

Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Melalui Kepuasan Pelanggan di Pizza Hut Merr Surabaya

Rizka Novianty Haninda ⁽¹⁾

Fakultas Ekonomi; Universitas Yos Soedarso; rizkanoviantyhaninda@gmail.com

Eko Winarni ⁽²⁾

Fakultas Ekonomi; Universitas Yos Soedarso; winlp3i.sda@gmail.com

Jamianto ⁽³⁾

Fakultas Ekonomi; Universitas Yos Soedarso; jamianto.unyos@gmail.com

ABSTRACT

The growing number of restaurants has resulted in intense competition to attract restaurants. Pizza Hut MERR Surabaya is one of the big restaurants in Surabaya. It is located on The Road Dr. Ir. H. Soekarno Kel. Kedung Baruk Kec. Rungkut Surabaya. Pizza Hut MERR Surabaya has many visitors in addition to having a large building area, this restaurant also has complete facilities. Pizza Hut MERR Surabaya is surrounded by other magnificent buildings such as fast food restaurants, star hotels, companies, large malls, apartments and elite housing. The location affects consumers who come to Pizza Hut MERR Surabaya. Consumers are dominated by the upper middle class with a sufficient economy. This study aims to analyze the effect of quality of service positively on customer loyalty at Pizza Hut MERR Surabaya; to positively analyze the effect of quality of service on customer satisfaction at Pizza Hut MERR Surabaya; to positively analyze the effect of satisfaction on customer loyalty at Pizza Hut MERR Surabaya; and to analyze the effect of quality of service positively on loyalty through customer satisfaction at Pizza Hut MERR Surabaya.

The type of research used in this research uses quantitative methods and Path Analysis Techniques. The sample population is 105 customers at Pizza Hut MERR Surabaya. The analytical technique used in this research is Path Analysis.

The results of the analysis can be concluded that the quality of service positively affects customer loyalty at Pizza Hut MERR Surabaya; The quality of service positively affects customer satisfaction at Pizza Hut MERR Surabaya; Satisfaction positively affects customer loyalty at Pizza Hut MERR Surabaya; and Quality of service positively affects loyalty through customer satisfaction at Pizza Hut MERR Surabaya but customer satisfaction is not an intervening variable.

Keywords: *Service Quality; Customer Satisfaction; Customer Loyalty.*

ABSTRAK

Peningkatan jumlah restoran yang terus bertambah mengakibatkan persaingan yang ketat untuk menarik pelanggan. Pizza Hut MERR Surabaya merupakan salah satu restoran besar di Surabaya. Letaknya di jalan Dr. Ir. H. Soekarno Kel. Kedung Baruk Kec. Rungkut Surabaya. Pizza Hut MERR Surabaya memiliki banyak pengunjung selain karena memiliki luas bangunan yang besar, restoran ini juga memiliki fasilitas yang lengkap. Lokasi Pizza Hut MERR Surabaya dikelilingi oleh bangunan megah yang lain seperti restoran cepat saji, hotel berbintang, perusahaan-perusahaan, Mall besar, apartemen serta perumahan-perumahan elite. Lokasi tersebut mempengaruhi konsumen yang datang di Pizza Hut MERR Surabaya. Para konsumen didominasi oleh kelas menengah ke atas dengan ekonomi yang berkecukupan. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas layanan secara positif terhadap loyalitas pelanggan di Pizza Hut MERR Surabaya; menganalisis pengaruh kualitas layanan

secara positif terhadap kepuasan pelanggan di Pizza Hut MERR Surabaya; untuk menganalisis pengaruh kepuasan pelanggan secara positif terhadap loyalitas pelanggan di Pizza Hut MERR Surabaya; serta untuk Menganalisis pengaruh kualitas layanan secara positif terhadap loyalitas melalui kepuasan pelanggan di Pizza Hut MERR Surabaya. Jenis penelitian yang digunakan pada penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dan Teknik Analisis Jalur (*Path Analysis*). Populasi sampel adalah 105 pelanggan di Pizza Hut MERR Surabaya. Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah Analisis Jalur.

Hasil analisis dapat diambil kesimpulan bahwa Kualitas layanan berpengaruh secara positif terhadap loyalitas pelanggan di Pizza Hut MERR Surabaya; Kualitas layanan berpengaruh secara positif terhadap kepuasan pelanggan di Pizza Hut MERR Surabaya; Kepuasan berpengaruh secara positif terhadap loyalitas pelanggan di Pizza Hut MERR Surabaya; dan Kualitas layanan berpengaruh secara positif terhadap loyalitas melalui kepuasan pelanggan di Pizza Hut MERR Surabaya namun kepuasan pelanggan bukan merupakan *variable intervening*.

Kata Kunci : Kualitas Layanan; Kepuasan Pelanggan; Loyalitas Pelanggan.

PENDAHULUAN Latar Belakang

Pemasaran memiliki kegiatan melayani atau pelayanan disamping kegiatan promosi yang selalu dilakukan. Adapun menurut Moenir (2015:16-17), menjelaskan bahwa “pelayanan merupakan suatu proses pemenuhan kebutuhan melalui aktifitas orang lain yang langsung. Kualitas pelayanan merupakan penentu suatu perusahaan dapat mempertahankan dan meningkatkan usaha bisnisnya atau bahkan dapat menjadi ancaman bagi perusahaan tersebut. Kualitas pelayanan memiliki beberapa dimensi yang terdiri dari : *tangibles* (bukti fisik), *reliability* (kehandalan), *responsiveness* (ketanggapan), *assurance* (jaminan) dan *empathy* (empati). Pelayanan dilakukan dengan tujuan untuk memuaskan konsumen.

Pelayanan diterapkan oleh semua perusahaan besar maupun kecil terutama tempat-tempat dapat dinikmati masyarakat atau publik. Tempat-tempat umum tersebut misalnya, rumah sakit, stasiun, Mall, tempat rekreasi, perhotelan, restoran, dll. Pelayanan adalah faktor penting dalam pemasaran barang dan jasa, maka setiap perusahaan akan berlomba untuk memberikan pelayanan yang terbaik untuk memuaskan konsumennya. Menurut Tjiptono dan Chandra (2017:182) kualitas layanan merupakan tingkat keunggulan (*excellence*) yang diharapkan dan pengendalian atas keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan konsumen. Persaingan dalam pelayanan perusahaan akan terlihat sangat ketat apabila perusahaan satu dengan yang lain

Peningkatan jumlah restoran yang terus bertambah mengakibatkan persaingan yang ketat untuk menarik pelanggan. Persaingan yang semakin kompetitif tersebut memberikan beberapa alternatif pilihan bagi pelanggan untuk memilih restoran mana yang ingin dikunjungi. Hal tersebut membuat manajemen restoran saling berlomba untuk meningkatkan kualitas pelayanan pada restoran masing-masing agar dapat menarik minat serta dapat memuaskan pelanggan. Pada bisnis kuliner memiliki kelas sebagai penanda kualitas restoran tersebut. Semakin tinggi kelas pada suatu restoran maka semakin baik pula fasilitas dan pelayanan restoran tersebut namun harga-harga yang di tentukan untuk menikmati fasilitas dan kualitas makanan tersebut juga tinggi. Restoran dengan kelas menengah di kota Surabaya akan berlomba dalam persaingan yang ketat agar dapat tetap eksis dalam dunia bisnis kuliner. Restoran dengan kelas menengah ke-atas juga merasakan persaingan dalam menarik pelanggan. Salah satu restoran dengan kelas menengah ke-atas yaitu Pizza Hut MERR Surabaya.

Pizza Hut MERR Surabaya merupakan salah satu restoran besar di Surabaya. Letaknya di jalan Dr. Ir. H. Soekarno Kel. Kedung Baruk Kec. Rungkut Surabaya. Pizza Hut MERR Surabaya memiliki banyak pengunjung selain karena memiliki luas bangunan yang besar, restoran ini juga

memiliki fasilitas yang lengkap. Lokasi Pizza Hut MERR Surabaya dikelilingi oleh bangunan megah yang lain seperti restoran cepat saji, hotel berbintang, perusahaan-perusahaan, Mall besar, apartemen serta perumahan-perumahan elite. Lokasi tersebut mempengaruhi konsumen yang datang di Pizza Hut MERR Surabaya. Para konsumen di dominasi oleh kelas menengah ke atas dengan ekonomi yang berkecukupan.

Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang dikemukakan diatas, maka yang menjadi rumusan masalah pada penelitian ini adalah :

1. Apakah kualitas layanan berpengaruh secara positif terhadap kepuasan pelanggan di Pizza Hut MERR Surabaya?
2. Apakah kualitas layanan berpengaruh secara positif terhadap loyalitas pelanggan di Pizza Hut MERR Surabaya?
3. Apakah kepuasan berpengaruh secara positif terhadap loyalitas pelanggan di Pizza Hut MERR Surabaya?
4. Apakah kualitas layanan berpengaruh secara positif terhadap loyalitas melalui kepuasan pelanggan di Pizza Hut MERR Surabaya?

Tujuan Penelitian

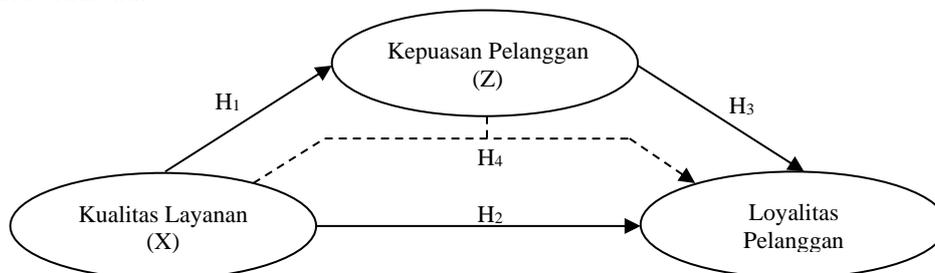
Adapun tujuan dan penelitian ini, yaitu :

1. Menganalisis pengaruh kualitas layanan secara positif terhadap loyalitas pelanggan di Pizza Hut MERR Surabaya.
2. Menganalisis pengaruh kualitas layanan secara positif terhadap kepuasan pelanggan di Pizza Hut MERR Surabaya.
3. Menganalisis pengaruh kepuasan secara positif terhadap loyalitas pelanggan di Pizza Hut MERR Surabaya.
4. Menganalisis pengaruh kualitas layanan secara positif terhadap loyalitas melalui kepuasan pelanggan di Pizza Hut MERR Surabaya

Metode

Jenis penelitian

Jenis penelitian yang digunakan pada penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dan Teknik Analisis Jalur (*Path Analysis*). Model Analisis pada penelitian ini dapat dimodelkan pada persamaan berikut ini:



Gambar 1: Model Analisis

$$\text{Kepuasan Pelanggan (Z)} = \beta_2 \text{ Kualitas Layanan (X)}$$

$$\text{Loyalitas Pelanggan (Y)} = \beta_1 \text{ Kualitas Layanan (X)} + \beta_3 \text{ Kepuasan Pelanggan (Z)}$$

a. Definisi Operasional Variabel

Definisi operasional variabel adalah suatu definisi yang diberikan kepada suatu variabel tertentu karena memiliki arti dan konotasi berbeda dalam kebudayaan yang berbeda (Sekaran, 2006:25). Berikut akan diuraikan definisi operasional masing-masing variabel penelitian sebagai berikut:

1. Kualitas Layanan (X)

Kualitas layanan merupakan tingkat keunggulan (*excellence*) yang diharapkan dan pengendalian atas keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan konsumen. Kualitas layanan dalam penelitian ini diukur melalui beberapa indikator yang mengacu pada Parasuraman dalam Tjiptono (2011) yang terdiri dari:

a. *Tangibles* (Bukti Fisik)

Tersedia fasilitas yang memadai.

Bangunan masing-masing toko terlihat kokoh.

Kondisi gedung Mall bersih

b. *Reliability* (Kehandalan)

Manajemen restoran mampu merealisasikan janji.

Manajemen restoran mampu memberikan solusi terhadap masalah.

Manajemen restoran mampu memenuhi kebutuhan informasi atau permintaan pelanggan.

c. *Responsiveness* (Ketanggapan)

Manajemen restoran terbuka merespon saran dan kritik dari pelanggan.

Manajemen restoran tanggap dalam memenuhi permintaan pelanggan.

Manajemen restoran sangat tanggap menanggapi keluhan pelanggan.

d. *Assurance* (Jaminan)

Sangat percaya penuh atas pelayanan yang diberikan oleh manajemen restoran

Manajemen restoran melayani dengan sangat profesional

Manajemen restoran menjamin keamanan.

e. *Empathy* (Empati)

Manajemen restoran selalu memberikan kesan perhatian yang baik

Manajemen restoran bersikap ramah pada semua pelanggan

Manajemen restoran berusaha memenuhi kebutuhan pelanggan.

2. Loyalitas Pelanggan (Y)

Loyalitas pelanggan merupakan komitmen yang dipegang teguh pelanggan untuk membeli ulang atau berlangganan dengan produk/jasa yang disukai secara konsisten di masa datang, sehingga menimbulkan pembelian produk atau rangkaian produk yang sama secara berulang, meskipun pengaruh situasional dan upaya pemasaran berpotensi untuk menyebabkan perilaku beralih ke kompetitor sejenis. Loyalitas pelanggan dapat diukur melalui indikator-indikator yang mengacu pada Kotler & Keller (2009) sebagai berikut:

a. Repeat Purchase (kesetiaan terhadap pembelian produk)

Tetap membeli makanan di Pizza Hut MERR Surabaya.

b. Retention (Ketahanan terhadap pengaruh yang negatif mengenai perusahaan)

Tidak akan mudah terpengaruh oleh promosi Manajemen restoran lainnya.

c. Referrals (merefereasikan secara total esistensi perusahaan).

Bersedia mereferensikan Pizza Hut MERR Surabaya pada konsumen yang lainnya.

3. Kepuasan Pelanggan (Z)

Kepuasan pelanggan merupakan perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja atau hasil dari sebuah produk yang ditawarkan oleh Pizza Hut MERR Surabaya yang di pikirkan terhadap kinerja atau hasil yang di harapkan. Kepuasan

pelanggan dapat diukur melalui indikator-indikator yang mengacu pada Kotler dan Keller (2009:138-140) sebagai berikut:

- a. Puas dengan layanan yang diberikan oleh pihak manajemen restoran.
- b. Akan tetap membeli produk Pizza Hut MERR Surabaya.
- c. Akan merekomendasikan Pizza Hut MERR Surabaya pada konsumen lain.

b. Populasi dan Sampel

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2016:119). Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pelanggan di Pizza Hut MERR Surabaya.

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi (Sugiyono, 2016:120). Ukuran sampel yang digunakan merupakan jenis multivariate. Ukuran sampel jenis multivariate ini diartikan bahwa ukuran sampel harus beberapa kali lebih besar dari jumlah variabel yang akan dianalisis. Ukuran sampel ini mengacu pada pedoman pengukuran sampel menurut Hair, et al. dalam Ferdinand (2014:51) yang menggunakan 5-10 kali indikator variabel. Sehingga penelitian ini menggunakan sampel $5 \times 21 = 105$ responden. Sehingga sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah 105 pelanggan di Pizza Hut MERR Surabaya.

c. Analisis Data

Path Analysis (Analisis Jalur)

Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah Analisis Jalur. Analisis jalur merupakan perluasan dari analisis linear berganda, atau analisis jalur adalah penggunaan analisis regresi untuk menaksir hubungan kausalitas antar variabel (model kausal) yang telah ditetapkan sebelumnya berdasarkan teori (Ghozali, 2016). Penelitian ini menggunakan analisis jalur dikarenakan memiliki tujuan untuk mengetahui pengaruh langsung variabel kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan serta pengaruh tidak langsung variabel kualitas layanan terhadap loyalitas melalui kepuasan pelanggan.

Hasil dan Pembahasan

1. Pengaruh secara langsung Kualitas Layanan terhadap Loyalitas Pelanggan

Hasil analisis yang membuktikan bahwa variabel kualitas layanan memiliki pengaruh terhadap loyalitas pelanggan menunjukkan bahwa loyalitas pelanggan dapat dibentuk melalui adanya kualitas layanan yang dimiliki oleh Pizza Hut MERR Surabaya. Hasil dalam penelitian ini sejalan dengan temuan dalam penelitian Liung dan Syah (2017) yang menemukan bahwa Kualitas layanan yang baik akan meningkatkan loyalitas murid. Semakin baik kualitas pelayanan yang diberikan akan semakin meningkatkan loyalitas pelanggan pada perusahaan tersebut. Hal ini juga senada dengan penelitian Zakiy dan Azzahroh (2017) yang membuktikan bahwa kualitas layanan berpengaruh positif signifikan terhadap loyalitas nasabah. Serta Putri dkk (2015) serta Subawa dan Sulistyawati (2020) dalam penelitiannya juga membuktikan bahwa kualitas pelayanan terbukti memilikipengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan.

2. Pengaruh secara langsung Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan

Hasil analisis yang membuktikan bahwa variabel kualitas layanan memiliki pengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan menunjukkan bahwa peningkatan kepuasan pelanggan dapat dibentuk melalui adanya kualitas layanan yang tinggi yang diberikan karyawan Pizza Hut MERR Surabaya. Hasil dalam penelitian ini sejalan dengan temuan dalam penelitian Liung dan Syah (2017) dimana Kualitas layanan yang baik akan meningkatkan kepuasan murid. Hasil penelitian ini juga mendukung penelitian Putri dkk (2015) serta Subawa dan Sulistyawati (2020) dimana kualitas pelayanan terbukti memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

3. Pengaruh secara langsung Kepuasan pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan

Hasil analisis yang membuktikan bahwa variabel kepuasan pelanggan memiliki pengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan menunjukkan bahwa loyalitas pelanggan yang tinggi dapat dibentuk melalui kepuasan pelanggan yang tinggi. Hasil ini menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan merupakan salah satu faktor yang dapat meningkatkan loyalitas pelanggan. Hasil dalam penelitian ini sejalan dengan temuan penelitian yang dilakukan oleh Liung dan Syah (2017) dimana kepuasan konsumen berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen. Semakin puas konsumen atas pelayanan yang diterimanya akan membuat loyalitas mereka semakin tinggi. Penelitian Zakiy dan Azzahroh (2017) juga membuktikan bahwa kepuasan nasabah berpengaruh positif terhadap loyalitas nasabah. Serta mendukung penelitian Putri dkk (2015) dan Wendha dkk (2013) dimana kepuasan pelanggan terbukti memiliki pengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan.

4. Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan

Hal tersebut tidak senada dengan yang dibuktikan oleh penelitian Zakiy dan Azzahroh (2017) dimana kepuasan nasabah memediasi pengaruh kualitas layanan terhadap loyalitas nasabah. Dengan demikian hipotesis keempat yang berbunyi "kualitas layanan berpengaruh secara positif terhadap loyalitas melalui kepuasan pelanggan di Pizza Hut MERR Surabaya" adalah terbukti dan dapat dinyatakan diterima namun variabel kepuasan pelanggan (Z) bukan merupakan variabel intervening karena tidak terbukti pengaruh tidak langsung tidak lebih besar dari pengaruh langsung.

Kesimpulan

1. Kualitas layanan berpengaruh secara positif terhadap loyalitas pelanggan di Pizza Hut MERR Surabaya, dengan nilai signifikansi kurang dari 0.05. Dengan demikian hipotesis yang berbunyi "kualitas layanan berpengaruh secara positif terhadap loyalitas pelanggan di Pizza Hut MERR Surabaya", dinyatakan diterima.
2. Kualitas layanan berpengaruh secara positif terhadap kepuasan pelanggan di Pizza Hut MERR Surabaya, dengan nilai signifikansi kurang dari 0.05. Dengan demikian hipotesis yang berbunyi "kualitas layanan berpengaruh secara positif terhadap kepuasan pelanggan di Pizza Hut MERR Surabaya", dinyatakan diterima.
3. Kepuasan berpengaruh secara positif terhadap loyalitas pelanggan di Pizza Hut MERR Surabaya, dengan nilai signifikansi kurang dari 0.05. Dengan demikian hipotesis yang berbunyi "kepuasan berpengaruh secara positif terhadap loyalitas pelanggan di Pizza Hut MERR Surabaya", dinyatakan diterima.
4. Kualitas layanan berpengaruh secara positif terhadap loyalitas melalui kepuasan pelanggan di Pizza Hut MERR Surabaya, dengan nilai signifikansi kurang dari 0.05. Dengan demikian hipotesis yang berbunyi "kualitas layanan berpengaruh secara positif terhadap loyalitas melalui kepuasan pelanggan di Pizza Hut MERR Surabaya", dinyatakan diterima namun variabel kepuasan pelanggan (Z) bukan merupakan variabel intervening karena tidak terbukti pengaruh tidak langsung tidak lebih besar dari pengaruh langsung.

Saran

Berdasarkan hasil analisis yang penelitian yang telah disimpulkan, maka peneliti dapat memberikan saran-saran yang bermanfaat bagi pihak yang terkait dalam penelitian ini. Adapun saran-saran yang diberikan adalah sebagai berikut:

1. Pizza Hut MERR Surabaya

Diharapkan agar Pizza Hut MERR Surabaya tetap memperhatikan kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen. Selain itu, Pizza Hut MERR Surabaya harus terus memperhatikan kualitas pelayanan yang ditawarkan dalam upaya meningkatkan Kepuasan pelanggan. Hal tersebut dikarenakan, perkembangan yang semakin pesat mempengaruhi persepsi pelanggan.

2. Peneliti Lain

Bagi penelitian selanjutnya diharapkan dapat menggunakan faktor-faktor selain kualitas pelayanan, dan kepuasan pelanggan sebagai faktor yang mempengaruhi loyalitas

Daftar Pustaka

1. Kotler, P., dan K. L. Keller. (2016). Manajemen Pemasaran. Edisi 12 Jilid 1 & 2. Jakarta : PT. Indeks.
2. Tjiptono. F. (2017). Service, Quality & satisfaction. Yogyakarta. Andi.
3. Moenir, H. A. S. (2015). Manajemen Pelayanan Umum Di Indonesia, Jakarta : PT Bumi Aksara
4. Sugiyono. (2016). Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan Kombinasi (Mixed. Methods). Bandung: Alfabeta.
5. Ferdinand, A. (2014). Metode Penelitian Manajemen. Edisi 5. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
6. Liung, H., dan T. Y. R. Syah. (2017). "Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Dalam Meningkatkan Loyalitas Di Moderasi Harga". Jurnal Ekonomi. 8 (2) : 32-44.
7. Zakiy, M., dan E. P. Azzahroh. (2017). "Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Nasabah Bank Syariah Dengan Kepuasan Nasabah Sebagai Variabel Intervening". Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam. 3 (1) : 26-38.
8. Chusminah, C., & Haryati, R. A. (2019). Analisis Penilaian Kinerja Pegawai Pada Bagian Kepegawaian dan Umum Direktorat Jenderal P2P Kementerian Kesehatan. Widya Cipta: Jurnal Sekretari dan Manajemen, 3(1), 61-70.
9. Sudaryono. 2018. Metodologi Penelitian, Edisi I. Depok: Rajawali Pers. Hamdun Hanafi
10. Haninda, R. N., Indriyani, N. D., & Qurratu'ain, I. M. (2022). ANALISIS SWOT DALAM MENENTUKAN STRATEGI PEMASARAN KEDAI WARUNG KOPI 777 SURABAYA. Yos Soedarso Economic Journal (YEJ), 4(1), 1-11.
11. Haninda, R. N., Mahsun, A., & Saputro, D. R. (2021). Analisis Strategi Pemasaran Mobil Merk Daihatsu Siga pada PT. Armada International Motor Surabaya. Yos Soedarso Economic Journal (YEJ), 3(2), 49-60.
12. Haninda, R. N. (2020). Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Melalui Kepuasan Tenant Di Mall Ciputra World Surabaya. Yos Soedarso Economic Journal (YEJ), 2(1), 1-9.
13. Indriyani, N. D., Haninda, R. N., & Lombu, Y. E. (2019). Pengaruh Kepuasan Kerja, Budaya Organisasi Dan Quality Of Work Life Terhadap Employee Engagement (Keterikatan Karyawan) Divisi Non Produksi PT. Teja Sekawan Group. Yos Soedarso Economic Journal (YEJ), 1(2), 48-56.
14. Haninda, R. N., & Hami, N. (2021). Analisis Permintaan Impor Barang Modal di Indonesia. Yos Soedarso Economic Journal (YEJ), 3(3), 1-19.
15. Haninda, R. N., & Hermawan, R. Y. (2022). Pengaruh Budaya Organisasi Terhadap Motivasi Karyawan PT Telekomunikasi Indonesia, Tbk Area Wilayah Sidoarjo. Yos Soedarso Economic Journal (YEJ), 4(2), 37-58.
16. Darmanto, E. B., & Hanida, R. N. (2018). Analisis Shift Share: Identifikasi Industri/Sektor Prioritas GERBANGKERTOSUSILA Sebagai Acuan Dalam Kebijakan Anggaran Guna Mencapai Pembangunan Perekonomian. Management & Accounting Research Journal, 3(1).
17. Haninda, R. N., & Indriyani, N. D. (2023). PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN DAN LOYALITAS PELANGGAN HOTEL GUNAWANGSA SURABAYA. Yos Soedarso Economic Journal (YEJ), 5(3), 1-9.