

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN JASA FREIGHT FORWARDING DI PT. UNTUNG BERSAMA LOGISTICK SURABAYA

Fina Idatul Umah¹, Sumarzen Marzuki², Indriana Kristiawati³, Mudayat⁴

STIA dan Manajemen Kepelabuhanan Barunawati Surabaya

Jl. Perak Barat No.173, Perak Utara, Kec. Pabean Cantikan, Kota Surabaya

vina.vidama@gmail.com¹, sumarzenmz@gmail.com², indriana.k@stiamak.ac.id³,
mudayat@stiamak.ac.id⁴

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis kualitas pelayanan dan kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan jasa freight forwarding di PT. Untung Bersama Logistick Surabaya. Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif dengan populasi penelitian adalah seluruh pelanggan jasa di PT. Untung Bersama Logistick Surabaya. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah sampel jenuh, dimana seluruh anggota populasi yakni berjumlah 34 orang dijadikan sampel penelitian. Data analisis menggunakan regresi linier berganda.

Hasil ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dengan $t_{hitung} 9,486 > t_{tabel} 2,039$. Dan nilai Sig $0,00 > 0,05$. Kualitas produk dengan $t_{hitung} 3,998 > t_{tabel} 2,039$. Dan nilai Sig $0,02 > 0,05$ menunjukkan pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Pada uji f menunjukkan bahwa variabel bebas secara simultan berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat. Dengan hasil $89,946$ Sig $< 0,05$. Koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,853, menunjukkan bahwa variabel bebas dalam penelitian ini adalah 85,3% variasi kepuasan pelanggan PT. Untung Bersama Logistick Surabaya. Temuan ini mengindikasikan bahwa memberikannya pelayanan terbaik dan kualitas produk dapat memberikan dampak signifikan. Penelitian ini memberikan kontribusi praktis bagi manajemen PT. Untung Bersama Logistick Surabaya dalam upaya mencapainya kepuasan pelanggan.

Kata Kunci : Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, Kepuasan Pelanggan

Abstrack

This study aims to analyze the quality of service and product quality on customer satisfaction of freight forwarding services at PT. Untung Bersama Logistick Surabaya. The approach used in this study is a quantitative method with the research population being all service customers at PT. Untung Bersama Logistick Surabaya. The sampling technique used is saturated sampling, where all members of the population, namely 34 people, are used as research samples. Data analysis using multiple linear regression. These results indicate that service quality with t count $9.486 > t$ table 2.039 . And the Sig value $0.00 > 0.05$. Product quality with t count $3.998 > t$ table 2.039 . And the Sig value $0.02 > 0.05$ shows a significant effect on customer satisfaction. The f test shows that the independent variables simultaneously have a significant effect on the dependent variable. With a result of 89.946 Sig < 0.05 . The coefficient of determination (R^2) of 0.853, indicates that the independent variables in this study are 85.3% of the variation in customer satisfaction of PT. Untung Bersama Logistick Surabaya. This finding indicates that providing the best service and product quality can have a significant impact. This study provides practical contributions to the management of PT. Untung Bersama Logistick Surabaya in an effort to achieve customer satisfaction.

Keywords: Service Quality, Product Quality, Customer Satisfaction

I. PENDAHULUAN

Berdasarkan hasil survei oleh Dawi, et, al. (2018) mengemukakan kepuasan pelanggan adalah suatu situasi di mana kebutuhan, keinginan dan harapan pelanggan terpenuhi melalui produk yang diterimanya. Kepuasan pelanggan memiliki peran kunci dalam mempertahankan dan menarik daya minat beli pelanggan, meningkatkan kepercayaan dan persepsi atau penilaian perusahaan, serta meningkatkan penjualan. Perusahaan yang memahami apa yang diinginkan pelanggan dan memberikan pelayanan yang sesuai dapat meningkatkan kepuasan pelanggan. Untuk memenuhi kepuasan pelanggan, perusahaan dituntut untuk secara cermat memahami kebutuhan dan keinginan konsumen yang selalu berubah.

Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh (Prihandoyo, 2019) Kualitas pelayanan adalah kesigapan dan kecepatan perusahaan dalam menanggapi persoalan yang dikeluhkan konsumen. Kualitas produk yang tidak sesuai dengan perjanjian penawaran yang telah disampaikan oleh pemilik barang atau pada bagian industri produk, yang mana kesalahan yang terjadi yaitu barang tidak sesuai dengan grade yang telah disepakati oleh kedua belah pihak. Di dalam perusahaan industri jasa, kualitas pelayanan menjadi faktor utama dalam kepuasan pengguna jasa, yang mana pelanggan tidak hanya sekedar membeli barang atau mengirimkan barang, tetapi juga dengan bagaimana team memberikan pelayanan baik seperti menjaga komunikasi agar tidak adanya miss komunikasi, menjaga kegiatan selama perjalanan pada transportasi maupun pada cepatnya pengerjaan dokumen yang dilakukan. Kualitas pelayanan yang buruk sudah pasti dapat menyebabkan ketidakpuasan pengguna jasa yang akan berdampak pada penurunannya nilai suatu perusahaan dan menguranginya kepercayaan pengguna jasa.

PT. Untung Bersama Logistick merupakan perusahaan EMKL yang berfokus pada freight forwarder. Pada PT.Untung Bersama Logistick ini memiliki peran dalam pengurus dokumen-dokumen pendukung barang, penyelesaian tagihan serta memberikan kemudahan pada pengguna jasa demi memberikan service terbaik kepada pelanggan serta pengurusan dalam pengeluaran kontainer mulai dari prosesnya kegiatan empty kontainer, kemudian dilakukannya proses muat barang di gudang lalu kontainer bisa masuk terminal dan termuat pada kapal yang telah ditentukan hingga barang tersebut bisa sampai di negeri tujuan dan diterima oleh pemilik barang.

Penelitian mengenai hubungan antara kualitas pelayanan, kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan telah banyak dilakukan, dengan menunjukkan bahwa kedua faktor ini memainkan peran penting dalam membentuk pengalaman dan loyalitas pelanggan. Dengan memperhatikan keragaman sumber yang dijadikan pedoman terdapat gap antar kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan dari kutipan yang telah diuraikan dapat disimpulkan bahwa pada teori behavior berfokus pada bagaimana lingkungan dan interaksispesifik dapat mempengaruhi perilaku perilaku pelanggan, termasuk keputusan pembelian dan loyalitas.

Di sisi lain teori Serqual, yang dikembangkan oleh Parasuraman, Zeithaml, dan Berry (1988) menyediakan kerangka kerja yang lebih terstruktur untuk mengukur kualitas pelayanan berdasarkan lima indikator utama : bukti fisik, keandalan, ketangga(Tjiptono et al., 2012)(Sugiarsih Duki Saputri, 2019)pan, jaminan, dan empati. Yang mana teori ini memberikan alat yang dapat digunakan oleh perusahaan untuk mengidentifikasi kesenjangan antara harapan pelanggan dan persepsi pelanggan terhadap hasil layanan yang diberikan. Dari data yang sudah ada pada penelitian sebelumnya, penulis ini bertujuan untuk memberikan pemahaman yang komprehensif tentang hubungan antara Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Jasa Freight Forwading Di PT. Untung Bersama Logistick Surabaya.

Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan sebelumnya,maka masalah penelitian ini dapat di rumuskan sebagai berikut :

1. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan jasa *freight forwarding* di PT. Untung Bersama Logistick Surabaya ?
2. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan jasa *freight forwarding* di PT. Untung Bersama Logistick Surabaya ?
3. Apakah kualitas pelayanan dan kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan jasa *freight forwading* di PT. Untung Bersama Logistick Surabaya ?

Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan perumusan masalah yang diajukan, maka tujuan penelitian ini adalah :

1. Untuk menguji dan menganalisis apakah kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan jasa *freight forwarding* pada PT. Untung Bersama Logistik Surabaya,
2. Untuk menguji dan menganalisis apakah kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan jasa *freight forwarding* pada PT. Untung Bersama Logistik Surabaya,
3. Untuk menguji dan menganalisis apakah kualitas pelayanan dan kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan jasa *freight forwarding* di PT. Untung Bersama Logistik Surabaya.

II. LANDASAN TEORI

Kualitas Pelayanan

Menurut Wardhani et al., (2020) kualitas pelayanan adalah cara kerja perusahaan yang berusaha mengadakan perbaikan mutu secara terus menerus terhadap proses produksi dan pelayanan yang dihasilkan perusahaan. Perusahaan logistik merupakan jenis usaha yang mengandalkan jasa pengiriman barang dimana kualitas pelayanan selalu merupakan elemen penting menyertai dalam penjualan produknya. Dalam mengoptimalkan proses pelayanan agar pengguna jasa tetap konsisten dalam menggunakan jasa perusahaan *freight forwarding* ini, makakita harus memahami kebutuhan pengguna jasa dan memastikan bahwa pelayanan yang dibutuhkan sesuai dengan keiginan para pengguna jasa.

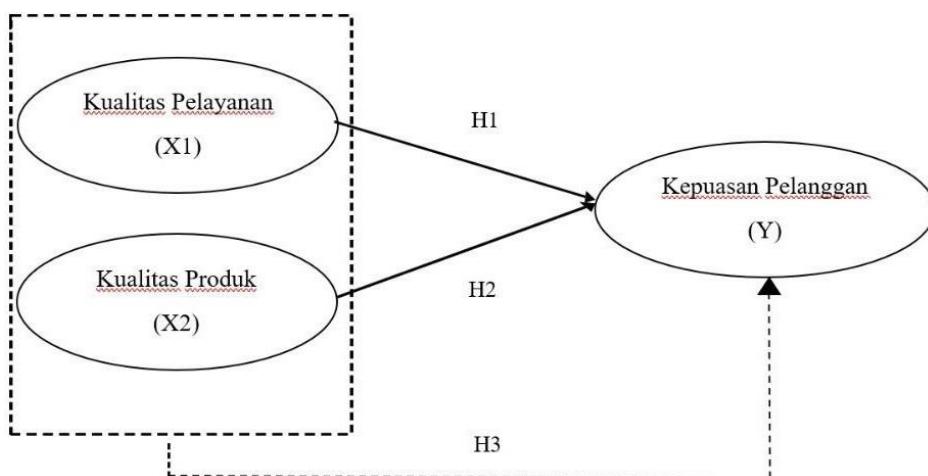
Kualitas Produk

Menurut (Damayanti, 2015) menyatakan bahwa kualitas dari produk merupakan hal penting yang harus dicari dan diterapkan oleh setiap perusahaan yang diberikan kepada pelangganuntuk memenuhi kebutuhan pelanggan. Dan dalam konteks freight forwarding Kualitas produk dalam konteks *freight forwarding* mengenai pada tingkat kepuasan pelanggan terhadap layanan yang diberikan dari perusahan dengan kualitas produk. Oleh karena itu, produk yang ditawarkanharus memiliki kriteria dan sesuai dari barang yang ditawarkan. Kualitas produk dapat diukur dengan durabilitas, reliabilitas, kemudahan dalam menggunakan produk, kesesuaian, dan komponen lainnya yang bisa membuat pelanggan merasa puas.

Kepuasan Pelanggan

Pada umumnya konteks kepuasan pelanggan adalah harapan dari pelanggan yang merupakan perasaan keyakinan pelanggan mengenai tentang apa saja yang akan diterimanya, baik yang diungkapkan secara lisan dan nonlisan. Harapan pelanggan dibentuk berdasarkan atas pengalaman pembelian atau penggunaan jasa sebelumnya. Yang mana harapan pelanggan tersebut dariwaktu kewaktu yang terus berkembang dengan seiring bertambahnya pengalaman dan wawasan pelanggan, yang paling utamanya adalah kepuasan pelanggan yang lebih memikirkan apa yang akan dibelinya dapat memuaskan sesuai dengan semakin tingginya tingkatpersaingan sehingga pelanggan akan selalu mencari nilai yang paling tinggi dari beberapa pengguna jasa lainnya.

Kerangka Berpikir



Gambar 2.1 Kerangka Model Konseptual Penelitian

Sumber : Data diolah peneliti, 2024.

Keterangan :

- : Memiliki pengaruh yang parsial
- : Memiliki pengaruh yang bersama-sama
- X1, X2 : Adanya variabel bebas
- Y : Adanya variabel terikat

Hipotesis

Berdasarkan rumusan masalah, tujuan dari dicapainya penelitian ini, serta tinjauan teori yang telah diuraikan sebelumnya, hipotesis dalam penelitian ini sebagai berikut :

1. H_1 : Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan Pada PT. Untung Bersama Logistic Surabaya.
2. H_2 : Kualitas Produk berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan Pada PT. Untung Bersama Logistic Surabaya.
3. H_3 : Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk berpengaruh signifikan secara simultan terhadap Kepuasan Pelanggan Pada PT. Untung Bersama Logistic Surabaya.

III. METODE PENELITIAN

Jenis penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif. Populasi pada penelitian ini adalah seluruh pelanggan dengan berdasarkan kriteria jenis kelamin, usia, dan lamanya berlangganan di PT. Untung Bersama Logistic yang berjumlah 34 pelanggan. Dalam penelitian ini, jumlah sampel yang akan diambil adalah 34 responden. Pengambilan sampel ini dilakukan menggunakan metode Teknik sampel jenuh, yang berarti semua elemen terlibat. Pengolahan data dilakukan menggunakan program SPSS dengan metode analisis regresi linear berganda.

Pengujian statistic pada penelitian ini dilakukan dengan beberapa uji antara lain: a. Uji Validitas b. Uji Reliabilitas c. Uji Asumsi Klasik (Uji Linearitas, Uji Normalitas, Uji Multikolonieritas, Uji Heterokedastisitas) d. Uji t (Parsial) e. Uji f (Uji Simultan) f. Uji Koefisien Determinasi r.

Definisi Operasional

1. Kualitas Pelayanan (X1). Dengan indikator sebagai berikut :
 - a. Bukti langsung
 - b. Keandalan
 - c. Daya tanggap
 - d. Jaminan
 - e. Empati
2. Kualitas Produk (X2). Dengan indikator sebagai berikut :
 - a. Kinerja
 - b. Daya tahan

- c. Fitur
 - d. Reliabilitas
 - e. Estetika
 - f. Kesan kualitas
3. Kepuasan Pelanggan (Y). Dengan indicator sebagai berikut :
- a. Pengalaman
 - b. Harga
 - c. Pelayanan
 - d. Kualitas

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Validitas

Tabel 4.4 Distribusi Frekuensi Responden Variabel Kualitas Pelayanan

No.	Pertanyaan	Jawaban					Mean
		STS	TS	KS	S	SS	
X1.1	PT. Untung Bersama Logistick Surabaya memberikan bukti langsung kemudahan pada kendala yang terjadi saat terlaksananya kegiatan ekspor	0 0%	0 0%	0 0%	17 50%	17 50 %	4.50
X1.2	PT. Untung Bersama Logistick Surabaya selalu memberikan prioritas fasilitas sarana pada pelanggan	1 3%	0 0%	0 0%	16 47%	17 50 %	4.41
X1.3	PT. Untung Bersama Logistick Surabaya dapat diandalkan memberikan pelayanan yang berkualitas dan ketepatan waktu dalam setiap kegiatan ekspor	0 0%	1 3%	1 3%	13 38%	19 56 %	4.71
X1.4	PT. Untung Bersama Logistick Surabaya mampu merekomendasikan dan ketepatan informasi atas rencananya kegiatan ekspor	0 0%	0 0%	2 6%	16 47%	16 47 %	4.41
X1.5	PT. Untung Bersama Logistick Surabaya mampu menanggapi serta menjalankan kebutuhan yang diinginkan pengguna jasa dengan sigap dan cepat	0 0%	0 0%	0 0%	19 56%	15 44 %	4.44
X1.6	PT. Untung Bersama Logistick Surabaya dapat menerima saran dan memperbaikinya kembali dengan sigap dan tepat	0 0%	0 0%	3 9%	15 44%	16 47 %	4.38
X1.7	Didukung dengan tenaga para pegawai yang handal sehingga dapat menimbulkan kepercayaan	0 0%	0 0%	6 18%	15 44%	13 38 %	4.21

No.	Pertanyaan	Jawaban					Mean
		STS	TS	KS	S	SS	
	pelanggan untuk bisa berlangganan jasa di PT. Untung Bersama Logistick Surabaya						
X1.8	PT. Untung Bersama Logistick Surabaya mampu memberikan rasa aman dan memberikan jaminan jasa kepada pengguna jasa	0 0%	0 0%	4 12%	14 41%	16 47%	4.35
X1.9	PT. Untung Bersama Logistick Surabaya memperhatikan pelanggan melalui layanan kritik dan saran untuk memahami kebutuhan pelanggan	1 3%	0 0%	4 12%	11 32%	18 53%	4.32
X1.10	PT. Untung Bersama Logistick Surabaya dapat beroperasi lebih dari 8 jam sehari sehingga pelanggan dapat terlayani dengan baik	0 0%	1 3%	1 3%	17 50%	15 44%	4.35
TOTAL MEAN							4.41

Sumber : Hasil pengolahan data menggunakan SPSS 22.0, 24

Tabel 4.5 Distribusi Frekuensi Responden Variabel Kualitas Produk

No.	Pertanyaan	Jawaban					Mean
		STS	TS	KS	S	SS	
X2.1	Produk yang ditawarkan PT. Untung Bersama Logistick Surabaya berkualitas baik dan sesuai dengan keinginan pelanggan	0 0%	0 0%	5 15%	17 50%	12 35%	4.21
X2.2	Produk yang ditawarkan PT. Untung Bersama Logistick Surabaya dapat memenuhi kebutuhan pelanggan	0 0%	1 3%	2 6%	17 50%	14 41%	4.29
X2.3	Produk yang ditawarkan PT. Untung Bersama Logistick Surabaya memiliki kualitas ketahanan produk yang lama	1 3%	0 0%	6 18%	12 35%	15 44%	4.18
X2.4	Daya tahan kemasan yang diterapkan PT. Untung Bersama Logistick mampu melindungi produk agar tetap aman	0 0%	0 0%	1 3%	19 56%	14 42%	4.38
X2.5	PT. Untung Bersama Logistick Surabaya memiliki fitur atau fungsi	0 0%	0 0%	4 12%	15 44%	15 44%	4.32

No.	Pertanyaan	Jawaban					Mean
		STS	TS	KS	S	SS	
	pada setiap produk yang ditawarkan						
X2.6	Ketersediannya fitur yang mudah untuk digunakan untuk mengetahui produk-produk yang tersedia	0 0%	0 0%	4 12%	15 44%	15 44%	4.32
X2.7	Produk yang didistribusikan PT. Untung Bersama Logistick Surabaya mampu memberikan kepuasan dalam jangka waktu panjang	0 0%	0 0%	4 12%	17 50%	13 38%	4.26
X2.8	Produk yang didistribusikan PT. Untung Bersama Logistick Surabaya memberikan kualitas yang terbaik agar dapat berfungsi dalam jangka waktu Panjang	0 0%	0 0%	4 12%	20 59%	10 29%	4.18
X2.9	Produk yang didistribusikan PT. Untung Bersama Logistick Surabaya mampu memberikan kualitas estetika pada produk berupa kemasan yang sesuai dengan ketentuan perdagangan ekspor	0 0%	0 0%	5 14%	15 44%	14 41%	4.26
X2.10	Bentuk produk yang ditawarkan PT. Untung Bersama Logistick Surabaya sesuai dengan kriteria pelanggan	0 0%	0 0%	0 0%	15 44%	19 56%	4.56
X2.11	Saya merasa produk yang ditawarkan PT. Untung Bersama Logistick Surabaya memberikan reputasi yang baik dan diterima oleh pelanggan	0 0%	0 0%	2 6%	17 50%	15 44%	4.38
TOTAL MEAN							4,30

Sumber : Hasil pengolahan data menggunakan SPSS 22.0, 24

Tabel 4.6 Distribusi Frekuensi Responden Variabel Kepuasan Pelanggan

No.	Pertanyaan	Jawaban					Mean
		STS	TS	KS	S	SS	
Y1.1	Saya merasa produk yang ditawarkan PT. Untung Bersama Logistick Surabaya memberikan kualitas dan kekonsistenan dalam meberikan produk yang terbaik	0 0%	0 0%	3 9%	14 41%	17 50%	4.41
Y1.2	Saya merasa puas dengan pengalaman pelayanan yang diberikan pada PT. Untung Bersama Logistick Surabaya	0 0%	0 0%	1 3%	20 59%	13 38%	4.35
Y1.3	Saya merasa selalu diprioritaskan oleh pelayanan pada pegawai PT. Untung Bersama Logistick Surabaya	0 0%	0 0%	2 6%	18 53%	14 41%	4.35
Y1.4	Saya merasa puas dengan harga yang ditawarkan pada PT. Untung Bersama Logistick Surabaya memiliki harga yang relatif rendah dari perusahaan freight forwarding lainnya	0 0%	0 0%	4 12%	10 29%	20 59%	4.47
Y1.5	Saya merasa puas karena mendapatkan nilai harga yang baik dengan kualitas pelayanan dan kualitas produk yang diberikan PT. Untung Bersama Logistick Surabaya	1 3%	0 0%	2 6%	16 47%	15 44%	4.29
Y1.6	PT. Untung Bersama Logistick Surabaya sudah mempunyai pengalaman dalam memenuhi kebutuhan pelanggan	1 3%	0 0%	2 6%	16 47%	15 44%	4.32
Y1.7	Saya merasa puas dengan pelayanan PT. Untung Bersama Logistick Surabaya dalam menangani keluhan dan masalah yang dialami pengguna jasa	0 0%	1 3%	5 15%	11 32%	17 50%	4.29
Y1.8	Saya merasa puas dengan terpenuhinya pelayanan sarana dan prasarana yang diberikan PT. Untung Bersama Logistick Surabaya	0 0%	0 0%	0 0%	13 38%	21 62%	4.62
Y1.9	Saya merasa puas dengan Kualitas pelayan atau produk pada PT. Untung Bersama Logistick Surabaya dapat memenuhi kebutuhan pelanggan	0 0%	0 0%	0 0%	18 53%	16 47%	4.47

No.	Pertanyaan	Jawaban					Mean
		STS	TS	KS	S	SS	
	TOTAL MEAN						4,40

Sumber : Hasil pengolahan data menggunakan SPSS 22.0, 24

Sesuai pengujian pada tabel yang sudah tertera menunjukkan bahwa hasil pengujian menunjukkan validitas dari semua indikator variable bebas maupun variable terikat. Dengan nilai r_{hitung} dari semua indikator yang melebihi r_{tabel} maka sesuai pada ketentuan yang ditetapkan bahwa seluruh item pernyataan dari variable bebas maupun terikat semua valid dan dapat digunakan dalam penelitian.

Uji Realibilitas

Uji realibilitas adalah proses yang dilakukan untuk mengevaluasi serta mengukur konsistensi dari pernyataan kuesioner yang merupakan indikator setiap variabel. Dikatakan reliabel apabila suatu pernyataan nilai Cronbach's Alpha $> 0,60$ sebaliknya jika suatu pernyataan nilainya $< 0,60$ maka dianggap tidak reliabel. Berikut merupakan tabel hasil uji realibilitas.

Tabel 4.8 Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Kriteria	Kesimpulan
Kualitas Pelayanan (X1)	0,730	0,60	Reliabel
Kualitas Produk (X2)	0,727	0,60	Reliabel
Kepuasan Pelanggan (Y)	0,734	0,60	Reliabel

Sumber : Hasil pengolahan data menggunakan SPSS 22.0, 2024

Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas

Uji normalitas adalah sebuah uji dimana peneliti akan melakukan pengujuran terhadap hasil perhitungan pada sebuah indikator. Hal ini dilakukan untuk melihat apakah hasil perhitungan indikator yang sedang diuji dapat berdistribusi secara normal atau tidak.

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		35
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	0E-7
	Std. Deviation	2.30495818
Most Extreme Differences	Absolute	.102
	Positive	.077
	Negative	-.102
Kolmogorov-Smirnov Z		.605
Asymp. Sig. (2-tailed)		.857

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Sumber : Hasil pengolahan data menggunakan SPSS 22.0, 2024

Dilihat dari gambar 4.2 dapat diketahui bahwa pada uji normalitas didapatkan nilai signifikan sebesar $0,000 > 0,857$, maka dapat disimpulkan bahwa pada penelitian ini memiliki data yang berdistribusi dengan normal.

2. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah suatu model regresi terdapat korelasi antar variabel bebas (Independen). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi gejala multikolinearitas. Pengujian multikolinearitas dilihat dari besaran VIF (Variance Inflation Factor) dan Tolerance.

Model	Coefficients ^a						
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	1.094	3.102	.353	.727		
	Kualitas Pelayanan (X1)	.792	.084	.862	9.486	.000	.744
	Kualitas Produk (X2)	.079	.079	.091	3.998	.002	.574
							1.741

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan (Y)

Sumber : Hasil pengolahan data menggunakan SPSS 22.0, 2024

Berdasarkan tabel 4.9 hasil uji multikolinearitas nilai VIF pada variabel Kepuasan Pelayanan (X1) $1,855 < 10$ dan nilai tolerance $0,744 > 0,10$, maka data pada variabel tersebut dinyatakan tidak terjadi multikolinearitas, untuk variabel Kualitas Produk (X2) $1,741 < 10$ dan nilai tolerance $0,574 > 0,10$ maka data pada variabel tersebut dinyatakan tidak terjadi multikolinearitas.

3. Uji Heterokedastisitas

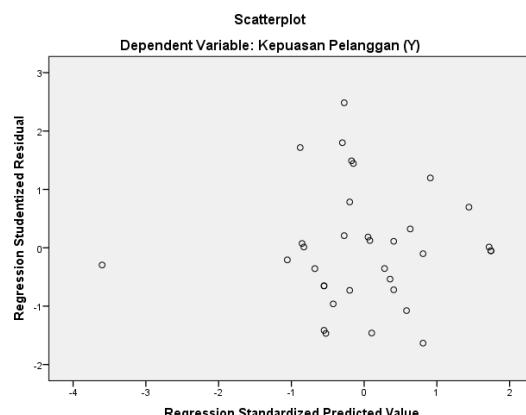
Uji heteroskedastisitas dalam penelitian ini dilakukan untuk melihat kedua model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari nilai residual. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi gejala heteroskedastisitas, digunakan metode visual dengan cara mengamati pola pada grafik. Jika pada gambar didapat bentuk berpola seperti gelombang maka dapat dipastikan terjadi heteroskedastisitas.

Model	Coefficients ^a				
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2.501	2.015		.224
	Kualitas Pelayanan (X1)	.001	.054	.005	.982
	Kualitas Produk (X2)	-.034	.052	-.152	.520

a. Dependent Variable: Abs_RES

Gambar : 4.6 Hasil Uji Heteroskedastisitas

Sumber : Hasil pengolahan data menggunakan SPSS 22.0, 2024



Gambar 4.7 Scatterplot Heteroskedastisitas

Sumber : Hasil pengolahan data menggunakan spss 22.0, 2024

Berdasarkan hasil uji heteroskedastisitas yang telah terlampir, dapat disimpulkan bahwa hasil dari uji tidak terjadi heteroskedastisitas, karenakan nilai dari Sig dalam uji tersebut diatas atau lebih dari $>0,05$.

4. Uji Linearitas

Uji linearitas ini memiliki tujuan untuk dapat mengetahui antara dua variabel yang dianalisis menunjukkan hubungan yang linear atau tidak. Pada uji ini akan digunakan pengujian dengan SPSS. Adapun dasar pengambilan keputusan dalam uji ini adalah jika nilai probabilitas $> 0,05$ maka pada hubungan antar variabel (X) dan (Y) dapat dinyatakan linear atau berhubungan,

sedangkan jika nilai probabilitas <0,05 maka hubungan antar variabel (X) dan (Y) tidak linear atau tidak ada hubungan.

ANOVA Table						
		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Kepuasan Pelanggan (Y)	Between Groups	353.190	10	35.319	27.968	.000
* Kualitas Pelayanan (X1)	(Combined)	324.244	1	324.244	256.758	.000
	Linearity	28.946	9	3.216	2.547	.034
	Deviation from Linearity					
	Within Groups	29.045	23	1.263		
	Total	382.235	33			

Gambar 4.8 Hasil Uji Linearitas Variabel Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan

Sumber : Hasil pengolahan data menggunakan SPSS 22.0, 2024

Dilihat dari gambar 4.8 dapat diketahui bahwa pada uji linearitas didapatkan nilai signifikan pada kolom Deviation from Linearity sebesar $0,034 > 0,05$, maka dapat disimpulkan bahwa antar variabel Kualitas Pelayanan (X1) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) bersifat linear.

5. Uji Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda digunakan untuk mengukur atau memproyeksikan sejauhmana dua variabel independent berpengaruh terhadao variabel dependen. Berdasarkan pengujian yang telah dilakukan menggunakan perangkat lunak SPSS versi 22, uji tersebut memberikan hasil yang digunakan untuk penilaian dan interpretasi. Maka diperoleh hasil regresi linear pada gambar 4.9 Sebagai berikut :

Model	Coefficients ^a						
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	1.094	3.102	.353	.727		
	Kualitas Pelayanan (X1)	.792	.084	.862	.000	.744	1.855
	Kualitas Produk (X2)	.079	.079	.091	3.998	.002	.574
							1.741

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan (Y)

Gambar 4.9 Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Sumber : Hasil pengolahan data menggunakan SPSS 22.0, 2024

Pada kolom B di tabel coefficient dapat diketahui formula pada penelitian ini yakni:

$$Y = a + X_1 + X_2 + e$$

$$Y = 1,094 + 0,792X_1 + 0,079X_2 + e$$

Keterangan :

Y = Kepuasan Pelanggan (Variabel Dependen)

a = Nilai Konstanta

$b_1 X_1$ = Koefisien Regresi

X_1 = variabel kualitas pelayanan

X_2 = variabel kualitas produk

e = menyatakan faktor kesalahan

Dari hasil pengujian di atas,maka dapat disimpulkan beberapa hal sebagai berikut :

- Nilai konstanta (a) sebesar 1,094 artinya jika variabel kepuasan pelayanan (X1), kualitas produk(X2) dalam keadaan tetap atau tidak mengalami perubahan maka kepuasan pelangan (Y) sebesar 1,094.
- Nilai koefisian regresi Kualitas pelayanan (X1) sebesar 0,792, yang artinya apabila variabel kualitas produk mengalami peningkatan satu satuan, maka akan mengalami peningkatan kepuasan pelanggan (Y) sebesar 0,792.
- Nilai koefisien regresi Kualitas Produk (X2) sebesar 0,079, yang artinya apabila variabel Kualitas Produk naik secara satu satuan, maka akan mengalami peningkatan kepuasan pelanggan (Y) sebesar 0,079.

UJI HIPOTESIS

1. Uji t (Parsial)

Uji yang dilakukan dalam penelitian ini untuk mengetahui adanya pengaruh dengan masing-masing variable bebas secara individual terhadap variable terikat.

Tabel 4.11 Hasil Uji t

Variabel	t_{hitung}	t_{tabel}	Sig	Konfirmasi Hipotesis
Kualitas Pelayanan (X1)	9,486	2,039	0,000	Diterima
Kualitas Produk (X2)	3,998	2,039	0,002	Diterima

Sumber : Hasil pengolahan data menggunakan SPSS 22.0, 2024

Sampel dari penelitian ini adalah 34 responden, sehingga tabel t_{tabel} untuk survei ini adalah :

$$t_{tabel} = (\alpha / 2 : n - k - 1)$$

Keterangan :

a = Niali signifikan (0,05)n =

Jumlah sampel

k = Jumlah variable independent yang diteliti

$$\begin{aligned} t_{tabel}^2 &= (a / 2 : n - k - 1) \\ &= t(0,05/2 : 34-2-1) = 0,025 : 31 \\ &= 2,039 \end{aligned}$$

Penjelasan :

H_1 : Diketahui nilai Sig. untuk pengaruh X1 terhadap Y adalah sebesar $0,000 < 0,05$ dan nilai t_{hitung} $9,486 > 0,000$. Maka dapat disimpulkan bahwa H_1 diterima yang berarti terdapat berpengaruh kualitas pelayanan (X1) terhadap kepuasan pelanggan jasa (Y).

H_2 : Diketahui nilai Sig. untuk pengaruh X2 terhadap Y adalah sebesar $0,000 < 0,05$ dan nilai t_{hitung} $3,998 > 0,002$. Maka dapat disimpulkan bahwa H_2 diterima yang berarti terdapat pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan jasa (Y).

2. Uji f (Simultan)

Uji f bertujuan untuk mengetahui adanya pengaruh dari dua variable bebas yaitu kualitas pelayanan (X1) dan kualitas produk (X2) secara simultan (Bersama-sama) terhadap variable terikat kepuasan pelanggan (Y).

ANOVA ^a					
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F
1	Regression	326.049	2	163.024	89.946
	Residual	56.186	31	1.812	
	Total	382.235	33		

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan (Y)

b. Predictors: (Constant), Kualitas Produk (X2), Kualitas Pelayanan (X1)

Gambar 4.10 Hasil Uji F

Sumber : Hasil pengolahan data menggunakan SPSS 22.0, 24

Berdasarkan gambar 4.10 hasil Uji F (Simultan) dapat dijelaskan sesuai dengan dasar kepuasan untuk menentukan F tabel sebagai berikut :

$$F_{tabel} = \frac{k}{n - k}$$

Keterangan :

k = Jumlah variabel independenn =

Jumlah responden

$$F_{tabel} = k : (n-k) = 34 - 2 = 32 (3,29)$$

Berdasarkan output yang tertera di atas diketahui nilai signifikansi dari pengaruh X1 dan X2 secara simultan terhadap Y adalah sebesar $0,000 < 0,05$ dan nilai $F_{hitung} 89,946 > 3,29$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa H_3 diterima yang berarti terdapat pengaruh X1 dan X2 secara simultan terhadap Y.

3. Uji Koefisien Determinasi

Uji Koefisien Determinasi (R^2) bertujuan untuk menunjukkan seberapa besar variabel Independen (X) memberikan kontribusi terhadap variabel dependen (Y).

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.924 ^a	.853	.844	1.346

- a. Predictors: (Constant), Kualitas Produk (X2), Kualitas Pelayanan (X1)
- b. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan (Y)

Gambar 4.11 Hasil Uji Koefisien Determinasi

Sumber : Hasil pengolahan data menggunakan SPSS 22.0, 24

Berdasarkan gambar yang tertera dapat diketahui nilai r square sebesar 0,853 atau sebesar 85,3%. Hal ini berarti kontribusi variabel Kualitas Pelayanan (X1) dan Kualitas Produk (X2) terhadap Kepuasan Pelanggan PT. Untung Bersama Logistik Surabaya sebesar 85,3%. Selain itu untuk sisanya ($100\% - 85,3\% = 14,7\%$) maka terdapat variabel lain yang berkontribusi yang tidak diteliti oleh penelitian dikarenakan variabel yang diteliti hanya berkontribusi sebesar 85,3% dan sisanya dipengaruhi oleh variabel lain diluar penelitian.

4.1 Pembahasan

1. Hubungan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis menggunakan uji parsial (uji t) diperoleh hasil untuk pengaruh XI terhadap Y adalah Sig sebesar $0,000 < 0,05$ dan diketahui bahwa nilai $t_{hitung} 9,486 > t_{tabel} 2,039$ maka dapat dinyatakan hipotesis pertama diterima. Berdasarkan pada hasil uji maka hipotesis pertama yang berbunyi “Terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Untung Bersama Logistik Surabaya”. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Diapinsa Gema Zakaria dalam Herlambang, A. S. & Komara, E. (2021) yang menyatakan bahwa kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pengguna jasa transportasi taksi bluebird di Surabaya. Dengan adanya kualitas pelayanan yang baik di dalam suatu perusahaan, akan menciptakan kepuasan bagi para pelanggannya. Dengan demikian berarti bahwa makin tinggi mutu produk dan makin baik kualitas pelayanan terhadap seorang pelanggan, makin tinggi pula kepuasan pelanggan tersebut. Sebaliknya makin rendah mutu produk dan makin kurang baik kualitas pelayanan terhadap pelanggan tersebut, makin rendah pula kepuasan pelanggan tersebut.

2. Hubungan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis menggunakan uji parsial (uji t) diperoleh hasil untuk pengaruh XI terhadap Y adalah Sig sebesar $0,000 < 0,05$ dan diketahui bahwa nilai $t_{hitung} 3,998 > t_{tabel} 2,039$ maka dapat dinyatakan hipotesis kedua diterima. Berdasarkan pada hasil uji maka hipotesis kedua yang berbunyi “Terdapat pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Untung Bersama Logistik Surabaya”. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Baila Herlambang, A. S. & Komara, E. (2021) yang menyatakan bahwa kualitas produk berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan. Yang memberikan bukti bahwa pengalaman dari pelanggan dalam membeli produk akan menghasilkan penilaian pelanggan terhadap produk tersebut.

3. Hubungan Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan

Berdasarkan output yang tertera uji simutan (uji F) diketahui nilai signifikansi dari pengaruh kualitas pelayanan (X1) dan kualitas produk (X2) secara simultan terhadap kepuasan pengguna jasa (Y) adalah sebesar hasil perhitungan diketahui nilai $f_{hitung} = 89,946 > f_{tabel} = 3,29$ dan nilai Sig. $0,00 < 0,05$. Maka hipotesis ketiga diterima. Berdasarkan pada hasil uji maka hipotesis pertama yang berbunyi “Terdapat pengaruh kualitas pelayanan dan kualitas produk secara simultan terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Untung Bersama Logistic Surabaya”. Maka dapat dinyatakan bahwa Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk berpengaruh signifikan secara simultan terhadap Kepuasan Pelanggan di PT. Untung Bersama Logistic Surabaya.

PENUTUP

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan dengan judul “Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Jasa Freight Forwarding Di PT. Untung Bersama Logistic Surabaya”, maka peneliti memberikan kesimpulan sebagai berikut :

1. Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan secara parsial terhadap Kepuasan Pelanggan PT. Untung Bersama Logistic Surabaya. Hasil uji t menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Dengan nilai $t_{hitung} = 9,486 > t_{tabel} = 2,039$ dengan nilai signifikasinya kurang dari 0,05. Sehingga pada hipotesis pertama yaitu diduga kualitas pelayanan berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Untung Bersama Logistic Surabaya dapat diterima. Yang artinya apabila kualitas pelayanan diterapkan dengan baik kepada pelanggan maka akan meningkatnya booking party secara berkala.
2. Kualitas produk berpengaruh signifikan secara parsial terhadap Kepuasan Pelanggan PT. Untung Bersama Logistic Surabaya. Hasil uji t menunjukkan bahwa variabel kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Dengan nilai $t_{hitung} = 3,998 > t_{tabel} = 2,039$ dengan nilai signifikasinya kurang dari 0,05. Sehingga pada hipotesis kedua yaitu diduga kualitas produk berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Untung Bersama Logistic Surabaya dapat diterima. Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk berpengaruh signifikan secara simultan terhadap Kepuasan Pelanggan PT. Untung Bersama Logistic Surabaya.
3. Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk berpengaruh signifikan secara simultan terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Untung Bersama Logistic Surabaya. Hasil uji f menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan dan kualitas produk secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Dengan hasil $89,946$ Sig lebih besar dari $f_{tabel} = 3,29$ dengan nilai nilai signifikasi $0,000 < 0,05$. Sehingga pada hipotesis ketiga yang menyebutkan bahwa diduga kualitas pelayanan dan kualitas produk berpengaruh secara signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan pada PT. Untung Bersama Logistic Surabaya. Yang artinya apabila kualitas produk dan kualitas pelanggan dijalankan secara Bersama-sama dan diterapkan dengan baik serta sesuai dengan standar operasi Perusahaan maka akan meningkatkan kepuasan pelanggan.

Saran

Berdasarkan pada hasil penelitian secara keseluruhan dan Kesimpulan yang diperoleh, maka terdapat beberapa saran. Adapun saran disebutkan sebagai berikut:

1. Bagi Perusahaan PT. Untung Bersama Logistic Surabaya:
 - a. Kualitas pelayanan merupakan variabel yang paling dominan untuk meningkatkan kepuasan pelanggan, maka dari itu perusahaan PT. Untung Bersama Logistic Surabaya agar bisa selalu memperhatikan dengan serius kualitas pelayanan dengan meningkatkan segala aspek yang bisa menunjang kualitas pelayanan bagi pelanggan.
 - b. Disarankan bagi perusahaan PT. Untung Bersama Logistic Surabaya memiliki nilai harga yang setara dengan pesaing perusahaan freight forwarding, namun tetap memberikan kualitas pelayanan dan kualitas produk yang dapat dipercaya kualitasnya pada pelanggan.
2. Bagi Peneliti Selanjutnya :

Setelah adanya penelitian ini yang membahas mengetahui variabel kualitas pelayanan, kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Untung Bersama Logistic Surabaya maka

diharapkan bagi peneliti selanjutnya dapat memperluas objek penelitian serta pada penelitian selanjutnya dapat menambahkan variabel lainnya, salah satunya yaitu variabel moderating dengan indikator berupa karakteristik pelanggan dan karakteristik jasa yang dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan sehingga analisisnya lebih akurat.

DAFTAR PUSTAKA

- Dwi Cahya Lestari, Sri Andayani, U. C. N. (20 C.E.). Analisis Komparatif Tingkat Kualitas Layanan dan Kepercayaan Konsumen terhadap Kepuasan Konsumen Studi Kasus Jasa Pengiriman Barang di J&T Express dan JNE di Surabaya. Dinamika Administrasi Bisnis.
- Herlambang, A. S., & Komara, E. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Dan Kualitas Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi kasus pada Starbucks Coffee Reserve Plaza Senayan). *Jurnal Ekonomi, Manajemen Dan Perbankan (Journal of Economics, Management and Banking)*, 7(2), 56. <https://doi.org/10.35384/jemp.v7i2.255>
- Hidayat, W., & Sulistyani, L. (2022). Effek Kualitas Produk, KualitasPelayanan Terhadap Kepercayaan Dan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variable Intervening Pada Perusahaan Jasa Konstruksi CV Muna Sariy Jaya. Excellent. <https://doi.org/10.36587/exc.v9i1.1233>
- Hygia Altonie, Lelo Sintani, Uda, T., Yunikewaty, Y., Christa, U. R., & Pambelum, Y. J. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kompetensi Pegawai Terhadap Kepuasan Pengguna Jasa Pada Dinas Pemberdayaan Masyarakat dan Desa Kabupaten Katingan. *Journal Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial*, 14(2), 340–362. <https://doi.org/10.37304/jpis.v14i2.7777>
- Kumrotin, E. L., & Susanti, A. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Cafe Ko.We.Cok Di Solo. *J-MIND (Jurnal Manajemen Indonesia)*, 6(1), 1. <https://doi.org/10.29103/j-mind.v6i1.4870>
- Okte Asmira, D., Hanna Ester Kalangi, M., & Dan Manajemen Kepelabuhan Barunawati Surabaya Jl Perak Barat, S. (2022). Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pengguna jasa freight forwarding pt. Bangun cipta bersama surabaya. 1–17.
- Prananda, Y., Lucitasari, D. R., & Abdul Khannan, M. S. (2019). Penerapan Metode Service Quality (Servqual) Untuk Peningkatan Kualitas Pelayanan Pelanggan. *Opsi*, 12(1), 1. <https://doi.org/10.31315/opsi.v12i1.2827>
- Saidani, B., & Arifin, S. (2012). Pengaruh kualitas produk dan kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen dan minat beli pada ranch market. *Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia*, 3(1), 1–22.
- Sugiarsih Duki Saputri, R. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Grab Semarang. *CoverAge: Journal of Strategic Communication*, 10(1), 46–53. <https://doi.org/10.35814/coverage.v10i1.1232>
- Tjiptono, F., Chandra, G., & Adriana, D. (2012). Pemasaran Strategik. Pemasaran Strategik, January 2013.
- HERLAMBANG, Alfian Sulistyo; KOMARA, Edi. Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Dan Kualitas Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi kasus pada Starbucks Coffee Reserve Plaza Senayan). *Jurnal Ekonomi, Manajemen Dan Perbankan (Journal of Economics, Management and Banking)*, 2021, 7.2: 56-64.
- Okta Asmira, Dewi. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pengguna Jasa Freight Forwarding PT. Bangun Cipta Bersama. Diss. STIA Manajemen dan Kepelabuhan Barunawati Surabaya, 2022.
- Kumrotin, E. L., & Susanti, A. (2021). Pengaruh kualitas produk, harga, dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada cafe ko. we. cok di solo. *J-MIND (Jurnal Manajemen Indonesia)*, 6(1), 1-13
- Hidayat, W., & Sulistyani, L. (2022). Effek Kualitas Produk, KualitasPelayanan Terhadap Kepercayaan Dan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variable Intervening Pada Perusahaan Jasa Konstruksi CV Muna Sariy Jaya. Excellent, 9(1), 7-18.
- Siswadi, Fery, Muhamar Hari, and Hannan Sufrin. "Pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan." *Jurnal Pustakawan Indonesia* 18.1 (2019): 42-53.
- Nurlinda, EKA Bertuah, R Setiyati. (2018). ekonomi & Bisnis, 2014 Consumer Preferences Model In Offline And Online Shopping Behaviour On Retail Business. International Conference On Governance And Accountability (ICGA), 16.

Setiawan, A., Qomariah, N., & Hermawan, H. (2019). Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen. *Jurnal Sains Manajemen dan Bisnis Indonesia*, 9(2), 114-126.

Ladhari, R., Souiden, N., & Choi, K. (2020). Culture change and marketing strategy: Implementing a strategic framework for the culture change process. *Journal of Service Research*, 23(2), 145-158.