

ACTANOVA DIGITAL ARCHIVE

OPEN ACCESS SCHOLARLY PRESERVATION & PERMANENT REPOSITORY

Pengaruh voucher price discount, customer experience, dan customer satisfaction terhadap customer loyalty pada sistem pengiriman paket Roya Mantingan

Authors: Hamidah Tussifah, Zahro Annisa'

Journal: Insight Management Journal - Vol. 4 No. 2 (2024)

Publisher: Forum Kerjasama Pendidikan Tinggi

Persistent DOI: <https://doi.org/10.47065/imj.v4i2.317>

Archived & Retrieved via ActaNova Gateway on: 20 October 2026, 21:14 UTC

DIGITAL PRESERVATION & ARCHIVAL INTEGRITY STATEMENT

This PDF is an authentic, preserved digital version of a peer-reviewed scholarly manuscript deposited into the ActaNova Archival Network. ActaNova guarantees long-term bitstream preservation, cryptographic checksum integrity, and uninterrupted global discovery under Open Archives Initiative Protocol (OAI-PMH) and Google Scholar metadata harvesting.

HOW TO CITE THIS RECORD:

Hamidah Tussifah, Zahro Annisa'. "Pengaruh voucher price discount, customer experience, dan customer satisfaction terhadap customer loyalty pada sistem pengiriman paket Roya Mantingan". Insight Management Journal, Vol. 4 No. 2 (2024). DOI: 10.47065/imj.v4i2.317

ActaNova Journal Metadata Preservation & Discovery Service

Media Digital Publikasi Indonesia

National Open Science & Long-Term Digital Repository Infrastructure

Bitstream Storage Verified | OAI-PMH Compliant | Crossref & DOAJ Compatible

Permanent Archival Node: <https://actanova.mediadigitalpublikasi.com/journals>

Pengaruh voucher price discount, customer experience, dan customer satisfaction terhadap customer loyalty pada sistem pengiriman paket Roya Mantingan

Hamidah Tussifah, Zahro Annisa'

DOI: <https://doi.org/10.47065/imj.v4i2.317>

ABSTRACT

Penelitian ini mengeksplorasi permasalahan terkait strategi pemasaran dan pengalaman pelanggan pada Roya la Tansa Mart di Sambirejo Mantingan, dengan fokus pada sistem pengiriman parsel melalui WhatsApp dan Telegram. Penelitian bertujuan untuk menganalisis pengaruh diskon harga voucher, pengalaman pelanggan, dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan pada sistem pengiriman paket berbasis WhatsApp dan Telegram Roya la Tansa Mart. Metodologi penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif asosiatif dengan menggunakan purposive sampling yang melibatkan 112 pelanggan yang pernah melakukan pembelian berulang di Roya la Tansa Mart. Data dikumpulkan melalui kuesioner, observasi, dan survei, kemudian dianalisis menggunakan perangkat lunak statistik SPSS versi 25 menggunakan regresi linier berganda dan uji t. Hasil uji t menunjukkan diskon harga voucher, pengalaman pelanggan, dan kepuasan pelanggan secara individual mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Uji F menegaskan bahwa secara kolektif ketiga faktor tersebut mempengaruhi loyalitas pelanggan. Meski memiliki kemiripan produk dengan kompetitor, namun mengedepankan peningkatan kualitas pelayanan menjadi...

Keywords: voucher diskon harga, customer experience, kepuasan pelanggan, loyalitas pelanggan