbuhan ekonomi nasional. Capaian kinerjanya selama ini tercatat konsisten terus positif, mulai dari perannya terhadap peningkatan produktivitas, investasi, ekspor hingga penyerapan tenaga kerja. Karena industri makanan dan minuman memiliki dampak yang besar bagi PDB Indonesia. Indonesia merupakan negara dengan pasar yang paling berkembang di Asia Tenggara. Dengan populasi yang berkembang pesat juga meningkatkan daya beli warganya, konsumen Indonesia cenderung memilih produk dengan nilai tambah. Hal ini juga terjadi dalam industri nutrisi karena semakin banyak orang memiliki kepedulian yang lebih besar

terhadap kesehatan dan penampilan. Dari uraian di atas, kita dapat memiliki gambaran yang jelas tentang seberapa besar potensi industri nutrisi di Indonesia. Ada beberapa segmen industri nutrisi di Indonesia, termasuk untuk bayi, nutrisi olahraga, vitamin dan suplemen makanan. Juga, masyarakat Indonesia kini semakin familiar dengan pemasaran media sosial, sehingga membuat penetrasi pasar menjadi lebih mudah.

Di masa pandemi saat ini, pola hidup masyarakat pun berubah. Perubahan ini pun berdampak pada berbagai sektor, tak terkecuali sektor industri makanan. Kini pola konsumsi masyarakat setelah adanya pandemi pun berdampak besar pada industri makanan. Meski sedang mengalami pembatasan sosial yang diberikan Pemerintah, pelaku industri harus terus berinovasi. Kementerian Perindustrian (Kemenperin) turut mendorong terutama untuk sektor industri makanan dan minuman agar bersiap diri menyambut perubahan pola konsumsi masyarakat. Diperkirakan, sektor yang terbilang strategis ini akan tumbuh di tahun 2021, mengingat produk makanan dan minuman termasuk dalam kebutuhannya utama. Di masa pandemi saat ini sudah merubah kebiasaan perilaku belanja konsumen. Konsumen yang biasanya mungkin pergi berbelanja ke pasar, kini mengubah cara untuk memenuhi kebutuhannya dengan jasa pengiriman secara daring. Dan berbagai perusahaan juga menawarkan produk melalui sosial media, itu adalah bentuk dari kualitas pelayanan yang diberikan oleh perusahaan.

Pada dasarnya yang yang menjadi tujuan utama pada perusahaan adalah kualitas pelayanan yang diberikan, jika kualitas pelayanan yang diberikan membuat pelanggan merasa puas tentu pelanggan akan datang dan membeli produk tersebut kembali. Bukan hanya itu saja, pelanggan yang merasa puas akan merekomendasikan produk kepada kerabat-kerabatnya. Iklan dari mulut ke mulut (*Word of Mouth*) ini tidak ternilai harganya. Karena, orang-orang akan lebih cenderung mendengarkan saran dari kerabatnya dibandingkan iklan media cetak ataupun online. Menurut Tjiptono (2014) mengemukakan bahwa: “pelanggan akan merasa puas apabila apa yang dialami dan dirasakannya sesuai atau bahkan melebihi harapannya, sebaliknya pelanggan akan merasa tidak puas apabila yang dialami dan dirasakannya tidak sesuai atau lebih rendah dari harapannya.”

Cerelac juga memahami pentingnya memberikan nilai tambah untuk memuaskan pelanggan, yaitu dengan memberikan edukasi terhadap pelanggannya. Lebih dari itu, Cerelac mementingkan kepuasan pelanggan dalam memberikan kombinasi produk berkualitas dengan pelayanan yang berkualitas. Solusi pelayanannya adalah memberikan kualitas pelayanan yang handal untuk menjamin kepuasan pelanggan. Seperti yang kita ketahui bahwa ada banyak produk makanan yang berkembang pesat di Indonesia, salah satunya yaitu Cerelac bubur bayi. Cerelac turut serta mewujudkan masyarakat Indonesia yang mendukung tumbuh kembang si anak menjadi lebih optimal. Selain itu Cerelac juga memfokuskan diri untuk senantiasa memberikan informasi dan pendidikan sebagai bentuk pelayanan terhadap konsumen, antara lain seperti tercantum dalam kemasan setiap produk, seminar, gathering family, hingga kuliah WhatsApp. Menurut Hill, Brierley & MacDougall yang dikutip oleh Tjiptono (2012) kepuasan pelanggan merupakan ukuran kinerja “produk total” sebuah organisasi dibandingkan serangkaian keperluan pelanggan (customer requirements). Prinsip dasar yang melandasi pentingnya pengukuran kepuasan pelanggan adalah “doing best what matters most to customers” (melakukan aspek – aspek yang terbaik, terpenting bagi pelanggan)

Di masa pandemi seperti sekarang Cerelac membuat kegiatan “Kuliah WhatsApp”. Dimana kegiatan ini diselenggarakan melalui aplikasi WhatsApp. Peserta dari kegiatan ini adalah ibu-ibu yang mempunyai anak balita atau lebih spesifiknya anak balita umur 6-10 bulan. Tetapi ibu hamil pun boleh mengikuti Kuliah WhatsApp ini untuk menambah wawasan tentang MP-ASI (makan pendamping ASI). Kuliah WhatsApp ini diatur oleh Moderator dari Nestle dan juga di Narasumberi oleh Ahli Gizi. Peserta Kuliah WhatsApp ini berjumlah 150 orang setiap sesi Kuliah WhatsApp. Dan satu bulan diadakan 10 kali

Kuliah WhatsApp untuk peserta yang berbeda di dalam satu wilayah. *Kegiatan* ini diselenggarakan di wilayah Depok.

## **METODE PENELITIAN**

### **Kualitas Pelayanan**

Menurut Kotler (2012) definisi kualitas pelayanan adalah “Keseluruhan karakteristik atas suatu produk barang atau jasa yang mempengaruhi atas kemampuannya dalam memenuhi kebutuhan dan keinginan klien yang dinyatakan atau tidak dinyatakan”.

Menurut Lewis dan Booms dalam Wijaya (2011) mengemukakan bahwa Kualitas Pelayanan adalah “ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan mampu sesuai dengan ekspektasi pelanggan.”

Menurut Tjiptono dan Chandra (2012) mengemukakan bahwa kualitas pelayanan adalah :“mencerminkan perbandingan antara tingkat layanan yang disampaikan perusahaan dibandingkan ekspektasi pelanggan. Kualitas layanan diwujudkan melalui pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaian dalam mengimbangi atau melampaui harapan pelanggan.”

### **Kepuasan Pelanggan**

Menurut Sunyoto, Danang (2014) Pengertian secara umum mengenai kepuasan dan ketidakpuasan pelanggan merupakan hasil dari adanya perbedaan-perbedaan antara harapan pelanggan dengan kinerja yang dirasakan oleh pelanggan tersebut. Dari beragam definisi kepuasan pelanggan dapat dirangkum bahwa kepuasan pelanggan adalah suatu tanggapan pelanggan terhadap perilaku pasca pembelian terhadap suatu barang/jasa yang dirasakan.

Menurut Hill, Brierley & MaDougall yang dikutip oleh Tjiptono (2012) kepuasan pelanggan merupakan ukuran kinerja “produk total” sebuah organisasi dibandingkan serangkaian keperluan pelanggan (customer requirements). Prinsip dasar yang melandasi pentingnya pengukuran kepuasan pelanggan adalah “doing best what matters most to customers” (melakukan aspek – aspek yang terbaik, terpenting bagi pelanggan”.

### **Hipotesis**

Setiap hipotesis yang dikembangkan dalam penelitian harus didasari dari logika teori dan temuan-temuan penelitian terdahulu yang mendukung hipotesis penelitian.

$H_0$  : Tidak ada pengaruh antara kualitas pelayanan terhadap p cat pada produk Cerelac.

$H_1$  : Diduga kualitas pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada produk Cerelac.

### **Metode Penelitian**

Penelitian ini dilakukan di Posyandu dan Kelurahan yang berada di kota Depok, Jawa Barat Indonesia., dan dilakukan sejak Agustus 2021 hingga Maret 2022. Populasi yang diambil pada penelitian ini mengacu pada peserta yang mengikuti Kegiatan Kuliah WhatsApp di wilayah Depok dan sampel penelitian ini adalah sebagian orang yang telah mengikuti Kegiatan Kuliah WhatsApp Cerelac di wilayah Depok. Pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan metode sampel nonprobability sampling dengan teknik sampling yang digunakan berupa convenience sampling berdasarkan dengan kaidah Roscoe, setelah dilakukan perhitungan maka jumlah sampel dalam penelitian ini berjumlah 31 responden. Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu sumber data primer. Data Primer adalah data yang dikumpulkan sendiri oleh peneliti yaitu melalui penyebaran kuesioner atau angket dengan menggunakan skala Likert pada 31 peserta Kuliah WhatsApp Cerelac. Penelitian ini menggunakan desain kausal yang sifatnya asosiatif, Menurut Sugiyono (2017) Penelitian Kausal adalah penelitian yang bertujuan untuk mengetahui tentang hubungan yang bersifat sebab akibat dengan adanya Variabel Independen (Bebas) dan Variabel Dependen (Terikat).

Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah Teknik Kuesioner (Angket). Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan

dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pertanyaan tertulis kepada responden untuk dijawabnya, Sugiyono (2016). Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang efisien bila peneliti tahu dengan pasti variabel yang akan diukur dan tahu apa yang bisa diharapkan dari responden. Penelitian dengan menggunakan metode survey, dengan instrument kuesioner perlu melakukan uji instrument, berupa uji validitas dan uji reliabilitas, yang berguna untuk mengetahui apakah kuesioner yang akan digunakan dalam penelitian semuanya sudah valid dan reliabel, data penelitian ini diolah dengan menggunakan SPSS versi 20.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji validitas adalah aspek pengujian alat ukur untuk melihat apakah sudah menjalankan fungsinya sesuai dengan kecermatan yang tinggi atau belum. Dalam penelitian ini menggunakan SPSS dengan signifikansi 5% dengan  $r$  hitung lebih besar dari  $r$  tabel sebesar 0,355 dengan  $df = 29$ . Berikut hasil penjabarannya.

Tabel 1: Hasil Uji Validitas

Pernyataan	R hitung	R tabel	Keterangan
P1	0,525	0,355	Valid
P2	0,728	0,355	Valid
P3	0,584	0,355	Valid
P4	0,5	0,355	Valid
P5	0,573	0,355	Valid
P6	0,588	0,355	Valid
P7	0,538	0,355	Valid
P8	0,535	0,355	Valid
P9	0,569	0,355	Valid
P10	0,526	0,355	Valid
P11	0,519	0,355	Valid
P12	0,651	0,355	Valid
P13	0,51	0,355	Valid
P14	0,505	0,355	Valid
P15	0,62	0,355	Valid
P16	0,574	0,355	Valid
P17	0,682	0,355	Valid
P18	0,563	0,355	Valid
P19	0,497	0,355	Valid
P20	0,623	0,355	Valid
P21	0,6	0,355	Valid
P22	0,539	0,355	Valid
P23	0,547	0,355	Valid
P24	0,576	0,355	Valid
P25	0,629	0,355	Valid
P26	0,614	0,355	Valid
P27	0,577	0,355	Valid

P28	0,618	0,355	Valid
P29	0,579	0,355	Valid
P30	0,667	0,355	Valid

Hasil menunjukkan Validitas bahwa semua pernyataan dikatakan valid karena nilai  $r$  hitung  $>$   $r$  table yaitu  $r$  table sebesar 0,355.

Uji reliabilitas digunakan untuk mengukur seberapa andal suatu instrument pada penelitian. Uji reliabilitas digunakan untuk mengukur konsistensi responden dalam menjawab kuesioner yang diberikan. Dalam uji ini menggunakan SPSS dengan *Alpha Cronbach's* lebih besar dari 0,60 untuk memenuhi syarat sebagai variabel kuesioner yang reliable. Hasil uji reliabilitas menunjukkan bahwa seluruh pernyataan dari kuisisioner reliabel karna nilai *Cronbach's Alpha* sebesar 0,926  $>$  0,60.

Uji normalitas biasa digunakan sebagai salah satu syarat uji regresi linier. Uji ini dilakukan untuk mengetahui apakah data yang ada sudah terdistribusi normal atau tidak. Hasil dari uji normalitas menunjukkan bahwa nilai signifikansi yang diperoleh sebesar 0,197 lebih besar dari syarat 0,05.

Uji Linearitas merupakan uji yang dilakukan untuk mengetahui hubungan antar variabel secara signifikan atau tidak.

**Tabel 2: Hasil Uji Linearitas**

**ANOVA Table**

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Total Y * Total X	Between Groups	(Combined)	746.955	13	57.458	9.894	.000
		Linearity	609.715	1	609.715	104.993	.000
		Deviation from Linearity	137.240	12	11.437	1.969	.098
	Within Groups		98.722	17	5.807		
	Total		845.677	30			

Dalam hasil dari uji linearitas pada tabel 2, dapat dilihat dengan dua cara yaitu, hasil signifikansi dan nilai  $F$  yg diperoleh.

- Nilai signifikansi memperoleh nilai 0,98 lebih besar dari syarat nilai 0,05, menunjukkan adanya hubungan linear secara signifikan antara variabel kualitas pelayanan dengan variabel kepuasan pelanggan.
- Berdasarkan nilai  $F$  yg diperoleh dari output diatas, nilai  $F$  hitung 1,969 lebih kecil dari  $F$  tabel 2,38, maka dapat disimpulkan bahwa adanya hubungan linear secara signifikan antara variabel kualitas pelayanan dengan variabel kepuasan pelanggan.

Uji regresi linear sederhana digunakan untuk menjelaskan hubungan secara linear antara variabel independen dan variabel dependen. Hubungan linear ini yaitu sebab akibat yang terjadi antara variabel bebas dan variabel terikatnya. Hasil regresi linear sederhana menjelaskan besarnya nilai korelasi / hubungan ( $R$ ) yaitu sebesar 0,586 yang mengandung arti bahwa hubungan antara variabel bebas (Kualitas Pelayanan) berkorelasi sebesar 58,6% terhadap variabel terikat (Kepuasan Pelanggan).

Dari output tersebut juga diperoleh koefisien determinasi ( $R$  square) sebesar 0,343 yang mangandung arti bahwa pengaruh variabel bebas (Kualitas Pelayanan) terhadap variabel terikat (Kepuasan Pelanggan) sebesar 34,3% sedangkan 65,7% lainnya tidak dibahas dalam penelitian ini.  $F$  hitung = 15,171 dengan tingkat signifikansi  $0,01 <$  0,05, maka model regresi dapat dipakai untuk memprediksi variabel kepusana pelanggan, atau dengan kata lain ada pengaruh variabel  $X$  atau variabel bebas terhadap variabel  $Y$  atau variabel terikatnya.

Tabel 3: Hasil Uji T  
 Coefficients<sup>a</sup>

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.140	.556		2.049	.050
	Kualitas Pelayanan	.673	.173	.586	3.895	.001

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Diketahui nilai konstanta (a) sebesar 1,140, sedangkan nilai kualitas pelayanan (b) sebesar 0,673, sehingga persamaan regresi dapat ditulis:

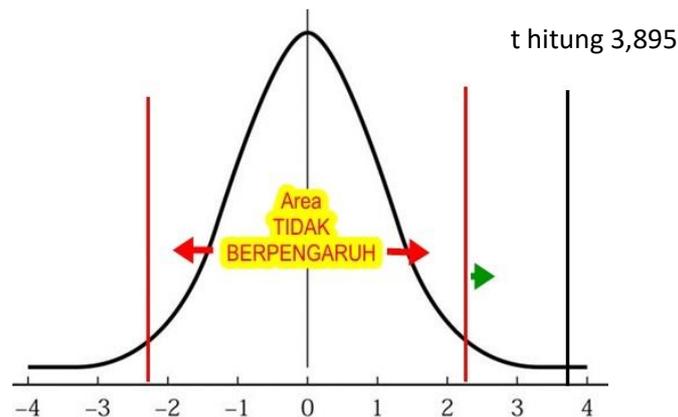
$$Y = a + b X$$

$$Y = 1,140 + 0,673 X$$

Dari persamaan di atas, maka dapat dijelaskan bahwa:

- Nilai konstanta mengandung arti bahwa nilai konsisten variabel partisipasi adalah 1,140.
- Koefisien regresi X sebesar 0,673 menyatakan bahwa setiap penambahan 1 nilai kualitas pelayanan maka nilai kepuasan pelanggan bertambah 67,3%. Koefisien regresi tersebut bernilai positif, berarti arah pengaruh variabel X (variabel bebas) terhadap Y (variabel terikat) adalah positif.

Berikut bentuk kurva pada analisis regresi linear sederhana.



Gambar 1: Kurva Analisis Regresi Linear Sederhana

Dari hasil penelitian yang sudah dipaparkan, implikasi manajerial pada kuliah WhatsApp yang dijalankan oleh Cerelac yaitu Kualitas Pelayanan memberikan pengaruh yang signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan. Hal ini dapat dibuktikan dari nilai t hitung yang lebih kecil dari t tabel yaitu  $0,01 < 0,05$ .

Selain itu, pada analisis regresi linear sederhana dapat dilihat bahwa kualitas pelayanan memiliki nilai hubungan sebesar 58,6% terhadap kepuasan pelanggan. Koefisien determinasi menunjukkan bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh kontribusi sebesar 34,4% terhadap kepuasan pelanggan dimana 65,7% tidak dijelaskan pada penelitian ini.

Pada uji T menunjukkan bahwa setiap penambahan 1, nilai kualitas pelayanan maka nilai kepuasan pelanggan bertambah 67,3% dengan pengaruh yang positif.

Hal ini dapat menjelaskan bahwa peserta merasa puas dengan adanya pelayanan yang memberikan edukasi terhadap peserta. Peserta juga merasa puas dengan adanya kunjungan dari tim *recruiter*. Pelayanan ini harus terus dijalankan terutama pada

meyakinkan peserta untuk ikut acara kuliah WhatsApp dan kunjungan ke posyandu, kelurahan, dan puskesmas harus tetap dipertahankan.

### Hasil Pengujian Hipotesis

Berdasarkan hasil uji yang sudah dilakukan, maka pengambilan Keputusan Analisis Regresi Linear Sederhana yaitu berdasarkan nilai Signifikansi memperoleh hasil  $0,01 < 0,05$ . Disimpulkan bahwa variabel X (variabel bebas) berpengaruh terhadap variabel Y (variabel terikat) yang berarti  $H_0$  ditolak. Selain itu, berdasarkan Nilai T, diketahui nilai T hitung sebesar 3,895 lebih besar dari t tabel 2,045.

## SIMPULAN DAN SARAN

### Simpulan

Berdasarkan hasil analisis mengenai kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan kuliah WhatsApp oleh Cerelac, maka dapat diperoleh kesimpulan bahwa Kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kualitas pelayanan. Peserta sudah merasa puas dengan pelayanan yang diberikan mengenai kuliah WhatsApp yang dijalankan. Setiap penambahan 1 nilai kualitas pelayanan, maka kepuasan pelanggan bertambah sebesar 67,3% dengan pengaruh yang positif. Adapun kegiatan pelayanan yang dilakukan oleh Cerelac yaitu dengan membuat Kegiatan Kuliah WhatsApp untuk menambah wawasan mengenai MP-ASI (Makanan pendamping ASI).

### Saran

Adapun saran bagi Cerelac agar mampu meningkatkan kualitas pelayanannya karena sudah terbukti mampu memengaruhi kepuasan pelanggan. Dapat dilakukan dengan tim *recruiter* harus lebih aktif lagi mendatangi posyandu, puskesmas, dan kelurahan untuk mensosialisasikan kuliah WhatsApp ke peserta serta bukan hanya fokus akan kualitas pelayanan saja, melainkan Cerelac harus memerhatikan faktor-faktor lain guna meningkatkan kepuasan pelanggan. Hal tersebut dapat berupa promosi, kemudahan bertransaksi, hingga layanan antar kerumah bagi Cerelac agar mampu meningkatkan kualitas pelayanannya karena sudah terbukti mampu memengaruhi kepuasan pelanggan.

## DAFTAR PUSTAKA

- Alma, Buchari. (2011). Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa, Alfabeta, Bandung.
- Endang Widi Winarni, M. (2021). Teori dan Praktik Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif. Jakarta: Bumi Aksara.
- Ghozali, Imam. (2014). Aplikasi Analisis Multivariete Dengan Program IBM SPSS 23 (Edisi 8). Cetakan ke VIII. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hill, N., Brierley, J. & MacDougall, R. (2003). How To Measure Customer Satisfaction? USA: Gower Publishing Ltd.
- Kotler, Philip and Kevin Lane Keller, (2016). Marketing Management, 15th Edition, Pearson Education, Inc.
- Kotler, Philip and Keller, Kevin Lane. (2017) *Marketing Management -15/E*. Essex, England: Pearson Education.
- Kuswibowo, C. (2022). The Effect of Service Quality And Customer Value on Customer Satisfaction at Celebrity Fitness Margo City. *Indonesian Journal of Business and Entrepreneurship (IJBE)*, 8(2), 313-313.

- Kuswibowo, C. (2022). The impact of Service Performance on Customer Satisfaction and Customer Loyalty During Covid-19 Pandemic: A Case Study of Bank BTN. *International Journal of Business Studies*, 6(SI), 14-22.
- Liu, X., Shin, H., & Burns, A.C. (2021) Examining the impact of Luxury brand's social media marketing on customer engagement: Using big data analytics and natural language processing. *Journal of Business Research*, 125 (April) 815-826
- Noor, Juliansyah, (2011) *Metode Penelitian, Skripsi, Tesis, Disertasi, Dan Karya Ilmiah*, Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Schiffman, I.G. dan Kanuk, Leslie L., (2014) *Consumer Behavior*. 8th edition. New Jersey: Prentice Hall.
- Siagian, Valentine. (2020). Customer Expectation and Customer Satisfaction: Reviewing Service Quality of UBER. *Jurnal Konsep Bisnis dan Manajemen*, Vol 6 No. 2, 209-217.
- Soo Ho, Choi. (2018). Impact On Customer Trust And Customer Satisfaction According To The Logistics Service Quality Of Home Shopping, *International Journal of Pure and Applied Mathematics*, Volume 118 No. 19 2018, 277-289.
- Stanton, W. J. (2014). *Dasar-Dasar Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: Buku Seru.
- Sufiyantor dan Mulyana. (2009). Analisis Dampak Service Performance dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Pelanggan. *Jurnal Manajemen*, Vol. 6, No.1 Hal 73-81
- Sugiyono. (2018) *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Tengku Firli Musfar, S. M. (2020). *Buku Ajar Manajemen Pemasaran: Bauran Pemasaran sebagai Materi Pokok dalam Manajemen Pemasaran*. Bandung: Media Sains Indonesia.
- Tjiptono, F. (2014). *Pemasaran Jasa : Prinsip, Penerapan, Penelitian* . Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Yulisetiarni, Diah dan Prahasta, Yongky Ade. (2019). The Effect Of Price, Service Quality, Customer Value, And Brand Image On Customers Satisfaction Of Telkomsel Cellular Operators In East Java Indonesia. *International Journal Of Scientific & Technology Research*, Volume 8, Issue 03, March 2019, Page. 5-9.