



Pengaruh Sistem Informasi Manajemen, Pada Kualitas Pelayanan dan Penetapan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan

Muhammad Tohir¹, Andri Primadi², Desi Tria Damayanti Napitu³

¹Institut Tansportasi dan Logistik Trisakti, Jakarta, Indonesia

²Institut Tansportasi dan Logistik Trisakti, Jakarta, Indonesia

³Jurusan Manajemen Logistik, Fakultas Manajemen dan Bisnis, Institut Tansportasi dan Logistik Trisakti, Jakarta, Indonesia, napitudesi@gmail.com

Corresponding Author: napitudesi@gmail.com³

Abstract: *The Influence of Management Information Systems, Service Quality, and Pricing on Customer Satisfaction is a scientific literature review article within the scope of the field of study. The purpose of this article is to develop hypotheses on the influence of independent variables on the dependent variable that will be used in subsequent research. The research objects are online media literature, Google Scholar, Semantic Scholar, Elsevier, Zotero, and other online journal media. The research method employs library research sourced from e-books and scientific journals. The analysis uses a qualitative descriptive approach. The results of this article show: 1) Management Information Systems influence Customer Satisfaction; 2) Service Quality influences Customer Satisfaction; and 3) Pricing influences Customer Satisfaction.*

Keywords: *Customer Satisfaction, Management Information Systems, Service Quality, Pricing*

Abstrak: Pengaruh Pengaruh Sistem Informasi Manajemen, Kualitas Pelayanan dan Penetapan Harga terhadap Kepuasan Pelanggan adalah artikel ilmiah studi pustaka dalam ruang lingkup bidang ilmu. Tujuan artikel ini membangun hipotesis pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen yang akan digunakan pada riset berikutnya. Objek riset pada pustaka media online, Google Scholar, Semantic Scholar, Elsevier, Zotero dan media jurnal online lainnya. Metode riset dengan library risearch bersumber dari e-book dan journal ilmiah. Analisis pendekatan deskriptif kualitatif. Hasil artikel ini: 1) Pengaruh Sistem Informasi Manajemen berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan; 2) Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan; dan 3) Penetapan Harga berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan.

Kata Kunci: Kepuasan Pelanggan, Pengaruh Sistem Informasi Manajemen, Kualitas Pelayanan, Penetapan Harga

PENDAHULUAN

Latar Belakang Masalah

Dalam era globalisasi dan teknologi informasi yang semakin canggih, organisasi harus mampu meningkatkan kualitas pelayanan dan kinerja untuk meningkatkan kepuasan pelanggan. Sistem Informasi Manajemen (SIM) memainkan peran penting dalam meningkatkan efisiensi dan produktivitas organisasi dengan memberikan akses mudah terhadap informasi yang akurat dan tepat waktu yang dibutuhkan oleh karyawan untuk melaksanakan tugas mereka secara efektif.

Artikel ini menganalisis pengaruh Pengaruh Sistem Informasi Manajemen, Kualitas Pelayanan, dan Penetapan Harga terhadap Kepuasan Pelanggan, Dengan demikian, Semakin berkembangnya sistem teknologi dan informasi serta komunikasi ini membuat kompetisi semakin ketat. Oleh karena itu, setiap perusahaan akan bekerja keras untuk memastikan bahwa mereka dapat memuaskan pelanggan dan mendapat pelanggan yang setia. Ini disebabkan oleh pelanggan yang semakin cerdas, sadar harga, dan banyak mau, pelanggan memiliki akses ke banyak informasi tentang produk lain. Kondisi tersebut menyebabkan pelanggan memiliki pilihan yang lebih banyak dalam menggunakan uang yang dimilikinya. (Hamidah et al., 2023)

Berdasarkan latar belakang maka tujuan penulisan artikel ini adalah membangun hipotesis untuk riset selanjutnya, yaitu untuk merumuskan:

- 1) Pengaruh Pengaruh Sistem Informasi Manajemen terhadap Kepuasan Pelanggan;
- 2) Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan; dan
- 3) Pengaruh Penetapan Harga terhadap Kepuasan Pelanggan;

METODE

Metode penyusunan artikel literature review adalah dengan metode kajian pustaka artikel terdahulu yang relevan dengan pembahasan variabel di Analisa secara kualitatif berdasarkan temuan dari Google Scholar, Semantic Scholar, Elsevier dan media publikasi jurnal online lainnya. Desain yang digunakan dalam penelitian ini adalah literatur review atau kajian kepustakaan. Literature review merupakan suatu penelusuran dan penelitian kepustakaan dengan cara membaca dan menelaah berbagai jurnal, buku, dan berbagai naskah terbitan lainnya yang berkaitan dengan topik penelitian untuk menghasilkan sebuah tulisan yang berkenaan dengan suatu topik atau isu tertentu.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Berdasarkan fenomena, tujuan, dan alat analisis yang digunakan dalam menganalisa artikel terdahulu, maka hasil penelitian tersebut dapat ditarik instisari sebagai berikut:

Pengaruh Sistem Informasi Manajemen

Menurut (Sitorus et al., 2016) Sistem informasi manajemen adalah sekumpulan subsistem informasi berbasis komputer yang menyediakan informasi komprehensif, terkoordinasi secara rasional, dan terintegrasi. Sistem informasi juga memiliki kemampuan untuk mengubah data menjadi informasi dalam berbagai cara, guna meningkatkan

produktivitas, dimana sesuai dengan gaya dan sifat manajer berdasarkan standar kualitas yang telah ditetapkan. Sistem informasi manajemen yang baik dapat menyeimbangkan antara biaya dan keuntungan yang akan diperoleh dengan tujuan untuk melengkapi kebutuhan informasi.

Sistem informasi manajemen adalah sistem perencanaan yang merupakan bagian dari pengendalian internal untuk melaksanakan strategi bisnis. Sistem informasi manajemen memiliki beberapa fungsi utama seperti: Memudahkan perencanaan, pemantauan, dan pengendalian pekerjaan serta meningkatkan efektivitas dan efisiensi pengolahan data (Zebua et al., 2023).

Sistem Informasi Manajemen (SIM) juga merupakan tolak ukur pengambilan keputusan suatu organisasi atau kelompok. Tujuan SIM adalah penetapan harga, perencanaan, dan pengambilan keputusan. Dan Sistem informasi juga merupakan sistem yang mengumpulkan, memproses, menyimpan, menganalisis, dan mendistribusikan informasi untuk tujuan tertentu (Sitorus et al., 2016).

Dari beberapa teori diatas peneliti mensintesisasikan bahwa Dari berbagai penelitian ini, dapat disimpulkan bahwa penerapan Sistem Informasi Manajemen yang baik memiliki pengaruh signifikan dalam meningkatkan kepuasan pelanggan. Implementasi SIM dapat meningkatkan efisiensi, daya saing, dan kualitas pelayanan, yang pada gilirannya meningkatkan kepuasan pelanggan.

Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan adalah identifikasi barang atau jasa yang mempengaruhi kemampuan menjamin kepuasan pelanggan (Gasing et al., 2023). Kualitas layanan sangat penting karena mempengaruhi kepuasan pelanggan dan kesuksesan bisnis. Perusahaan perlu memiliki strategi dan sistem pengukuran yang tepat untuk memastikan tingkat kualitas layanan yang diharapkan tercapai.

Menurut (Hutabarat et al., 2023) Kualitas pelayanan yaitu pelayanan yang diharapkan dan pelayanan yang dirasakan dan kualitas mendorong pelanggan untuk membangun hubungan yang kuat dengan perusahaan. Jika karyawan terus berkembang, perusahaan akan mampu memberikan pelayanan yang baik. Pengembangan karyawan menjadi semakin penting bagi perusahaan. Hal ini dapat dicapai dengan meningkatkan keterampilan dan pengetahuan layanan melalui seminar, kursus dan pelatihan.

Penilaian kualitas pelayanan didasarkan dengan adanya keunggulan (superiority) dari layanan yang diberikan. Oleh karena itu, kualitas pelayanan mencakup segala kegiatan perusahaan yang dilakukan dan diupayakan untuk memenuhi keinginan pelanggan atas lima perspektif kualitas pelayanan yaitu ; reliability, assurance, tangibles, empathy dan responsiveness. (Rahayu et al., 2022)

Dari beberapa teori diatas peneliti mensintesisasikan bahwa Dengan demikian, kualitas pelayanan yang baik dapat meningkatkan kepuasan pelanggan, yang pada gilirannya dapat meningkatkan loyalitas pelanggan dan mempengaruhi keputusan pembelian mereka.

Penetapan Harga

Menurut (Nantigiri et al., 2022) Harga adalah jumlah uang atau elemen lain yang mengandung kegunaan tertentu, yang dimana ini diperlukan untuk mendapatkan suatu produk atau jasa. Artinya bahwa harga juga dapat berupa sejumlah uang yang dikeluarkan untuk suatu produk, jasa atau sejumlah nilai yang dinyatakan oleh pelanggan untuk mendapatkan keuntungan, maupun kepemilikan produk atau jasa tersebut.

Satu-satunya komponen dalam bauran pemasaran (marketing mix) yang menghasilkan penjualan atau keuntungan adalah harga. Faktor-faktor lainnya, termasuk produk, lokasi, dan promosi, selalu menimbulkan biaya (cost center) karena konsumen akan membandingkan harga yang ditawarkan dengan kualitas layanan yang diharapkan. (Pribadi et al., 2022)

Menurut (Pribadi et al., 2022) Penetapan Harga adalah sebagai jumlah uang yang dibayarkan untuk suatu barang atau jasa atau jumlah uang yang ditukar oleh konsumen untuk manfaat karena mereka memiliki atau menggunakan barang atau jasa tersebut. Tingkat harga yang dibebankan memengaruhi manfaat yang diperoleh. Kepuasan pelanggan disini adalah perasaan senang atau kecewa yang muncul setelah membandingkan persepsi terhadap kinerja atau hasil produk dengan harapan-harapannya.

Dari beberapa teori diatas peneliti mensintesisasikan bahwa dengan demikian, penetapan harga yang tepat dan sesuai dengan harapan pelanggan dapat meningkatkan kepuasan pelanggan, sedangkan penetapan harga yang tidak tepat dapat menyebabkan kepuasan menurun.

Kepuasan Pelanggan

Menurut (Pribadi et al., 2022), kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan persepsi mereka terhadap kinerja atau hasil produk dengan harapan mereka. Jika harga atau layanan yang diberikan memenuhi harapan, pelanggan akan merasa puas dan senang. Seperti yang dinyatakan di atas, penelitian ini akan mempelajari lebih lanjut tentang bagaimana faktor kualitas layanan dan faktor harga memengaruhi kepuasan pelanggan.

Kepuasan pelanggan didefinisikan sebagai tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang ia alami dibandingkan dengan hasil yang diharapkan, dan di mana ketidakpuasan berjalan beriringan (Veronica et al., 2018).

Menurut (Gasing et al., 2023) Kepuasan pelanggan merupakan suatu ukuran perasaan yang timbul setelah seorang pelanggan menggunakan jasa atau produk yang diberikan dan membandingkannya dengan harapan yang diharapkan oleh pelanggan.

Dari beberapa teori diatas peneliti mensintesisasikan bahwa kepuasan pelanggan sangat penting dalam membangun bisnis yang lebih maju dan meningkatkan keuntungan perusahaan. Perusahaan harus memperhatikan harapan pelanggan serta kepuasan pelanggannya untuk tetap kompetitif dalam persaingan

Pembahasan

Berdasarkan Kajian teori maka pembahasan artikel tinjauan pustaka ini adalah melakukan analisa mendalam artikel yang terdahulu yang relevan, analisis pengaruh antar variabel dan membuat struktur berfikir rencana penelitian:

Berdasarkan hasil penelitian maka pembahasan artikel ini adalah melakukan analisis artikel yang relevan, analisis pengaruh antar variabel dan membuat pola struktur berfikir rencana penelitian:

Pengaruh Sistem Informasi Manajemen terhadap Kepuasan Pelanggan.

Menurut (Zebua et al., 2023) Pengaruh Sistem Informasi Manajemen adalah salah satu komponen paling penting dalam operasional perusahaan. Dengan demikian, sistem ini dapat menciptakan hubungan baik dan kepuasan dari para penyedia jasa kepada perusahaan sehingga

kegiatan ini dapat berjalan dengan efektif dan menghindari keterlambatan waktu dan denda dari pemakai jasa.

Konsep Pengaruh Sistem Informasi Manajemen adalah Sistem manusia atau teknologi yang teratur, digunakan untuk mendukung operasi, manajemen, dan pengambilan keputusan perusahaan (Mafrudoh et al., n.d.)

Pengaruh Sistem Informasi Manajemen berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan, jika Pengaruh Sistem Informasi Manajemen dipersepsikan dengan baik maka Kepuasan Pelanggan akan dipersepsikan baik. Bahwa dalam upaya untuk meningkatkan Kepuasan Pelanggan

Tujuan Sistem Informasi Manajemen menurut (Sitorus et al., 2016) adalah sebagai berikut:

- 1) Memberikan informasi untuk perhitungan harga pokok jasa, produk, dan tujuan manajemen lainnya;
- 2) Memberikan informasi untuk perencanaan, pengendalian, evaluasi, dan perbaikan berkelanjutan; dan
- 3) Memberikan informasi untuk pengambilan keputusan.

Untuk meningkatkan Kepuasan Pelanggan dengan memperhatikan Pengaruh Sistem Informasi Manajemen, maka yang harus dilakukan oleh pimpinan adalah pemimpin harus mampu memberi layanan sistem informasi manajemen yang efektif dan efisien. Dimana Dalam menjalankan bisnis perusahaan, sistem manajemen informasi sangat penting. Implementasi dan pelaksanaan sistem manajemen informasi yang baik dapat menghasilkan kepuasan pelanggan, menurunkan biaya, dan mempersingkat waktu supaya lebih efisien dan efektif. (Zebua et al., 2023)

Pengaruh Sistem Informasi Manajemen berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan, sudah banyak yang meneliti hal tersebut diantaranya yang dilakukan oleh para peneliti sebelumnya yaitu menurut (Zebua et al., 2023) Sistem Informasi Manajemen berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Kepuasan pelanggan dapat dirasakan ketika pelanggan merasa bahwa barang atau jasa yang mereka dapat memenuhi ekspektasi dan mereka akan memakai atau membelinya lagi. Rasa puas akan menghasilkan kesan yang baik dan membangun kepercayaan pelanggan.

Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan.

menurut (Nantigiri et al., 2022) Kualitas Pelayanan adalah Pemahaman pelanggan tentang pemenuhan keinginan menentukan keputusan mereka untuk membeli barang atau layanan. Setelah pemahaman ini terbentuk, pelanggan akan mencari berbagai informasi tentang barang atau jasa yang mereka inginkan Dalam hal keputusan pembelian, citra merek, harga, dan ketepatan waktu pengiriman dari sebuah jasa pengiriman barang sangat penting untuk menarik pelanggan. Sebelum memutuskan untuk menggunakan jasa pengiriman, pelanggan akan membandingkan berbagai jasa pengiriman untuk membuat keputusan pembelian.

Konsep Kualitas Pelayanan menurut (Veronica et al., 2018) adalah Jika perusahaan tidak mengukur tingkat kepuasan pelanggannya, strategi peningkatan layanan tidak akan berhasil. Dalam persaingan yang semakin tajam di antara bisnis saat ini, kepuasan pelanggan menjadi prioritas utama dengan memberikan layanan yang sesuai dengan kepentingan dan harapan pelanggan.

Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan, jika Kualitas Pelayanan dipersepsikan dengan baik maka Kepuasan Pelanggan akan dipersepsikan baik. Bahwa dalam

upaya untuk meningkatkan Kepuasan Pelanggan, perusahaan wajib memberikan kualitas pelayanan yang baik terhadap kepuasan pelanggan, Jika perusahaan tidak mengukur tingkat kepuasan pelanggannya, strategi peningkatan layanan tidak akan berhasil. Dalam persaingan saat ini, kepuasan pelanggan menjadi prioritas awal dengan memberikan pelayanan yang sesuai dengan kebutuhan dan harapan pelanggan. (Veronica et al., 2018)

Menurut (Pribadi et al., 2022) Faktor penting yang harus diperhatikan adalah kualitas layanan dan kepercayaan pelanggan. Setiap perusahaan harus memastikan bahwa mereka memiliki layanan yang berkualitas tinggi dan memuaskan, hal ini dilakukan agar mereka tidak kehilangan pelanggan. Oleh karena itu, perusahaan harus memikirkan kualitas layanan pelanggan dengan lebih matang dan profesional. Kualitas pelayanan memiliki lima indikator utama, yaitu kehandalan (reliability), daya tanggap (responsiveness), jaminan (assurance), empati (empathy), dan bukti fisik (tangibles), yang semuanya berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan

Untuk meningkatkan Kepuasan Pelanggan harus memperhatikan Kualitas Pelayanan, dimana menurut (Rahayu et al., 2022) dengan mendengarkan keluhan pelanggan itu bisa menentukan kepuasan pelanggan. Kepuasan pelanggan bergantung pada seberapa baik produk atau jasa memenuhi ekspektasi nya. tingkat kepuasan pelanggan terhadap produk bergantung pada nilai yang diberikan perusahaan kepada pengguna jasa, biasanya ada kepuasan atau kekecewaan.

Pengaruh Penetapan Harga terhadap Kepuasan Pelanggan.

menurut (Nantigiri et al., 2022) Penetapan Harga merupakan perbandingan utama bagi pelanggan untuk menentukan penggunaan jasa atau produk. Pelanggan akan lebih berminat menguji jika harganya lebih rendah.

Konsep Penetapan Harga bisa dilihat seiring dengan keuntungan yang diperoleh. dapat kita asumsikan bahwa konsep dan peran harga adalah contoh dari perspektif pelanggan yang kerap kali dimanfaatkan menjadi indikator nilai sebagaimana harga dikaitkan dengan manfaat yang didapatkan dari produk ataupun jasa. (Sitrous, 2022)

Penetapan Harga berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan, jika Penetapan Harga dipersepsikan dengan baik maka Kepuasan Pelanggan akan dipersepsikan baik. Bahwa dalam upaya untuk meningkatkan Kepuasan Pelanggan Menurut (Darunanto et al., 2016) Harga merupakan salah satu pengaruh dalam menentukan kepuasan pelanggan yang dimana ini berisi periklanan, tempat, kualitas, harga, staf, fasilitas, pelayanan, sifat pelanggan, promosi, dan penjualan. Dan hubungan antara harga, utilitas, dan nilai sangat lah erat. indikator Kepuasan Pelanggan

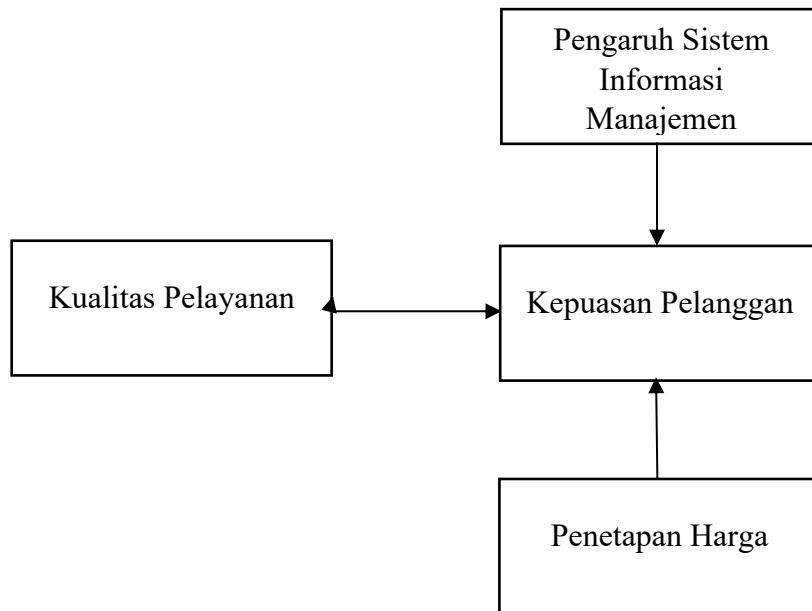
Untuk meningkatkan Kepuasan Pelanggan dengan memperhatikan Penetapan Harga, maka yang harus dilakukan oleh pimpinan adalah memperhatikan penetapan harga yang sesuai, yang Dimana tingginya minat dan juga kebutuhan konsumen telah membuat beberapa perusahaan bersaing melalui pelayanan yang baik, fasilitas maupun harga juga dapat bersaing, secara tidak langsung kepuasan konsumen akan mempengaruhi kesetiaan yang dibuktikan dengan pembelian ulang pada jasa atau produk yang sama. Berkaitan dengan yang di atas, tingginya persaingan telah membuat masing-masing perusahaan berusaha untuk memenuhi kebutuhan konsumennya sehingga kepuasan konsumen pun dapat tercapai.(Darunanto et al., 2016)

Ada beberapa indikator harga menurut (Nantigiri et al., 2022) diantaranya sebagai berikut:

- (1) Keterjangkauan harga, di mana pelanggan mencari harga yang masuk akal sebelum melakukan pembelian pelanggan akan mencari barang yang sesuai dengan budget mereka;
- (2) Keserasian harga dengan kualitas produk, di mana konsumen rela membayar harga yang lebih tinggi untuk barang tersebut asalkan kualitasnya memuaskan; sebaliknya, konsumen juga ada yang menginginkan barang murah dan berkualitas tinggi;
- (3) Daya saing harga, perusahaan ingin memastikan bahwa mereka dapat bersaing di masyarakat, sehingga mereka membandingkan harga jual produk dengan harga jual produk sejenis yang ditawarkan oleh pesaing;
- (4) Keselarasan harga dengan manfaat, di mana pelanggan terkadang tidak peduli dengan harga yang diberi selama mereka merasakan manfaatnya;

Kerangka Konseptual Penelitian

Berdasarkan temuan rumusan masalah, penelitian terdahulu yang sangat relevan dan pembahasan penelitian, maka tersusun rerangka konseptual artikel ini seperti gambar 1.



Gambar 1: Kerangka Konseptual

Berdasarkan gambar kerangka konseptual di atas, maka: Pengaruh Sistem Informasi Manajemen, Kualitas Pelayanan, dan Penetapan Harga berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan. Selain dari tiga variabel bebas yang mempengaruhi variabel terikat yaitu Kepuasan Pelanggan, masih ada beberapa variabel lain yang dapat mempengaruhi Kepuasan Pelanggan, diantaranya sebagai berikut:

- 1) x4: (Promosi)
- 2) x5: (Kualitas Sistem)
- 3) x6: (Menjaga Kepuasan Pemakai)

KESIMPULAN

Artikel ini mengalisis pengaruh Pengaruh Sistem Informasi Manajemen, Kualitas Pelayanan, dan Penetapan Harga terhadap Kepuasan Pelanggan, Dengan demikian, sistem

informasi manajemen, kualitas pelayanan, dan penetapan harga saling berhubungan dan mempengaruhi kepuasan pelanggan. Pengembangan dan pemeliharaan kualitas sistem informasi, pelayanan, dan penetapan harga yang tepat dapat meningkatkan kepuasan pelanggan dan loyalitas mereka terhadap sebuah perusahaan.

Pengaruh Sistem Informasi Manajemen berpengaruh dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan karena Pengaruh ini dapat dilihat dari berbagai aspek, termasuk efisiensi operasional, kualitas pelayanan, dan kualitas produk. Implementasi SIM yang baik dapat meningkatkan kepuasan pelanggan melalui peningkatan kemudahan, kecepatan, ketepatan, dan keadilan dalam pelayanan. Kesimpulan ini menunjukkan bahwa SIM merupakan faktor penting dalam meningkatkan kepuasan pelanggan dan efisiensi organisasi.

Kualitas Pelayanan berpengaruh dan signifikan terhadap Kepuasan karena kualitas pelayanan yang baik juga dapat meningkatkan loyalitas pelanggan, yang berarti pelanggan akan lebih cenderung untuk melakukan pembelian ulang dan merekomendasikan perusahaan kepada orang lain. Hal ini terjadi karena pelanggan yang puas akan lebih mungkin untuk memberikan promosi secara sukarela tanpa diminta, yang dapat membantu meningkatkan penjualan dan keuntungan perusahaan. Dengan demikian, kualitas pelayanan yang baik tidak hanya mempengaruhi kepuasan pelanggan, tetapi juga loyalitas pelanggan dan dapat berkontribusi signifikan terhadap keberhasilan bisnis dalam jangka panjang.

Penetapan Harga berpengaruh dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan karena penetapan harga yang tepat sangat penting dalam meningkatkan kepuasan pelanggan. Penetapan harga yang tidak tepat dapat menghambat keputusan pembelian, sementara penetapan harga yang tepat dapat meningkatkan kepuasan pelanggan dan memunculkan inisiatif untuk menciptakan hubungan yang ramah. Selain itu, kualitas produk dan pelayanan juga berperan penting dalam meningkatkan kepuasan pelanggan. Oleh karena itu, perusahaan harus mempertimbangkan faktor-faktor ini dalam menentukan strategi penetapan harga yang efektif dan efisien dalam memenuhi harapan pelanggan dan meningkatkan kepuasan mereka.

DAFTAR PUSTAKA

- Darunanto, D., Wahyuni, R. E., & Haryono. (2016). Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan PT Dms Tour and Travel. *Manajemen Bisnis Transportasi Dan Logistik*, 2(2), 201–219.
- Gasing, U., Ricardianto, P., Pahala, Y., Tatiana, Y., & Handayani, S. (2023). Customer Relationship Management pada Perusahaan Pelayanan Nasional di Indonesia. *Jurnal Manajemen Transportasi & Logistik (JMTRANSLOG)*, 10(3), 249. <https://doi.org/10.54324/j.mtl.v10i3.1101>
- Hamidah, H., Purba, S., & Rangkuti, I. (2023). Strategi Manajemen Pemasaran Pendidikan Dalam Meningkatkan Antusiasme Calon Peserta Didik Baru Di Sekolah Mtss Nurul Ilmi Desa Pantai Gemi Kecamatan Stabat. *Jurnal Serunai Ilmu Pendidikan*, 3(1), 10–27. <https://medium.com/@arifwicaksanaa/pengertian-use-case-a7e576e1b6bf>
- Hutabarat, L. M., Mudjiardjo, M., Sholihah, S. A., Nofrisel, N., & Sundoro, O. Y. (2023). Kualitas Pelayanan dan Kinerja Karyawan Pada Perusahaan Online Store di Jakarta. *Jurnal Manajemen Transportasi & Logistik (JMTRANSLOG)*, 10(2), 141. <https://doi.org/10.54324/j.mtl.v10i2.1097>
- Mafrudoh, L., Wahyuningtias, F., & Tasran, C. (n.d.). *KAJIAN SISTEM INFORMASI MANAJEMEN TERHADAP KESELAMATAN PENERBANGAN PADA AIRNAV JAKARTA*. 103–110.
- Nantigiri, M. H. A., Handayani, S., & Veronica, V. (2022). Brand Image, Harga dan Ketepatan

- Waktu Pengiriman Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Manajemen Bisnis Transportasi Dan Logistik*, 7(3), 247. <https://doi.org/10.54324/j.mbt.v7i3.760>
- Pribadi, S., Setyawati, A., & Muldiansyah, M. I. (2022). Pengaruh Kualitas Layanan dan Harga terhadap Kepuasan Pelanggan JNE Pusat di Tomang Jakarta Barat. *Jurnal Manajemen Bisnis Transportasi Dan Logistik*, 8(1), 76. <https://doi.org/10.54324/j.mbt.v8i1.1364>
- Rahayu, A., Suripnob, S., Suhalis, A., Ricardianto, P., & Fachrial, P. (2022). Peningkatan Kepuasan Pelanggan Melalui Pengawasan Petugas TransJakarta. *Jurnal Manajemen Transportasi & Logistik (JMTRANSLOG)*, 9(3), 201. <https://doi.org/10.54324/j.mtl.v9i3.736>
- Sitorus, B., Sitorus, T. I. H., & Ricardianto, P. (2016). Evaluasi Manajemen Sistem Informasi Dan Teknologi Informasi Pelabuhan. *Jurnal Manajemen Transportasi & Logistik (JMTRANSLOG)*, 3(3), 367. <https://doi.org/10.54324/j.mtl.v3i3.82>
- Sitrous, A. P. (2022). ATTANMIYAH: JURNAL EKONOMI DAN BISNIS ISLAM Mekanisme Penetapan Harga (Price) Dan Kebijakan Penentuan Keuntungan (Profit) Ditinjau Dari Perspektif Ekonomi Islam. : *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 1(1), 44–59. <https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/>
- Veronica, V., Senna, A., & Marlita, D. (2018). Kualitas Layanan Dan Kepuasan Pelanggan Aktivitas Freehand Export Pada Freight Forwarder. *Jurnal Manajemen Bisnis Transportasi Dan Logistik*, 4(2), 205–212.
- Zebua, M., Suhalis, A., Raga, P., Sonny, I., & Majid, S. A. (2023). Sistem Informasi Manajemen dan Loyalitas Pengguna Jasa pada Industri Maritim di Indonesia. *Jurnal Manajemen Transportasi & Logistik (JMTRANSLOG)*, 10(3), 227. <https://doi.org/10.54324/j.mtl.v10i3.1136>