

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN HARGA TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN DENGAN KEPUASAN PELANGGAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING PADA TOKO A&A COPIER PEMATANGSIANTAR

Oleh:

Joster Togatorop

S1 Manajemen

Darwin Lie, Marisi Butarbutar, Andy Wijaya

Abstraksi

Hasil penelitian dapat disimpulkan sebagai berikut: 1. Kualitas pelayanan, harga, kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan sudah baik. 2. Terdapat pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan di buktikan $\hat{Y}_Z = 5,885 + 0,523X_1 + 0,661X_2$. Pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan di buktikan $\hat{Y} = 6,197 + 0,663Z$. 3. Kualitas pelayanan dan harga memiliki hubungan yang sangat kuat dan positif dengan kepuasan pelanggan di buktikan dengan nilai $r = 0,858$, dan nilai determinasi sebesar 26,4 %. Kepuasan pelanggan memiliki hubungan yang kuat dan positif dengan loyalitas pelanggan yang di buktikan dengan nilai $r = 0,763$, dan nilai determinasi sebesar 41,7%. 4. Hasil uji hipotesis menyatakan H_0 di tolak artinya kualitas pelayanan dan harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan dengan kepuasan pelanggan sebagai variabel intervening.

Adapun saran dari penelitian ini adalah: 1. Untuk meningkatkan kualitas pelayanan, karyawan toko A&A Copier Pematangsiantar hendaknya mampu menangani keluhan dari pelanggan dengan optimal, ramah kepada pelanggan dan mampu berkomunikasi dan melayani pelanggan dengan baik. 2. Untuk mengoptimalkan harga, agar memberikan potongan harga kepada pelanggan yang telah memfotocopy lebih dari satu rim kertas dan menyediakan kartu kredit sebagai alat transaksi pembayaran. 3. Untuk kepuasan pelanggan, meningkatkan hasil fotocopy agar tidak buram dan jilidan yang lebih rapi. 4. Untuk meningkatkan loyalitas pelanggan, memperhatikan kebutuhan pelanggan, membantu mengoperasikan komputer, memberikan informasi tentang produk yang akan di beli pelanggan, dan memberikan hadiah secara merata.

Kata kunci: Kualitas Pelayanan, Harga, Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Pelanggan.

Abstraction

The results can be summarized as follows: 1. Quality of service, price, customer satisfaction and customer loyalty is good. 2. There is influence of service quality and price to customer satisfaction in prove $\hat{Y}_Z = 5,885 + 0,523X_1 + 0,661X_2$. The effect of customer satisfaction on customer loyalty is proved $\hat{Y} = 6,197 + 0,663Z$. 3. Quality of service and price have high and positive correlation with customer satisfaction in prove with value $r = 0,858$, and determination value equal to 26,4%. Customer satisfaction has high moderately and positive correlation with customer loyalty in the prove with the value of $r = 0.763$, and the value of determination of 41,7%. 4. Hypothesis test results stated H_0 rejected means the quality of service and price have a positive and significant effect on customer loyalty with customer satisfaction as intervening variable.

The suggestions of this research are: 1. To improve the quality of service, A&A Copier Pematangsiantar shop employees should be able to handle customer complaints optimally, friendly to customers and able to communicate and serve customers well. 2. To optimize prices, to provide discounts to customers who have been copying more than one ream of paper and providing credit cards as a means of payment transactions. 3. For customer satisfaction, improve the results of photocopy so as not to blurred and bilge a more tidy. 4. To improve customer loyalty, pay attention to customer needs, help operate the computer, provide information about the products to be purchased by customers, and give the gift evenly.

Keywords: Service Quality, Price, Customer Satisfaction and Customer Loyalty

PENDAHULUAN

1. Latar Belakang Masalah

Toko A&A Copier Pematangsiantar adalah sebuah usaha yang bergerak dalam bidang percetakan seperti *fotocopy*, *print*, *laminating*, *scan*, rental komputer, sablon dan menjilid serta menjual alat tulis kantor. Toko A&A Copier Pematangsiantar mengupayakan pelayanan yang bermutu tinggi kepada pelanggan, menimbulkan keputusan dari pihak pelanggan agar segera membeli barang/jasa yang ditawarkan pada saat itu juga, menumbuhkan kepercayaan pelanggan terhadap barang/jasa yang ditawarkan, menciptakan kepercayaan dan kepuasan pelanggan, menjaga agar pelanggan merasa diperhatikan segala kebutuhannya sehingga pelanggan menjadi loyal kepada toko dan pihak toko Toko A&A Copier Pematangsiantar menjaga pelanggan yang sudah loyal agar tidak berpindah ke pesaing.

Loyalitas pelanggan memiliki peran penting dalam sebuah usaha, mempertahankan pelanggan berarti meningkatkan kelangsungan hidup usaha. Loyalitas pelanggan dapat diukur dari dimensi di bawah ini berdasarkan wawancara pra survei pada pelanggan toko A&A Copier Pematangsiantar.

Dapat diketahui bahwa loyalitas pelanggan pada toko A&A Copier Pematangsiantar belum optimal. Hal ini dapat dilihat dari persentase cukup baik pada dimensi loyalitas afektif sebesar 33%. Hal ini ditinjau dari karyawan masih sering mengabaikan pelanggan yang butuh bantuan dalam mengoperasikan komputer. Kemudian pada dimensi loyalitas tindakan sebesar 35%. Hal ini ditinjau dari pihak toko dalam memberikan hadiah kepada pelanggan belum berjalan dengan baik dan merata secara keseluruhan.

Kepuasan pelanggan merupakan salah faktor yang dapat mempengaruhi loyalitas pelanggan. Kepuasan pelanggan pada toko A&A Copier Pematangsiantar dapat dilihat dari beberapa dimensi: kualitas produk, *emotional factor*, dan kemudahan. Kualitas produk pada toko A&A Copier, pelanggan merasa puas dengan fasilitas dan produk yang ditawarkan kepada pelanggan seperti hasil fotocopy/print yang sudah jelas dan tidak buram serta jilidan yang rapi. Pada dimensi *emotional factor* pada toko A&A Copier Pematangsiantar pelanggan bangga terhadap toko karena karyawan berupaya melayani pelanggan dengan ramah, sopan, dan membantu pelanggan yang kesulitan dalam mengoperasikan komputer dan printer. Pada dimensi kemudahan toko A&A Copier Pematangsiantar karyawan tidak sigap dan tanggap untuk membantu

pelanggan yang sedang kesulitan membuka internet/data-data secara *online*.

Salah satu faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan adalah kualitas pelayanan. Kualitas pelayanan yang diterapkan pada toko A&A Copier Pematangsiantar dapat diukur dari lima dimensi yaitu bukti fisik (*tangibles*), kehandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), dan empati (*empathy*). Pada dimensi bukti fisik (*tangibles*), toko A&A Copier Pematangsiantar jumlah printer dan komputer yang tersedia sudah mencukupi untuk melayani pelanggan namun perlu menambah mesin fotocopy warna.

Pada dimensi kehandalan (*reliability*) karyawan toko A&A Copier Pematangsiantar mampu menyelesaikan pesanan pelanggan sesuai dengan waktu yang dijanjikan. Dalam dimensi daya tanggap (*responsiveness*) setiap keluhan dari pelanggan dapat ditangani oleh karyawan namun masih ada beberapa keluhan yang tidak dapat terselesaikan dengan optimal. Pada dimensi jaminan (*assurance*) karyawan toko A&A Copier Pematangsiantar selalu bersikap ramah kepada seluruh pelanggan yang datang belanja maupun mencetak dokumen. Sedangkan pada dimensi empati (*empathy*) karyawan toko A&A Copier Pematangsiantar sudah mampu berkomunikasi dan melayani pelanggan dengan baik.

Selain kualitas pelayanan harga juga dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan. Adapun dimensi pengukuran harga pada toko A&A Copier Pematangsiantar dapat dilihat dari: keterjangkauan harga, diskon/potongan harga dan cara pembayaran. Pada indikator keterjangkauan harga, harga print perlembar pada toko A&A Copier Pematangsiantar hanya Rp. 300 perlembar sedangkan pada harga toko lain Rp. 500 perlembar. Pada indikator diskon/potongan harga toko A&A Copier Pematangsiantar hendaknya memberikan potongan harga apabila pelanggan memfotocopy lebih dari satu rim kertas. Sedangkan pada indikator cara pembayaran toko A&A Copier Pematangsiantar belum menyediakan kartu kredit/ kartu debit sebagai alat transaksi penjualan sehingga pelanggan kurang nyaman apabila uang yang di bawa tidak mencukupi untuk membayar pesanan/ barang yang di belanjakan.

2. Rumusan Masalah

- a. Bagaimana gambaran kualitas pelayanan, harga, kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan pada toko A&A Copier Pematangsiantar.

- b. Bagaimana pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan pada toko A&A Copier Pematangsiantar secara simultan.
- c. Bagaimana pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan pada toko A&A Copier Pematangsiantar secara parsial.
- d. Bagaimana pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan pada toko A&A Copier Pematangsiantar.

3. Tujuan Penelitian

- a. Untuk mengetahui gambaran kualitas pelayanan, harga, kepuasan pelanggan, dan loyalitas pelanggan pada toko A&A Copier Pematangsiantar.
- b. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan pada toko A&A Copier Pematangsiantar secara simultan.
- c. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan pada toko A&A Copier Pematangsiantar secara parsial.
- d. Untuk mengetahui pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan pada toko A&A Copier Pematangsiantar.

4. Penelitian

Yang menjadi objek penelitian ini adalah toko A&A Copier Pematangsiantar.

Desain penelitian adalah Penelitian Kepustakaan (*Library Research*) dan Penelitian Lapangan (*Field Research*).

Teknik pengumpulan data berupa Kuesioner, Wawancara dan Dokumentasi. Jenis data yang adalah jenis data kualitatif dan data kuantitatif. Hasil data yang diperoleh dari lapangan akan dianalisis secara deskriptif baik bersifat kualitatif dan kuantitatif.

B. LANDASAN TEORI

1. Manajemen Pemasaran

Pemasaran merupakan salah satu strategi yang digunakan perusahaan untuk menarik minat masyarakat agar bersedia menggunakan atau membeli secara terus menerus produk barang atau jasa dari suatu perusahaan. Pemasaran merupakan suatu kegiatan yang dilakukan untuk mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan, melakukan perkembangan terhadap perusahaan serta mencapai tujuan-tujuan atau sasaran-sasaran yang diinginkan perusahaan dalam memperoleh laba. Oleh karena itu, pemasaran memegang peranan yang penting dalam suatu perusahaan.

Menurut Kotler dan Gary (2008:12), pemasaran merupakan proses suatu perusahaan menghasilkan suatu nilai bagi pelanggan dengan tujuan menangkap nilai dari pelanggan melalui

hubungan yang kuat dengan pelanggan. Menurut Kotler dan Kevin (2008:6), pemasaran adalah suatu proses mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan berusaha menciptakan, menawarkan, dan secara bebas mempertukarkan produk dan jasa yang bernilai dengan pihak lain. Sedangkan menurut Lupiyoadi (2006:6), manajemen pemasaran adalah suatu analisis, perencanaan pelaksanaan, serta control program-program yang telah direncanakan dalam hubungan dengan pertukaran-pertukaran yang diinginkan terhadap pelanggan yang dituju untuk memperoleh keuntungan pribadi maupun bersama. Maka dapat dituju untuk memperoleh keuntungan pribadi maupun bersama.

Dari beberapa pendapat para ahli di atas, dapat disimpulkan bahwa pemasaran adalah proses kepuasan pelanggan dengan membangun hubungan yang kuat dengan pelanggan dan saling mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan melalui pertukaran dengan pihak lain.

2. Kualitas Produk

Kualitas pelayanan semakin meningkat dalam persaingan pada usaha jasa yang akan ditawarkan tidak semudah untuk meningkatkan kualitas produk, karena karakteristiknya yang unik. Kepuasan konsumen akan terpenuhi apabila penyampaian jasa dari pemberi jasa kepada konsumen sesuai apa yang dipersepsikan konsumen.

Menurut Tjiptono (2008:121), kualitas pelayanan merupakan sebagai ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan mampu sesuai dengan ekspektasi pelanggan. Menurut Wyckup (2002:59), kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan atau harapan pelanggan. Sedangkan menurut Zeitzmal, Berry dan Parasuraman dalam Lupiyoadi dan Hamdani (2006:11), definisi kualitas pelayanan yaitu sebagai kesenjangan antara ekspektasi atau keinginan pengguna jasa dengan apa yang dirasakan oleh mereka.

Dengan demikian dapat disimpulkan kualitas pelayanan adalah segala bentuk aktivitas yang dilakukan oleh perusahaan secara langsung guna memenuhi harapan konsumen serta ketepatan penyampaian dalam mengimbangi harapan konsumen. Dengan kata lain kualitas pelayanan memberikan pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan ditinjau dari tingkat keunggulan kualitas jasa tersebut sehingga dapat memenuhi kebutuhan pelanggan yang diharapkan.

3. Harga

Harga bukanlah sekedar angka-angka di label harga. Harga mempunyai banyak bentuk dan

melaksanakan banyak fungsi, seperti sewa, uang, uang sekolah, ongkos, upah, bunga tarif biaya penyimpanan, gaji dan komisi semuanya merupakan harga yang harus dibayar untuk mendapatkan barang atau jasa. Harga merupakan penentu terciptanya penjualan, dan akan selalu dikaitkan dengan kemampuan *financial* yang dimiliki konsumen.

Menurut Tjiptono dan Gregorius (2011:317), harga merupakan satu-satunya unsur bauran pemasaran yang mendapatkan pemasukan bagi perusahaan yang pada gilirannya berpengaruh pada besar kecilnya laba dan pangsa pasar yang diperoleh, menurut Kotler dan Kevin (2009:67), harga adalah salah satu elemen bauran pemasaran yang menghasilkan pendapatan, elemen lain menghasilkan biaya. Harga juga mengkomunikasikan *positioning* nilai yang dimasukkan dari produk atau merek perusahaan ke pasar. Produk atau jasa yang dirancang dan dipasarkan dengan baik dapat dijual dengan harga tinggi dan menghasilkan laba yang besar. Sedangkan menurut Kotler dan Gary (2001:349), harga merupakan sejumlah uang yang dibebankan atas suatu produk atau jasa atau jumlah dari nilai yang ditukar konsumen atas manfaat-manfaat karena memiliki atau menggunakan produk atau jasa tersebut.

Berdasarkan teori diatas, maka penulis menyimpulkan bahwa harga adalah salah satu elemen dari bauran pemasaran yang menghasilkan pendapatan atau masukan bagi suatu perusahaan dan dapat mempengaruhi citra dan nilai *positioning* perusahaan.

4. Loyalitas Pelanggan

Loyalitas merupakan hal yang penting, sebab strategi pemasaran yang sukses dan didukung oleh pelanggan yang setia. Syogyaanya menghasilkan konsumen-konsumen yang loyal. Salah satu cara yang dilakukan oleh perusahaan dalam meningkatkan loyalitas pelanggan adalah dengan meningkatkan kepuasan pelanggan dengan merek produk yang ditawarkan kepada konsumen.

Menurut Griffin (2003:31), loyalitas dapat didefinisikan berdasarkan perilaku pembeli. Pelanggan yang loyal adalah melakukan pembelian berulang secara teratur, membeli antar lini produk dan jasa, merefrensikan kepada orang lain, menunjukkan kebutuhan terhadap tarikan dari pesaing. Menurut Lupiyoadi dan Hamdani (2006:193), mendefinisikan loyalitas adalah komitmen yang dipegang kuat untuk membeli ulang atau berlangganan lagi produk atau jasa tertentu dimasa depan meskipun ada pengaruh situasi dan

usaha pemasaran yang menyebabkan peralihan perilaku. Sedang menurut Tjiptono (2000:110), loyalitas konsumen adalah komitmen pelanggan terhadap suatu merek produk yang ditawarkan kepada konsumen.

Berdasarkan uraian para ahli di atas dapat disimpulkan bahwa loyalitas pelanggan adalah komitmen yang dipegang kuat untuk membeli ulang atau berlangganan lagi produk atau jasa tertentu dimasa depan meskipun ada pengaruh situasi dan usaha pemasaran yang menyebabkan peralihan perilaku. Pelanggan yang loyal adalah melakukan pembelian berulang secara teratur, membeli antar lini produk dan jasa, merefrensikan kepada orang lain, menunjukkan kekebalan terhadap tarikan dari pesaing.

5. Kepuasan Pelanggan

Tujuan dari sebuah perusahaan adalah untuk mempertahankan dan menciptakan pelanggan untuk dapat mempertahankan dan menciptakan pelanggan maka perusahaan harus mampu memberikan kepuasan pada pelanggan. Kepuasan pelanggan adalah tingkat perasaan pelanggan setelah membandingkan antara apa yang dia terima dan harapannya.

Menurut Surmawan (2003:322), kepuasan pelanggan merupakan dampak dari perbandingan antara harapan pelanggan sebelum pembelian dengan yang sesungguhnya diperoleh pelanggan dari produk yang dibeli tersebut. Menurut Kotler (2005:70), kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja yang diharapkan. Sedangkan menurut Tjiptono (2011:292), menyatakan bahwa kepuasan atau ketidakpuasan pelanggan adalah respon pelanggan terhadap evaluasi/diskonfirmasi yang dirasakan antara harapan sebelumnya (atau norma kinerja lainnya) dan kinerja aktual produk yang dirasakan setelah pemakaiannya.

Dari beberapa pengertian di atas, maka penulis dapat menyimpulkan bahwa kepuasan pelanggan adalah perasaan yang dirasakan pelanggan setelah membandingkan antara harapan dan kenyataan, sebelum dan sesudah memakai suatu produk atau jasa dari suatu perusahaan.

6. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan.

Kualitas pelayanan merupakan tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan. Memberikan pelayanan yang berkualitas pada pelanggan merupakan harapan dari

perusahaan. Sumber daya manusia menjadi kunci keberhasilan kualitas pelayanan yang maksimal.

Menurut Irawan (2002:37), mengemukakan bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan ada 5 (lima), yaitu kualitas produk, harga, *service quality*, *emotional factor*, kemudahan. Faktor manusia ini memegang kontribusi sebesar 70%. Tidak mengherankan kepuasan terhadap kualitas pelayanan biasanya sulit ditiru dibandingkan dengan mutu produk dan harga. Dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan yang baik akan membuat pelanggan puas dengan pelayanan yang disajikan.

7. Pengaruh Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan

Harga adalah suatu nilai tukar yang bisa disamakan dengan uang atau barang lain untuk manfaat yang diperoleh dari suatu barang atau jasa bagi seseorang atau kelompok pada waktu tertentu dan tempat tertentu. Istilah harga digunakan untuk memberikan nilai finansial pada suatu produk barang atau jasa.

Menurut Kotler dan Kevin (2009:76), harga sering ditetapkan untuk memuaskan permintaan dan mencerminkan premi yang bersedia dibayarkan konsumen untuk sebuah produk maupun jasa. Banyak konsumen menggunakan harga sebagai indikator kualitas penetapan harga pencitraan sangat efektif untuk produk sensitif ego. Selain itu, konsumen juga selalu memeriksa informasi harga dan nama merek berbeda ketika membuat penilaian kepada ukuran kualitas, kemudahan penggunaan, kegunaan, kinerja, ketahanan dan status. Dapat disimpulkan harga yang lebih murah dari pesaing akan membuat pelanggan puas.

8. Pengaruh Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan

Loyalitas pelanggan merupakan salah satu tujuan inti yang diupayakan dalam pemasaran modern. Hal ini dikarenakan dengan loyalitas diharapkan perusahaan akan mendapatkan keuntungan jangka panjang atas hubungan mutualisme yang terjalin dalam kurun waktu tertentu.

Menurut Kartajaya (2007:24). Jika perusahaan dapat memberikan pelayanan yang melebihi persepsi pelanggan, maka pelanggan akan puas. Pelanggan yang puas akan memiliki loyalitas yang tinggi terhadap produk di bandingkan dengan pelanggan yang tidak puas. Hal ini menunjukkan apabila suatu perusahaan memberikan pelayanan yang berkualitas serta melebihi persepsi pelanggan, maka pelanggan akan puas dan terciptalah loyalitas pelanggan yang tinggi.

C. PEMBAHASAN

1. Analisa

a. Deskriptif Kualitatif

Analisis deskriptif dimaksudkan untuk mendapatkan gambaran atau deskripsi mengenai kualitas pelayanan dan harga terhadap loyalitas pelanggan pada toko A&A Copier Pematangsiantar. Setelah pengujian data, maka langkah selanjutnya peneliti melakukan pengkajian analisis kualitatif sebagai gambaran fenomena dari variabel penelitian pada saat sekarang ini.

Adapun penetapan kriteria nilai rata-rata jawaban dari responden tersebut dimasukkan ke dalam kelas-kelas interval dimana penentuan intervalnya memakai rumus sebagai berikut:

$$\begin{aligned} \text{Interval Kelas} &= \frac{\text{Nilai Tertinggi} - \text{Nilai Terendah}}{\text{Jumlah Kelas}} \\ &= \frac{5 - 1}{5} \\ &= \frac{4}{5} \\ &= 0,8 \end{aligned}$$

Dari rumus di atas dapat diperoleh interval kelas 0,8 sehingga berlaku ketentuan kategori dengan hasil berikut:

Tabel 1

Nilai Interval dan Kategori Jawaban Responden.

Nilai Interval	Kategori
1,00 – 1,80	Sangat Tidak Baik/ Sangat
1,81 – 2,60	Tidak Baik/ Tidak Puas
2,61 – 3,40	Cukup Baik/ Cukup Puas
3,41 – 4,20	Baik/ Puas
4,21 – 5,00	Sangat Baik/ Sangat Puas

Sumber : hasil pengolahan data

1) Gambaran Kualitas Pelayanan pada Toko A&A Copier Pematangsiantar.

Dari hasil analisa dapat dijelaskan dimensi bukti fisik (*tangibles*), indikator ketersediaan fasilitas penunjang seperti mesin *fotocopy*, printer, komputer dan alat-alat tulis kantor dengan nilai rata-rata 4,34 dalam kriteria jawaban sangat baik, dilihat dari jumlah printer dan komputer yang tersedia di toko A&A Copier Pematangsiantar sudah mencukupi untuk melayani pelanggan. Dalam hal ini toko A&A Copier Pematangsiantar sudah memberikan fasilitas sesuai dengan kebutuhan dan permintaan pelanggan. Pada Indikator kondisi bangunan toko A&A Copier Pematangsiantar berada pada nilai rata-rata 4,00 pada kriteria jawaban baik hal ini dapat dilihat dari tata letak komputer, printer, mesin *fotocopy*, dan *stelling* sudah tersusun dengan baik serta ruangan yang nyaman dan bersih. Pada

indikator penampilan karyawan dalam menangani pelanggan dengan nilai rata-rata 3,97 pada kriteria baik, hal ini dikarenakan karyawan berpakaian yang sopan saat bekerja namun belum memiliki seragam kerja.

Pada dimensi kehandalan (*reliability*), indikator karyawan dalam memberikan pelayanan yang kepada pelanggan dengan nilai rata-rata 4,24 pada kriteria sangat baik. Hal ini dikarenakan pelayanan yang disajikan sesuai dengan apa yang dipersepsikan pelanggan. Untuk indikator karyawan dalam menangani masalah yang dihadapi pelanggan dengan nilai rata-rata 4,10 dengan jawaban baik. Hal ini disebabkan karyawan mampu dalam mengatasi masalah yang dihadapi pelanggan. Pada indikator waktu yang dijanjikan kepada pelanggan mendapat nilai rata-rata 3,92 dengan kriteria jawaban baik. Karena toko A&A Copier Pematangsiantar mampu menyelesaikan pesanan pelanggan dengan waktu yang dijanjikan.

Pada dimensi daya tanggap (*responsiviness*), untuk indikator karyawan dalam menjawab pertanyaan pelanggan dengan rata-rata nilai 4,07 dengan kriteria jawaban baik. Hal ini dikarenakan karyawan mampu menjawab setiap pertanyaan dari pelanggan baik yang berhubungan dengan jasa maupun tentang keluhan di dalam menggunakan komputer dan printer. Pada indikator ketanggapan karyawan dalam menangani keluhan pelanggan dengan nilai rata-rata 4,02 dengan kriteria jawaban baik. Hal ini dikarenakan setiap keluhan pelanggan dapat ditangani oleh karyawan namun masih belum maksimal.

Pada dimensi jaminan (*assurance*), indikator sikap karyawan dalam mengani pelanggan dengan rata-rata jawaban 4,14 dengan kriteria jawaban baik. Hal ini dikarenakan sikap karyawan dalam menangani masalah dan keluhan yang dihadapi pelanggan dapat terselesaikan dengan baik. Pada indikator keramahan karyawan dalam melayani keluhan pelanggan dengan nilai rata-rata 4,18 dengan kriteria nilai baik. Hal ini dikarenakan karyawan selalu bersikap ramah kepada seluruh pelanggan yang datang pada saat belanja maupun mencetak dokumen. Pada indikator pengetahuan karyawan toko A&A Copier Pematangsiantar mendapat nilai rata-rata 4,04 dengan kriteria jawaban baik, hal ini karena karyawan sudah mahir menguasai program komputer dan bagian-bagian percetakan.

Pada dimensi empati (*emphaty*), indikator sikap karyawan dalam menangani keluhan karyawan dengan rata-rata nilai 3,97 pada kriteria jawaban baik. Hal ini terjadi karena karyawan mampu

menangani keluhan pelanggan. Pada indikator komunikasi karyawan dengan pelanggan dengan rata-rata 4,10 pada kriteria jawaban baik. Hal ini terjadi karena karyawan sudah mampu berkomunikasi dengan baik pada pelanggan namun sebagian besar pelanggan yang sudah di kenal saja. Pada indikator sikap karyawan dalam menangani keluhan pelanggan dengan rata-rata 3,94 pada kriteria jawaban baik. Hal ini terjadi karena karyawan ramah dan sabar menanggapi keluhan yang disampaikan oleh pelanggan.

Untuk nilai tertinggi berada pada indikator ketersediaan fasilitas seperti mesin fotocopy, printer, komputer dan alat-alat tulis pada nilai 4,34 dengan kriteria jawaban sangat baik. Sedangkan pada nilai terendah berada pada indikator penampilan karyawan dalam melayani pelanggan pada jawaban 3,97 dengan kriteria jawaban baik.

2) Gambaran Harga Pada Toko A&A Copier Pematangsiantar

Dari hasil analisa dapat dijelaskan dimensi harga untuk indikator keterjangkauan harga *fotocopy*, *print* dan jilid oleh setiap pelanggan berada pada tingkat nilai rata-rata 3,98 pada kriteria yang dinilai baik. Hal tersebut disebabkan harga yang ditawarkan oleh toko A&A Copier Pematangsiantar cukup terjangkau oleh setiap kalangan.

Untuk indikator kesesuaian harga *fotocopy*, *print* dan jilid dengan pelayanan yang diberikan berada pada tingkat nilai rata-rata 3,88 yang dengan nilai baik. Hal ini disebabkan, toko A&A Copier Pematangsiantar menawarkan harga yang terjangkau kepada pelanggan. Selanjutnya, untuk indikator kesesuaian harga seperti *fotocopy*, *print*, jilid dan alat tulis kantor 3,88 yang dinilai baik. Hal tersebut disebabkan Toko A&A Copier Pematangsiantar memberikan harga yang murah dan bersaing dengan toko lain.

Dari dimensi potongan harga/diskon, untuk indikator pemberian potongan harga pada pelanggan yang memfotocopi, *print*, dan jilid dalam jumlah banyak berada pada tingkat nilai rata-rata 3,77 pada kriteria ini yang dinilai baik. Hal ini disebabkan Toko A&A Copier Pematangsiantar memberikan potongan harga bagi pelanggan yang mengcopy atau memprint lebih dari satu rim kertas. Untuk indikator pemberian potongan dalam potongan harga berada pada tingkat nilai rata-rata 3,65. Hal tersebut disebabkan Toko A&A Copier Pematangsiantar juga memberikan diskon/potongan harga kepada pelanggan yang terlebih dulu memesan dan melakukan pembelian secara rutin dan berulang-ulang.

Untuk indikator pemberian potongan harga *fotocopy, print*, jilid dan alat tulis kantor pada pelanggan yang membayar secara tunai berada pada tingkat nilai rata-rata 3,67 pada kriteria yang dinilai baik. Hal ini dikarenakan pelanggan secara keseluruhan langsung membayar kepada kasir. Selanjutnya, untuk indikator pemberian potongan harga *fotocopy, print*, jilid dan alat tulis kantor apabila membayar cash akan di berikan potongan / diskon sebagai ganti transportasi pelanggan tersebut.

Pada dimensi cara pembayaran dalam indikator kemudahan pembayaran barang yang dibeli pelanggan bernilai rata-rata 3,97 yang dikategorikan baik. Walaupun demikian, pembayaran barang yang sudah dibeli atau dicetak langsung di bayar ke kasir. Untuk indikator kemudahan pembayaran melalui media *online* berada pada tingkat nilai rata-rata 3,05 yang dinilai baik. Hal tersebut disebabkan toko A&A Copier Pematangsiantar memberikan alternatif pembayaran secara *online*, yaitu yang dapat memudahkan pelanggan untuk membayar melalui bank.

Selanjutnya, untuk indikator kemudahan pembayaran melalui bank berada pada tingkat nilai rata-rata 3,32 yang dinilai baik. Hal tersebut disebabkan pada saat ini Toko A&A Copier Pematangsiantar juga menyediakan layanan kemudahan pembayaran melalui bank, namun ini masih sangat jarang terjadi dikarenakan barang yang dibeli pelanggan belum memenuhi jumlah transaksi.

Nilai tertinggi berada pada dimensi keterjangkauan harga, yaitu keterjangkauan harga yang diperoleh pelanggan dengan nilai rata-rata 4,38 yang berkriteria sangat baik. Namun masih terdapat dimensi yang nilainya masih dibawah rata-rata, yaitu dimensi potongan harga/diskon seperti pemberian potongan harga memiliki nilai rata-rata 3,92.

3) Gambaran Kepuasan Pelanggan pada Toko A&A Copier Pematangsiantar

Dari hasil analisa dapat diketahui bahwa pada dimensi kualitas produk dengan indikator karyawan toko A&A Copier dalam memberikan penjelasan produk kepada pelanggan berada pada rata-rata 4,05 dengan kriteria jawaban baik. Hal ini dapat dilihat dari karyawan mampu dalam memberikan penjelasan produk kepada pelanggan.

Selanjutnya indikator karyawan toko A&A Copier Pematangsiantar dalam menjelaskan penggunaan fasilitas berada pada rata-rata 4,00 dengan kriteria jawaban baik, hal ini dapat dilihat dari karyawan sudah mampu menjelaskan penggunaan fasilitas seperti menggunakan komputer dan printer. Untuk indikator penawaran

produk toko A&A Copier Pematangsiantar berada pada rata-rata 3,72 dengan kriteria jawaban baik, pelanggan merasa puas dengan fasilitas dan produk yang ditawarkan kepada pelanggan seperti *fotocopy, print* warna semua ukuran kertas dan menyediakan scanner. Pada indikator hasil print dan fotocopy berada pada rata-rata 3,88 dengan kriteria jawaban baik. hal ini dapat dilihat dari hasil print dan fotocopy yang sudah jelas dan tidak buram. Sedangkan pada indikator hasil jilidan berada pada rata-rata 3,88 dengan jawaban baik hal ini dapat dilihat dari jilidan toko A&A Copier Pematangsiantar sudah baik dan rapi.

Pada dimensi *emotional factor* dengan indikator citra yang diciptakan karyawan toko A&A Copier Pematangsiantar dimata masyarakat berada pada rata-rata 3,98 dengan kriteria jawaban baik, karena karyawan toko A&A Copier Pematangsiantar selalu menjaga citra pelanggan seperti menjaga kedamaian, dan ketenangan serta menghindari hal-hal yang tidak terduga. Indikator tingkat kebanggaan yang dimiliki pelanggan terhadap toko A&A Copier Pematangsiantar berada pada rata-rata 4,05 dengan kriteria jawaban baik, karena pelanggan bangga terhadap toko dikarenakan lokasi toko yang sangat dekat dengan kampus dan pusat kota sehingga mudah untuk di akses. Indikator standar pelayanan yang diberikan oleh toko A&A Copier Pematangsiantar dengan nilai 4,00 dan kriteria jawaban baik, hal ini terjadi karena standar pelayanan toko A&A Copier Pematangsiantar kepada pelanggan sudah di kategorikan baik.

Pada indikator keramahan dan kepedulian karyawan dengan nilai 3,84 dengan kriteria jawaban baik. Hal ini dapat dilihat dari karyawan yang ramah dan peduli kepada pelanggan yang hendak meminta bantuan untuk mengoperasikan komputer maupun printer. Sedangkan pada indikator ketanggapan pelanggan dengan nilai 4,25 dengan kriteria jawaban baik. Hal ini dapat dilihat dari karyawan langsung tanggap dan respon terhadap keluhan-keluhan yang di sampaikan pelanggan.

Pada dimensi kemudahan dengan indikator kelengkapan barang yang dijual toko A&A Copier Pematangsiantar berada pada rata-rata 4,04 dengan kriteria jawaban baik, hal ini disebabkan bahwa fasilitas dan barang yang dijual sudah cukup lengkap. Pada indikator letak lokasi toko toko A&A Copier Pematangsiantar berada pada rata-rata 4,02 dengan kriteria jawaban baik, hal ini dikarenakan lokasi toko A&A Copier Pematangsiantar yang sangat strategis berada di daerah kota dan lokasi kampus sehingga sangat mudah untuk dijangkau oleh pelanggan. Pada indikator kecepatan karyawan

dalam melayani pelanggan berada pada nilai 4,14 dengan kriteria jawaban baik. Hal ini dapat dilihat dari karyawan secara cepat melayani dan mengerjakan setiap pesanan pelanggan. Pada indikator karyawan menjelaskan produk dengan nilai rata-rata 4,11 dengan kriteria jawaban baik. Hal ini dapat dilihat dari karyawan selalu menjelaskan produk yang akan dijual kepada pelanggan agar pelanggan memahami produk yang akan dibeli. Sedangkan pada indikator karyawan memahami kebutuhan pelanggan dengan rata-rata jawaban 4,01 dengan kriteria jawaban baik. Hal ini dapat dilihat dari karyawan selalu berupaya untuk memahami kebutuhan pelanggan dan melayani sepenuh hati.

Secara keseluruhan dapat dilihat bahwa untuk total jawaban responden mengenai kepuasan pelanggan baik dari segi kualitas produk, *emotional factor*, dan kemudahan mendapat nilai rata-rata 4,02 dengan kriteria jawaban baik. Untuk nilai rata-rata tertinggi sebesar 4,25 dengan kriteria jawaban sangat baik pada dimensi *emotional factor* dengan indikator ketanggapan karyawan. Sedangkan nilai rata-rata terendah sebesar 3,72 dengan kriteria jawaban baik pada dimensi kualitas produk dengan indikator penawaran produk kepada pelanggan.

4) Gambaran Loyalitas Pelanggan pada Toko A&A Copier Pematangsiantar

Dari indikator loyalitas afektif berdasarkan kesopanan karyawan toko A&A Copier Pematangsiantar berada pada nilai rata-rata 4,14 dengan kriteria baik, hal ini dikarenakan karyawan dalam melayani pelanggan sudah sopan dan memberikan dedikasi yang baik. Untuk indikator tingkat kepuasan yang diberikan berada pada nilai rata-rata 4,00 hal ini dikarenakan barang yang dijual sudah cukup lengkap. Pada indikator pihak toko memperhatikan keinginan pelanggan dengan rata-rata nilai 3,85 hal ini dikarenakan karyawan mampu memenuhi keinginan dan kebutuhan oleh pelanggan sehingga pelanggan puas dengan layanan yang diberikan.

Pada indikator loyalitas konatif dengan kenyamanan pelanggan saat belanja dengan nilai rata-rata 4,01 dengan kriteria baik, hal ini dikarenakan karyawan memperhatikan keadaan toko dan mengupayakan pelanggan nyaman mungkin dan mengatur volume musik dengan baik. Untuk indikator kesetiaan pelanggan dalam belanja dengan nilai rata-rata 3,70 dengan kriteria nilai baik, hal ini dikarenakan pelanggan sangat setia belanja karena kualitas produk dan pelayanan yang memuaskan. Untuk indikator waktu yang diberikan berada pada nilai rata-rata 3,94 hal ini dikarenakan sering terjadi pesanan barang tidak tepat waktu.

Pada indikator loyalitas kognitif dengan pemberian informasi yang tepat tentang produk yang diberikan kepada pelanggan dengan nilai rata-rata 3,09 dengan kriteria nilai baik, hal ini dikarenakan pelanggan terlebih dahulu mendapatkan informasi sebelum membeli produk. Pada indikator pemberian garansi kepada pelanggan toko A&A Copier Pematangsiantar berada pada nilai rata-rata 3,74 dengan kriteria jawaban baik, hal ini dikarenakan pelanggan akan mendapat garansi apabila mendapat produk yang rusak. Indikator pemberian informasi tentang harga yang akan naik maupun turun berada pada nilai rata-rata 3,61 dengan kriteria jawaban cukup baik, hal ini dikarenakan pihak toko A&A Copier Pematangsiantar sering lupa dan tidak memberikan informasi tentang produk yang akan naik dan turun.

Sedangkan pada indikator loyalitas tindakan dengan indikator pemenuhan keinginan pelanggan diberikan oleh karyawan toko A&A Copier Pematangsiantar berada pada nilai 3,85 dengan kriteria nilai cukup baik, hal ini dikarenakan karyawan belum mampu memenuhi kebutuhan pelanggan secara optimal. Untuk loyalitas tindakan dengan indikator kemampuan karyawan dalam membantu pelanggan yang kesulitan berada pada nilai 3,94 dengan nilai baik, hal ini dikarenakan karyawan selalu mengupayakan pelanggan yang kurang paham dan bingung saat mengoperasikan komputer dan printer. Pada indikator pihak toko memberikan hadiah kepada pelanggan berada pada nilai rata-rata 3,40 dengan kriteria nilai baik, hal ini dikarenakan toko A&A Copier Pematangsiantar memberikan hadiah seperti parcel pada saat hari raya kepada pelanggan yang sangat loyal dan rutin belanja.

Untuk indikator tertinggi loyalitas pelanggan adalah loyalitas afektif yaitu tentang kesopanan karyawan dengan nilai rata-rata 4,14 dengan kriteria nilai baik. Hal ini dikarenakan karyawan mengupayakan kesopanan kepada pelanggan tanpa membedakan satu sama lain. Selanjutnya untuk indikator terendah adalah loyalitas berada pada nilai rata-rata 3,42, hal ini dikarenakan pelanggan tidak secara menyeluruh mendapatkan hadiah.

b. Deskriptif Kuantitatif

1. Analisis Regresi

a) Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan

Analisis regresi linier berganda digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel bebas (X) dan variabel Intervening (Z). Maka dilakukan perhitungan menggunakan program aplikasi SPSS versi 20 dengan hasil hitung regresi sebagai berikut

Tabel 18
Hasil Analisis Regresi Berganda
Coefficients^a

Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients
B	Std. Error	Beta
5.885	3.173	
.523	.067	.478
.661	.086	.470

Dependent Variabel: Kepuasan_Pelanggan
 Sumber: hasil pengolahan data instrument SPSS Versi 20 (2017)

Sumber: data primer hasil pengolahan SPSS Versi 20 tahun 2017.

Berdasarkan hasil pengolahan data pada tabel 18 di atas dapat diperoleh persamaan regresi sebagai berikut: $\hat{Y}_{(z)} = 5,885 + 0,523 X_1 + 0,661X_2$, artinya terdapat pengaruh positif antara kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan pada toko A&A Copier Pematangsiantar.

b) Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan

Tabel 19
Hasil Uji Regresi Linear Sederhana

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients
	B	Std. Error	Beta
(Constant)	10.777	4.612	
¹ Kualitas Pelayanan	,802	,079	,675

Sumber: hasil pengolahan data dengan SPSS Versi 20 (2017)

Berdasarkan Berdasarkan hasil pengolahan data pada tabel 19 di atas dapat diperoleh persamaan regresi sebagai berikut: $\hat{Y}_{(z)} = 10,777 + 0,802 X_1$, artinya terdapat pengaruh positif antara kualitas pelayanan (X_1) terhadap kepuasan pelanggan (Z) pada toko A&A Copier Pematangsiantar.

c) Pengaruh Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan

Tabel 20
Hasil Uji Regresi Linear Sederhana

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients
	B	Std. Error	Beta
(Constant)	22.536	3.211	
¹ Harga	1.049	.096	.703

Sumber: hasil pengolahan data dengan SPSS Versi 20 (2017)

Berdasarkan hasil pengolahan data pada tabel 20 di atas dapat diperoleh persamaan regresi sebagai berikut: $\hat{Y}_{(z)} = 22,536 + 1,0049 X_2$ artinya terdapat pengaruh positif antara harga (X_2) terhadap kepuasan pelanggan (Z) pada toko A&A Copier Pematangsiantar.

d) Pengaruh Kepuasan pelanggan Terhadap LoyalitasPelanggan

Tabel 20
Hasil Uji Regresi Linear Sederhana

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients
	B	Std. Error	Beta
(Constant)	6.197	3.095	
¹ Kepuasan Pelanggan	,663	,051	,736

Sumber: hasil pengolahan data dengan SPSS versi 20 (2017)

Berdasarkan hasil pengolahan data pada tabel 21 di atas dapat diperoleh persamaan regresi sebagai berikut: $\hat{Y} = 6,197 + 0,663Z$, artinya terdapat pengaruh positif antara kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pada toko A&A Copier Pematangsiantar.

2. Koefisien Korelasi dan Koefisien Determinasi
a) Hubungan Kualitas Pelayanan, Harga dengan Kepuasan Pelanggan pada Toko A&A Copier Pematangsiantar

Tabel 22
Analisis Koefisien Korelasi dan Koefisien Determinasi
Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,858 _a	,736	,732	4.861

a. Predictors: (Constant), Citra Merek, Kualitas Produk

b. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Sumber: hasil pengolahan data dengan SPSS versi 20 (2017)

Dari tabel 22 di atas diperoleh korelasi nilai $r = 0,858$ artinya terdapat hubungan yang sangat kuat dan positif antara kualitas pelayanan dan harga dengan kepuasan pelanggan pada Toko A&A Copier Pematangsiantar. Kemudian nilai koefisien determinasi (KD) 0,736 artinya tinggi rendah kepuasan pelanggan pada toko A&A Copier Pematangsiantar sebesar 73,6 % dapat dijelaskan oleh kualitas pelayanan dan harga, sedangkan sisanya 26,4 % dijelaskan oleh faktor-faktor lain seperti citra merek, promosi dan keputusan pembelian.

b) Hubungan Kualitas Pelayanan dengan Kepuasan Pelanggan pada Toko A&A Copier Pematangsiantar

Tabel 23
Analisis Koefisien Korelasi dan Koefisien Determinasi
Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,675 _a	,456	,451	6,520

a. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan

b. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Sumber: hasil pengolahan data dengan SPSS versi 20 (2017)

Dari tabel 23 di atas diperoleh korelasi nilai $r = 0,675$ artinya terdapat hubungan yang kuat dan positif antara kualitas pelayanan dengan kepuasan pelanggan pada Toko A&A Copier Pematangsiantar. Kemudian nilai koefisien determinasi (KD) 0,456 artinya tinggi rendah kepuasan pelanggan pada toko A&A Copier Pematangsiantar sebesar 45,6 % dapat dijelaskan oleh kualitas pelayanan, sedangkan sisanya 54,4 % dijelaskan oleh faktor-faktor lain

seperti citra merek, promosi dan keputusan pembelian.

c) Hubungan Harga dengan Kepuasan Pelanggan pada Toko A&A Copier Pematangsiantar

Tabel 24
Analisis Koefisien Korelasi dan Koefisien Determinasi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,703 _a	,494	,490	6.288

a. Predictors: (Constant), Harga

b. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Sumber: hasil pengolahan data dengan SPSS versi 20 (2017)

Dari tabel 24 di atas diperoleh korelasi nilai $r = 0,703$ artinya terdapat hubungan yang kuat dan positif antara harga dengan kepuasan pelanggan pada Toko A&A Copier Pematangsiantar. Kemudian nilai koefisien determinasi (KD) 0,494 artinya tinggi rendah kepuasan pelanggan pada toko A&A Copier Pematangsiantar sebesar 49,4 % dapat dijelaskan oleh harga, sedangkan sisanya 50,6 % dijelaskan oleh faktor-faktor lain seperti citra merek, promosi dan keputusan pembelian.

3. Uji Hipotesis

a) Hipotesis 1

Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan pada Toko A&A Copier Pematangsiantar Secara Secara Simultan.

Pengujian ini dilakukan secara simultan yaitu dilakukan untuk menentukan diterima atau ditolaknya hipotesis, pengujian hipotesis dilakukan untuk mengetahui apakah variabel kualitas pelayanan dan harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

Pengujian ini dilakukan untuk membandingkan antara F_{hitung} pada taraf signifikansi sebesar 5% atau $\alpha = 0,05$ maka H_0 ditolak. Dengan menggunakan program aplikasi SPSS Versi 20, dapat dilihat dari tabel berikut:

Tabel 25
Hasil Uji Simultan (Uji F)

ANOVA^a

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
Regression	7977.246	2	3988.623	168.810	.000 ^b
Residual	2858.972	121	23.628		
Total	10836.218	123			

a. *Dependent Variable:* Keputusan Pembelian

b. *Predictors:* (Constant), Kualitas Produk, Citra Merek

Sumber: hasil pengolahan data dengan SPSS versi 20 (2017)

Dari hasil analisis pada tabel 25 di atas diperoleh F_{hitung} sebesar 168,810 lebih besar dari F_{tabel} (0,05;2 vs 121) sebesar 3,07 dengan tingkat signifikansi $0,000 \leq \alpha < 0,05$ maka H_0 ditolak, kualitas pelayanan dan harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada toko A&A Copier Pematangsiantar

b) Hipotesis 2

Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan pelanggan pada Toko A&A Copier Pematangsiantar Secara Parsial.

Pengujian ini dilakukan secara parsial yaitu dilakukan untuk menentukan diterima atau ditolaknya hipotesis, pengujian hipotesis dilakukan untuk mengetahui apakah variabel kualitas pelayanan dan harga yang berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

Pengujian ini dilakukan untuk membandingkan antara F_{hitung} pada taraf signifikansi sebesar 5% atau $\alpha = 0,05$ maka H_0 ditolak. Dengan menggunakan program aplikasi SPSS Versi 20, dapat dilihat dari tabel berikut:

Tabel 26
Hasil Uji Parsial (Uji t)

Model	t	Sig.
(Constant)	1.855	.066
1 Kualitas Pelayanan	7.861	.000
Harga	7.727	.000

Sumber: hasil pengolahan data dengan SPSS versi 20 (2017)

Berdasarkan hasil analisis pada tabel 26 di atas dapat dilihat pada variabel kualitas pelayanan (X_1) kualitas pelayanan sebesar 7,861 sedangkan t_{tabel} dengan $df = n-k-1$ ($124 - 2 - 1 = 121$) sebesar 1,979 atau dengan taraf signifikansi $0,000 < \alpha < 0,05$, maka H_0 ditolak, artinya kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada toko A&A Copier Pematangsiantar.

Kemudian nilai t_{hitung} pada variabel X_2 (harga) sebesar 7,727 sedangkan t_{tabel} dengan $df = n-k-1$ ($124-2-1=121$) sebesar 1,979 atau dengan taraf signifikansi $0,000 < \alpha < 0,05$ maka H_0 ditolak, artinya harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada toko A&A Copier Pematangsiantar.

c) Hipotesis 3

Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan pada Topko A&A Copier Pematangsiantar

Pengujian ini dilakukan secara simultan yaitu dilakukan untuk menentukan diterima atau ditolaknya hipotesis, pengujian hipotesis dilakukan untuk mengetahui apakah variabel kepuasan pelanggan yang di uji berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan. Jika tingkat signifikansi $\leq b_0,05$ maka H_2 di tolak.

Untuk menguji hasil perhitungan regresi dapat dilakukan pembuktian hipotesis. Pengujian hipotesis dengan melihat derajat kebebasan adalah sebagai berikut:

Tabel 27
Hasil Uji Parsial (Uji t)

Model	t	Sig.
(Constant)	2.002	.047
1 Kepuasan Pelanggan	13.054	.000

Sumber: hasil pengolahan data dengan SPSS versi 20 (2017)

Berdasarkan hasil analisis pada tabel 27 di atas dapat dilihat pada variabel kepuasan pelanggan (Z) sebesar 13,054 sedangkan t_{tabel} dengan $df = n-k-1$ ($124 - 2 - 1 = 121$) sebesar 1,979 atau dengan taraf signifikansi $0,000 < \alpha < 0,005$, maka H_2 di tolak. Artinya kepuasan pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada toko A&A Copier Pematangsiantar.

4. Evaluasi

a) Kualitas Pelayanan pada Toko A&A Copier Pematangsiantar

Berdasarkan hasil kuesioner dan hasil penelitian yang diperoleh dapat dijelaskan bahwa kualitas pelayanan yang ada pada toko A&A Copier Pematangsiantar sudah dalam kategori baik, hal dilihat dari bukti fisik (*tangibles*), kehandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurances*) dan empati (*emphaty*). Hal ini dapat dibuktikan dengan nilai rata-rata dari kualitas pelayanan karyawan tersebut sebesar 4,08 dengan kriteria jawaban baik. Namun masih ada beberapa aspek yang masih berada dibawah rata-rata.

Pertama pada dimensi bukti fisik (*tangibles*) indikator kondisi ruangan komputer memperoleh nilai 4,00 dengan kriteria jawaban baik. dalam hal ini dapat dilihat bahwa terdapat kipas angin, meja komputer yang nyaman dan ruangan yang bersih. Untuk indikator penampilan karyawan dalam melayani pelanggan toko A&A Copier Pematangsiantar memperoleh nilai 3,97 dengan kriteria jawaban baik. Dalam hal ini dapat dilihat bahwa karyawan sebaiknya di fasilitasi seragam kerja sehingga pelanggan mudah membedakan antara karyawan dan pelanggan.

Pada dimensi kehandalan (*reliability*) untuk indikator waktu yang dijanjikan kepada pelanggan dengan nilai 3,92 dengan jawaban baik. Karyawan toko A&A Copier Pematangsiantar dapat menyelesaikan pesanan dengan waktu yang dijanjikan namun hal ini masih perlu di tingkatkan lagi.

Pada dimensi daya tanggap (*responsivines*) untuk indikator karyawan dalam menjawab pertanyaan pelanggan dengan nilai 4,07 dengan kriteria baik. Hal ini dapat ditinjau dari karyawan mampu menjawab setiap pertanyaan pelanggan dengan baik dan sopan. Untuk indikator ketanggapan karyawan dalam menanggapi masalah pelanggan dengan nilai 4,02 pada kriteria jawaban baik. Sebaiknya keluhan pelanggan dapat di tangani dengan baik agar pelanggan tidak kecewa dan kebutuhannya terpenuhi.

Pada dimensi jaminan (*assurance*) dengan indikator pengetahuan yang dimiliki oleh karyawan 4,04 dengan nilai kategori baik. Karyawan toko A&A Copier Pematangsiantar harus meningkatkan pengetahuannya, memberikan pelatihan dibidang percetakan, jilid, dan menggunakan program dan menangani masalah pada komputer. Agar pelanggan merasa puas dengan pelayanan yang diberikan kepada pelanggan dan karyawan memiliki ilmu yan pengetahuan lebih dari sebelumnya.

Terakhir dimensi empati (*emphaty*) dengan indikator karyawan dalam menangani keluhan pelanggan dengan nilai 3,97 pada kriteria jawaban baik hal ini dapat dilihat dari karyawan mampu

menangani setiap keluhan pelanggan. Pada indikator komunikasi karyawan dengan pelanggan dengan nilai 4,01 pada kriteria jawaban baik. Hal ini dapat dilihat dari karyawan dapat berkomunikasi dengan pelanggan dengan baik.

Sedangkan pada indikator sikap karyawan dalam menangani keluhan pelanggan dengan nilai 3,94 dengan kriteria jawaban baik. Meskipun sudah kategori baik, sebaiknya karyawan toko A&A Copier Pematangsiantar lebih meningkatkan kemampuan berkomunikasi dan melayani pelanggan dengan baik.

Dalam hal ini dapat dilihat bahwa kualitas pelayanan pada toko A&A Copier Pematangsiantar sudah dikategorikan baik. Meskipun sudah dalam kategori baik, toko A&A Copier Pematangsiantar harus tetap mengupayakan pelayanan yang maksimal dengan memberikan seragam kerja kepada karyawan, menyiapkan karyawan yang mahir dibidangnya, memiliki rasa empati dan daya tanggap yang tinggi sehingga memberikan kepuasan tersendiri kepada pelanggan.

b) Harga Toko A&A Copier Pematansiantar

Berdasarkan hasil kuesioner dan hasil penelitian yang diperoleh dapat dijelaskan bahwa harga pada toko A&A Copier Pematangsiantar sudah dalam kategori baik, hal ini dapat dilihat dari keterjangkauan harga, diskon/potongan dan cara pembayaran. Dalam hal ini dapat dibuktikan dengan nilai rata-rata 3,73 dengan kriteria jawaban baik. Namun masih ada aspek yang di bawah rata-rata.

Pertama pada dimensi keterjangkauan harga pada indikator kesesuaian harga barang yang diberikan dengan harga pasaran memperoleh nilai 3,88 dengan kriteria jawaban baik. Dalam hal ini dapat dilihat bahwa harga yang diberikan cukup stabil namun masih perlu untuk menyesuaikan harga dengan toko lain agar tidak ada perbedaan harga. Pada dimensi diskon/potongan dengan indikator memberikan potongan harga dalam pemesanan barang dengan jawaban 3,65 dengan kriteria jawaban baik. Dalam hal ini toko A&A Copier perlu memberikan potongan kepada pelanggan yang sudah memfotocopy lebih dari satu rim kertas.

Sedangkan pada indikator memberikan potongan harga apabila pelanggan membayar dengan cash dengan nilai 3,67 dengan kriteria jawaban baik hal ini dapat dilihat dari pihak toko sudah memberikan potongan harga kepada pelanggan yang berbelanja. Terakhir pada dimensi cara pembayaran dengan indikator kemudahan membayar dengan media online dengan nilai 3,05 pada kriteria jawaban baik. Hal ini dapat dilihat dari pelanggan dapat membayar belanja dengan online atau melalui bank. Sedangkan pada indikator

kemudahan pelanggan pembayaran melalui bank dengan jawaban 3,32 dengan kriteria baik. Pelanggan masih jarang melakukan pembayaran melalui bank untuk itu perlu di promosikan kepada pelanggan. Dalam hal ini dapat dilihat bahwa harga pada toko A&A Copier Pematangsiantar sudah dikategorikan baik. Meskipun sudah dalam kategori baik, toko A&A Copier Pematangsiantar menyediakan kartu kredit/ kartu debit sebagai transaksi penjualan.

c) Kepuasan Pelanggan Pada Toko A&A Copier Pematangsiantar

Kepuasan pelanggan merupakan perasaan yang dirasakan pelanggan setelah membandingkan antara harapan dan kenyataan sebelum dan sesudah meakai suatu produk atau jasa suatu perusahaan. Dimensi pada toko A&A Copier Pematangsiantar dikatakan baik dapat dilihat dari hasil kuesioner yang di bagikan kepada responden secara keseluruhan dengan nilai rata-rata 4,02 dengan kriteria baik. Dari nilai rata-rata diatas, ada beberapa dimensi pada toko A&A Copier Pematangsiantar yang perlu diperhatikan seperti kualitas produk, *emotional factor*, dan kemudahan. Dari perhitungan rata-rata kepuasan pelanggan diperoleh nilai baik namun ada beberapa aspek yang nilainya masih di bawah rata-rata.

Pertama adalah kualitas produk dengan indikator karyawan dalam menjelaskan penggunaan fasilitas dengan nilai 4,00 pada kriteria jawaban baik. Hal ini dapat dilihat dari karyawan mampu menjelaskan fasilitas seperti komputer dan printer kepada pelanggan. Pada indikator penawaran produk pada pelanggan dengan nilai 3,72 pada kriteria nilai baik. hal ini dapat dilihat dari pihak toko dan karyawan mampu menawarkan setiap produk yang terbaru kepada pelanggan.

Pada indikator hasil print dan fotocopy dengan nilai 3,88 dengan kriteria jawaban baik. Hal ini dapat di lihat dari hasil dan print toko A&A Copier Pematangsiantar sudah baik dan tidak buram serta tinta warna yang jelas. Pada indikator hasil jilidan dengan nilai 3,88 pada kriteria nilai baik. hal ini dapat di lihat dari hasil jilidan sudah rapi dan tidak mudah rusak.

Pada dimensi *emotional factor* dengan indikator citra yang diciptakan karyawan di mata masyarakat dengan nilai 3,98 dengan kriteria baik. Meskipun sudah di kategorikan baik namun toko A&A Copier Pematangsiantar perlu memberikan citra yang baik kepada pelanggan agar pelanggan mau memberitahunya kepada orang lain dan pelanggan yang puas dengan pelayanan yang disajikan akan mempersepsikan bahwa toko A&A

Copier mampu menciptakan citra yang baik kepada pelanggan, sehingga jumlah pelanggan akan meningkat.

Pada indikator standar pelayanan yang diberikan karyawan dengan nilai 4,00 dengan kriteria jawaban baik. Hal ini dapat di lihat dari pelayanan yang di sajikan karyawan sudah baik seperti menanggapi setiap keluhan dari pelanggan. Sedangkan pada indikator keramahan dan kepedulian karyawan kepada pelanggan dengan nilai 3,84 pada kriteria jawaban baik. Hal ini dapat dilihat dari karyawan menyapa dengan senyuman manis kepada pelanggan yang baru tiba ke toko dan menanyakan setiap kebutuhan dan permintaan.

Terakhir pada dimensi kemudahan dengan indikator kelengkapan barang yang di jual dengan total jawaban 4,04 dengan kriteria jawaban baik. Meskipun sudah dalam kategori baik toko A&A Copier Pematangsiantar perlu menyiapkan barang dengan lengkap sesuai dengan permintaan dan kebutuhan pelanggan. Kelengkapan barang yang dijual sangat mempengaruhi kepuasan pelanggan. Apabila barang yang dijual lengkap maka pelanggan akan menjadi puas. Pada indikator karyawan memahami kebutuhan pelanggan dengan nilai 4,01 dengan kriteria jawaban baik. Hal ini dapat di lihat dari karyawan sudah mengerti dan memahami akan kebutuhan setiap pelanggan datang.

Dalam hal ini dapat dilihat bahwa kepuasan pelanggan pada toko A&A Copier Pematangsiantar sudah di kategorikan baik. Meskipun dalam kategori baik, toko A&A Copier Pematangsiantar perlu mengupayakan pelayanan yang baik dalam menjelaskan produk kepada pelanggan, memberikan rasa aman, memberikan citra yang baik, dan memperhatikan kelengkapan barang yang dijual kepada pelanggan agar pelanggan puas dengan pelayanan yang di berikan.

d) Loyalitas Pelanggan pada Toko A&A Copier Pematangsiantar

Berdasarkan hasil kuesioner dan hasil penelitian yang diperoleh dapat dijelaskan bahwa loyalitas pada toko A&A Copier Pematangsiantar sudah dalam kategori baik, hal ini dilihat dari loyalitas kognitif, loyalitas afektif, loyalitas konatif dan loyalitas tindakan. Dan dapat dibuktikan dengan nilai rata-rata 3,85 dengan kriteria jawaban baik. Namun masih ada beberapa aspek yang masih berada dibawah rata-rata.

Pertama pada dimensi loyalitas afektif dengan indikator pihak toko memperhatikan keinginan pelanggan dengan kriteria jawaban baik 3,85. Meskipun sudah kategori baik karyawan hendaknya memperhatikan keinginan pelanggan yang butuh

bantuan saat mengoperasikan komputer. Pada indikator tingkat kepuasan yang diberikan kepada pelanggan dengan nilai 4,00 pada kriteria jawaban baik, dalam hal ini karyawan toko A&A Copier Pematangsiantar selalu mengupayakan dengan maksimal kepuasan pelanggan saat berbelanja. Sedangkan pada indikator pihak toko memperhatikan keinginan pelanggan dengan nilai rata-rata 4,14 pada kriteria jawaban baik, untuk lebih lagi memberikan tingkat loyalitas kepada pelanggan karyawan toko harus lebih memperhatikan keinginan pelanggan, mudah merespon dan mampu membantu pelanggan sesuai dengan keinginannya.

Pada dimensi loyalitas konatif dengan indikator kesetiaan pelanggan dalam belanja dengan nilai 3,78 pada kriteria nilai baik. Hal ini dapat dilihat dari pelanggan mau melakukan pembelian berulang dengan waktu yang berbeda. Pada dimensi loyalitas kognitif dengan indikator pemberian informasi yang tepat tentang produk yang di berikan kepada pelanggan dengan nilai 3,09 pada kriteria nilai baik. Hal ini dapat dilihat dari karyawan mampu menjelaskan fungsi dan kegunaan serta cara pemakaian barang yang di beli oleh pelanggan. Pada indikator pemberian garansi kepada pelanggan dengan nilai 3,74 pada kriteria jawaban baik. Hal ini dapat dilihat dari apabila pelanggan membeli flashdisk, maka flashdisk tersebut rusak, maka pelanggan dapat mengembalikan dan pihak toko akan mengganti yang baru kepada pelanggan tersebut. Pada indikator pemberian barang yang akan naik maupun turun dengan nilai 3,61 pada kriteria jawaban baik. Hal ini dapat di lihat dari pelanggan mengetahui harga barang yang naik maupun turun.

Sedangkan pada indikator loyalitas tindakan dengan indikator pihak toko memberikan hadiah kepada pelanggan dengan nilai 3,40 pada kriteria nilai baik. Hal ini dapat dilihat dari pihak toko mau memberikan hadiah kepada pelanggan pada hari tertentu. Namun hal ini belum dapat berjalan secara merata kepada pelanggan toko A&A Copier Pematangsiantar.

Dalam hal ini dapat dilihat bahwa loyalitas pelanggan pada toko A&A Copier Pematangsiantar sudah dikategorikan baik. Walaupun sudah dalam kategori baik, sebaiknya toko A&A Copier Pematangsiantar selalu mengupayakan agar pelanggan tersebut loyal dengan memperhatikan keinginan pelanggan, menjadikan pelanggan setia, pemberitahuan kepada pelanggan tentang harga yang akan naik maupun turun dan toko A&A Copier memberikan hadiah kepada pelanggan yang sudah melakukan pembelian berulang dengan rutin.

5. Kesimpulan dan Saran

a. Kesimpulan

1. Hasil analisis deskriptif kualitatif tentang kualitas pelayanan nilai rata-rata kualitas pelayanan yang diberikan responden berada pada 4,08 dengan kriteria jawaban baik. Rata-rata tertinggi 4,34 pada dimensi bukti fisik (*tangibles*) dengan indikator ketersediaan fasilitas seperti mesin fotocopy, printer dan alat-alat tulis pada toko A&A Copier Pematangsiantar. Untuk nilai terendah 3,92 pada dimensi daya tanggap (*responsiviness*) dengan indikator waktu yang dijanjikan.
2. Hasil analisis deskriptif kualitatif tentang harga memiliki nilai rata-rata 3,73 dengan kriteria jawaban baik. Untuk nilai rata-rata tertinggi sebesar 3,98 pada dimensi keterjangkauan harga dengan indikator pelanggan dalam menjangkau harga yang diberikan oleh toko A&A Copier Pematangsiantar. Sedangkan nilai rata-rata terendah 3,32 pada dimensi cara pembayaran dengan indikator kemudahan pelanggan membayar melalui *bank* pada toko A&A Copier Pematangsiantar.
3. Hasil analisis deskriptif kualitatif tentang kepuasan pelanggan memiliki nilai rata-rata 4,02 pada kriteria baik. Untuk nilai rata-rata tertinggi sebesar 4,25 pada dimensi *emotional factor* dengan indikator ketanggapan karyawan. Sedangkan nilai rata-rata terendah 3,72 pada dimensi kualitas produk dengan indikator penawaran produk pada pelanggan toko A&A Copier Pematangsiantar.
4. Hasil analisis deskriptif tentang loyalitas pelanggan memiliki nilai rata-rata 3,85 dengan kriteria jawaban baik. Pada nilai rata-rata tertinggi 4,14 pada dimensi loyalitas afektif dengan indikator kesopanan karyawan. Sedangkan nilai rata-rata terendah 3,42 pada dimensi loyalitas tindakan pada indikator pihak toko memberikan hadiah kepada pelanggan pada toko A&A Copier Pematangsiantar.
5. Kualitas pelayanan (X_1) dan harga (X_2) memiliki pengaruh yang positif terhadap pelanggan (Z) pada toko A&A Copier Pematangsiantar yang di buktikan dengan hasil regresi $\hat{Y}_Z = 5,885 + 0,523 X_1 + 0,661 X_2$. Kepuasan pelanggan (Z) memiliki pengaruh yang positif terhadap loyalitas pelanggan (Y) pada toko A&A Copier Pematangsiantar di buktikan dengan hasil regresi $\hat{Y} = 6,197 + 0,663Z$.
6. Kualitas pelayanan (X_1) dan harga (X_2) memiliki hubungan yang kuat dan positif dengan kepuasan pelanggan (Z) pada toko A&A Copier

Pematangsiantar yang di buktikan dengan nilai nilai $r = 0,858$ nilai koefisien determinasi sebesar 73,6%. Kemudian kepuasan pelanggan (Z) memiliki hubungan yang kuat dan positif dengan loyalitas pelanggan (Y) pada toko A&A Copier Pematangsiantar yang di buktikan dengan nilai r sebesar 0,763 dan nilai koefisien determinasi 53,83%.

7. Hasil uji hipotesis 1 di peroleh nilai F_{hitung} sebesar 168,810 $> F_{tabel}$ dengan (0,05;2 VS 121) sebesar 3,07 atau taraf signifikansi sebesar $0,000 < \alpha 0,05$, maka H_0 di tolak. Kualitas pelayanan dan harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada toko A&A Copier Pematangsiantar secara simultan di buktikan dengan hasil uji hipotesis 1.
8. Hasil uji hipotesis 2 di peroleh nilai t_{hitung} pada variabel X_1 (kualitas pelayanan) sebesar 7,861 $> t_{tabel}$ dengan $df = n-k-1$ (124-2-1=121) sebesar 1,979 atau taraf signifikansi $0,000 < \alpha 0,05$ maka H_0 di tolak. Artinya kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada toko A&A Copier Pematangsiantar secara parsial.

Hasil uji hipotesis 3 di peroleh nilai t_{hitung} pada variabel Z (kepuasan pelanggan) sebesar 13,054 $>$ lebih besar t_{tabel} dengan $df = n-k-1$ (124-1-2=121) sebesar 1,979 atau dengan taraf signifikansi $0,000 < \alpha 0,05$ maka H_0 di tolak, artinya kepuasan pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada toko A&A Copier secara parsial.

b. Saran

1. Untuk meningkatkan kualitas pelayanan karyawan toko A&A Copier Pematangsiantar hendaknya mampu menangani setiap keluhan dari pelanggan dengan optimal. Ramah kepada pelanggan dan mampu berkomunikasi dan melayani pelanggan dengan baik.
2. Untuk harga, penulis menyarankan agar toko A&A Copier Pematangsiantar memberikan potongan harga kepada pelanggan apabila pelanggan tersebut telah memfotocopy lebih dari satu rim kertas. Toko A&A Copier Pematangsiantar perlu menyediakan kartu kredit sebagai alat transaksi pembayaran.
3. Untuk kepuasan pelanggan, penulis menyarankan toko A&A Copier Pematangsiantar perlu meningkatkan hasil fotocopy maupun print yang lebih jelas dan tidak buram serta jilidan yang rapi agar pelanggan puas dan tidak beralih ke toko lain.
4. Untuk loyalitas pelanggan, penulis menyarankan agar karyawan memperhatikan

keinginan pelanggan yang butuh bantuan dalam mengoperasikan komputer, memberikan informasi tentang produk yang akan di beli pelanggan dan memberikan hadiah kepada pelanggan secara keseluruhan .

5. Sehubungan dengan keterbatasan-keterbatasan yang ada pada penulis, penelitian ini masih terdapat kelemahan-kelemahan dan belum dapat mengungkapkan seluruh variabel yang dapat mempengaruhi kepuasan dan loyalitas pelanggan pada toko A&A Copier Pematangsiantar. Sebagai bahan masukan untuk penelitian selanjutnya, perlu memperbanyak variabel penelitian, seperti citra merek, promosi, keputusan pembelian dan lain-lain.

DAFTAR PUSTAKA

- Adil, Aditya Warma. 2016. **Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Keputusan dan Loyalitas Pasien Rumah Sakit Umum Daerah Kota Bogor**. Bogor: Institut Pertanian Bogor. Tesis.
- Arikunto, Suharsimi. 2006. **Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik**. Jakarta: Rineka Cipta.
- Daft, Richard L. 2009. **Manajemen**. Jilid Satu, Edisi Keenam. Jakarta: Erlangga.
- Ghozali, Imam. 2007. **Aplikasi dan Analisis Multivariate Dengan Program SPSS**. Semarang: Universitas Diponegoro.
- 2016. **Aplikasi dan Analisis Multivariate Dengan Program SPSS 23**. Cetakan Kedelapan. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Griffin, Jill. 2003. **Customer Loyalty Terjemahan Dwi Kartini Yahya**. Jakarta: Erlangga.
- Griffin, Ricky W. 2004. **Manajemen**. Jilid 1. Jakarta: Erlangga.
- Handoko, T. Hani. 2000. **Manajemen Personalia dan Sumber Daya Manusia**. Edisi 2, Cetakan Keempatbelas. Yogyakarta:
- Hafeez, Samraz. 2012. **The Impact of Service Quality, Customer Satisfaction and Loyalty: Evidence From Banking Sector of Pakistan**. Islamabad: SZABIST Islamabad. Journal.
- Hasan, Ali. 2010. **Marketing**. Yogyakarta: Media Presindo.
- Irawan, Handi. 2002. **Sepuluh Prinsip Keputusan Pelanggan**. Cetakan Pertama. Jakarta: Elex Media Komputindo.
- Kamaruddin, Ahmad. 2013. **Akuntansi Manajemen: Dasar-dasar Konsep Biaya dan**

- Pengambilan Keputusan**. Edisi Revisi 8. Jakarta: Rajawali Pers Bisnis.
- Kartajaya, Hermawan. 2007. **Elemen Marketing**. Jakarta. Mizan.
- 2010. **Elemen Marketing**. Jakarta. Mizan.
- Kismono, Gugup. 2001. Strategi Menaklukan Pasar. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Kotler dan Gary Armstrong. 2007. **Dasar-dasar Pemasaran**. Jilid 1, Edisi Keduabelas. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip. 2004. **Manajemen Pemasaran**. Jilid 1, Edisi 11. Jakarta: PT. Indeks.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2009. **Manajemen Pemasaran**. Jilid 2, Edisi Ketigabelas. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2008. **Manajemen Pemasaran**. Jilid 2, Edisi Ketigabelas. Jakarta: Erlangga.
- 2009. **Manajemen Pemasaran**. Jilid 2, Edisi Ketigabelas. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2005. **Manajemen Pemasaran**. Jilid 1 dan 2. Jakarta: PT. Indeks Kelompok Gramedia.
- 2007. **Manajemen Pemasaran**. Jilid 1, Edisi 12. Jakarta: PT. Indeks Kelompok Gramedia.
- Kotler, Philip. 2002. **Manajemen Pemasaran**. Edisi Milenium. Jakarta: PT. Prenhalindo.
- Krisna. N. L. 2007. <http://marketing-teori.blogspot.com/2007/04/LoyalitasPelanggan.html>: Tahun Akses 2014
- Lupiyoadi, Rambat dan Hamdani. 2001. **Manajemen Pemasaran Jasa**. Jakarta: Salemba Empat.
- **Manajemen Pemasaran Jasa**. Edisi Kedua. Jakarta: Salemba Empat.
- 2006. **Manajemen Pemasaran Jasa**. Edisi Kedua. Jakarta: Salemba Empat.
- Machfoedz, Mahmud. 2005. **Pengantar Pemasaran Modern**. Yogyakarta: Akademi Manajemen Perusahaan YKPN.
- Maskur, Muhammad. 2016. **Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi Kasus Pada Bengkel Mobil Larasati Lumajang)**. Jember: Universitas Muhammadiyah Jember. Jurnal.
- Nasution, Nur. 2001. **Manajemen Mutu Terpadu**. Bogor: Ghalia Indonesia.
- 2004. **Manajemen Jasa Terpadu**. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Nasution, M.N, 2015. **Reformasi Birokrasi: Peningkatan Mutu Pelayanan Publik**. Semarang: Universitas Diponegoro, Skripsi.
- Oliver dan Rahmayanty, Nina. 2010. **Manajemen Pelayanan Prima, Mencegah Pembelotan dan Membangun Customer Loyalty**. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Peter, J dan Olson. J. 2005. **Consumer Behavior & Marketing Strategy 7th Edition**. New York: McGraw-Hill/Irwin.
- Ratminto. 2008. **Manajemen Pelayanan**. Yogyakarta: Pustaka Belajar.
- Robbins, Stephen P dan Mary Coulter. 2007. **Manajemen**. Jilid 1. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- 2012. **Prinsip-prinsip Pemasaran**. Jilid 1, Edisi Keduabelas. Jakarta: Erlangga.
- Saladin, Djaslim. 2006. **Manajemen Pemasaran**. Edisi Keempat. Bandung: Linda Kara.
- Simbolon, Hotman. 2009. **Statistika**, Jakarta: Salemba Empat.
- Sugiyono, 2013. **Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D**. Bandung: Alfabeta.
- 2016. **Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D**. Bandung: Alfabeta.
- Surmawan, Ujang. 2003. **Perilaku Konsumen Teori dan Penerapan Modern**, Yogyakarta: Liberty.
- Sulistiyono, Rahmad, 2015. **Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Persepsi Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Mediasi (Studi Kasus Konsumen Indomaret Babarsari Yogyakarta)**. Yogyakarta: Universitas Negeri Yogyakarta. Skripsi.
- Swastha, Basu dan Irawan. 2002. **Manajemen Pemasaran Modern**. Yogyakarta Liberty.
- Tjiptono, Fandy, 2000. **Prinsip dan Dinamika Pemasaran**. Edisi Pertama. Yogyakarta. Graha Ilmu.
- 2005. **Strategi Pemasaran**. Yogyakarta: Andi.
- 2006. **Strategi Pemasaran**. Yogyakarta: Andi.
- 2008. **Strategi Pemasaran**. Yogyakarta: Andi.
- 2011. **Service, Quality, & Satisfaction**. Yogyakarta: Andi.
- Tjiptono, Fandy dan Gregorius Chandra. 2011. **Service, Quality, & Satisfaction**. Edisi Keempat. Yogyakarta: Andi.

- 2013. **Service, Quality, & Satisfication**. Yogyakarta: Andi.
- Umar, Husein. 2004. **Metode Riset Perilaku Konsumen Jasa**. Bogor: Gramedia.
- Yazid. 2003. **Pemasaran Jasa: Konsep dan Implementasi**. Yogyakarta: Ekonosia.
- Yusmananto, Eko.2011. **Pengaruh Kualitas dan Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan pada Usaha Bahan Bangunan Sembilan Lima di Kecamatan Gunung Pati**. Semarang: Universitas Semarang. Skripsi.