

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN KEPUASAN PELANGGAN
TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PADA CV. SINAR SURYA
PALEMBANG**

SKRIPSI



NAMA : NYIMAS NADRA
NIM : 212013322.M

**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PALEMBANG
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
2017**

PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Nyimas Nadra

NIM : 21.2013.322.M

Jurusan : Manajemen

Menyatakan bahwa skripsi ini telah ditulis sendiri dengan sungguh-sungguh dan tidak ada bagian yang merupakan penjiplakan karya orang lain.

Apabila dikemudian hari terbukti bahwa pernyataan ini tidak benar, maka saya siap menerima sanksi sesuai peraturan yang berlaku.

Palembang, Februari 2017

Penulis

METERAI
TEMPEL
TGL. 20
DF67CAEF40184488
6000
ENAM RIBU RUPIAH
Nyimas Nadra



Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah
Palembang

TANDA PENGESAHAN SKRIPSI

Judul : **Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada CV. Sinar Surya Palembang**
Nama : **Nyimas Nadra**
NIM : **21.2013.322.M**
Fakultas : **Ekonomi dan Bisnis**
Program Studi : **Manajemen**
Mata Kuliah Pokok : **Manajemen Pemasaran**

Diterima dan Disahkan
Pada tanggal, **2017**
Pembimbing,



Mardiana Puspasari, S.E., M.Si
NIDN: 0226107001

Mengetahui,
Dekan
u.b. Ketua Program Studi Manajemen



Hj. Maftuhah Nurrahmi, SE., M.Si
NIDN: 0216057001

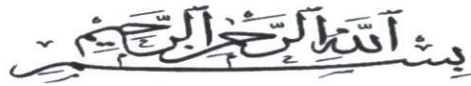
PERSEMBAHAN DAN MOTTO:

- ☛ Semangat merupakan serpihan – serpihan kemauan yang disisipkan pada setiap celah dalam kerja keras kita, untuk mencegah masuknya kemalasan.
- ☛ Bukan kurangnya bakat atau tidak adanya modal yang menghalangi kita dari sukses, tapi tidak cukupnya keberanian untuk mengambil resiko dalam setiap tantangan.
- ☛ Berusahalah jangan sampai terlengah walau sedetik saja, karena dengan kelengahan itu kita tidak akan bisa mengembalikan waktu itu seperti semula lagi, jadi tetaplah berusaha.

(Nyimas Nadra)

**Terucap Syukur Kupersembahkan
kepadaMu ya Allah, serta kepada:**

-  **Ayah dan Ibu tercinta yang selalu memberikan do'a dan restu kepadaku.**
-  **Adik yang selalu menyemangatiku.**
-  **Sahabat-sahabat seperjuanganku.**
-  **Pembimbing skripsiku yang selalu sabar dan meluangkan waktunya dalam membimbingku**
-  **Almamaterku.**



PRAKATA

Segala puji bagi Allah SWT, berkat rahmatNya penulisan skripsi dengan judul “Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan pada CV. Sinar Surya Palembang” ini dapat penulis selesaikan sebagaimana waktu yang dijadwalkan.

Penulisan skripsi ini tentu tidak akan selesai tanpa dorongan dan dukungan banyak pihak. Maka dari itu penulis sampaikan ucapan terima kasih terutama kepada kedua orang tuaku Ayah dan Ibu serta Kakak ku Nyimas Nadia, yang do’a dan motivasinya memiliki makna besar penyelesaian skripsi ini. Selain itu ucapan terima kasih juga penulis sampaikan kepada :

1. Bapak Dr. Abid Djazuli, SE., MM selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Palembang.
2. Bapak Drs. H. Fauzi Ridwan, M.M selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Palembang.
3. Ibu Hj. Maftuhah Nurrahmi, SE., M.Si. selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Muhammadiyah Palembang.
4. Ibu Mardiana Puspasari, SE., M.Si. selaku dosen pembimbing skripsi yang telah banyak meluangkan waktunya untuk memberikan arahan bimbingan dan koreksi serta dorongan yang sangat berharga dalam penyusunan skripsi ini.

5. Bapak Yudha Mahrom DS, SE., M.Si. selaku Penasihat Akademik (PA) kelas malam
6. Seluruh Bapak, Ibu Dosen, dan staf pegawai Universitas Muhammadiyah Palembang.
7. Seluruh karyawan/ti CV. Sinar Surya Palembang atas bantuannya sehingga penelitian berjalan dengan lancar.
8. Seluruh sahabat seangkatan dan seperjuangan (Novi Fitriana, Aulia Ratu Syahdima, Jufita Dianti, Nova Hidayatullah, Syarah, RA. Dwi)
9. Dan seluruh pihak yang telah membantu yang tidak bisa disebutkan satu per satu.

Semoga Allah SWT membalas budi baik untuk seluruh bantuan yang diberikan guna menyelesaikan skripsi ini. Penulis menyadari, meskipun banyak usaha yang telah dilakukan, akan tetapi skripsi ini masih jauh dari sempurna. Meskipun demikian mudah-mudahan dari skripsi ini tetap ada manfaat yang dapat diperoleh. Amin.

Palembang, 2017

Nyimas Nadra

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN DEPAN.....	i
HALAMAN JUDUL.....	ii
HALAMAN PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI.....	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN DAN MOTTO.....	v
HALAMAN PRAKATA.....	vi
HALAMAN DAFTAR ISI.....	viii
HALAMAN DAFTAR TABEL.....	x
HALAMAN DAFTAR LAMPIRAN.....	xii
ABSTRAK.....	xiii
ABSTRACT.....	xiv

BAB I. PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah.....	9
C. Tujuan Penelitian.....	9
D. Manfaat Penelitian.....	10

BAB II. KAJIAN PUSTAKA

A. Penelitian Sebelumnya.....	11
B. Landasan Teori.....	13
C. Hipotesis.....	28

BAB III. METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian.....	29
B. Lokasi Penelitian.....	29
C. Operasionalisasi Variabel.....	30
D. Populasi dan Sampel.....	30

E. Data yang digunakan.....	31
F. Teknik Pengumpulan Data.....	31
G. Analisis Data dan Teknik Analisis.....	33
1. Analisis Data.....	33
2. Teknik Analisis.....	34

BAB IV. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian.....	39
B. Pembahasan Penelitian.....	63

BAB V. SIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan.....	66
B. Saran	66

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel I.1 Data Jumlah pendapatan CV. Sinar Surya 2014 - 2016.....	7
Tabel II.1 Operasionalisasi Variabel.....	30
Tabel IV.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	45
Tabel IV.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Umur.....	46
Tabel IV.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	46
Tabel IV.4 Pelayanan di CV. Sinar Surya Palembang sangat Meyakinkan	47
Tabel IV.5 CV. Sinar Surya Palembang Sangat Akurat dalam Memberikan Pelayanan.....	48
Tabel IV.6 Cepat dan Tanggap dalam Menerima Pelayanan di CV. Sinar Surya Palembang.....	49
Tabel IV.7 CV. Sinar Surya Palembang Selalu Tepat dalam Memberikan Pelayanan kepada Pelanggannya.....	49
Tabel IV.8 Sudah Percaya dengan Jasa yang diberikan oleh CV. Sinar Surya Palembang.....	50
Tabel IV.9 Sudah yakin dengan Kualitas Jasa yang diberikan oleh CV. Sinar Surya Palembang.....	51
Tabel IV.10 Harga Jasa <i>Service</i> Mobil di CV. Sinar Surya Palembang Terjangkau.....	52
Tabel IV.11 Harga Jasa <i>Service</i> Mobil di CV. Sinar Surya Palembang Sesuai dengan <i>Service</i> yang ditawarkan.....	52
Tabel IV.12 Sudah Nyaman dengan Jasa <i>Service</i> Mobil yang ditawarkan di CV. Sinar Surya Palembang.....	53
Tabel IV.13 Sudah Terbiasa Menggunakan Jasa <i>Service</i> Mobil yang Ditawarkan di CV. Sinar Surya Palembang.....	54
Tabel IV.14 Selalu Kembali Menggunakan Jasa <i>Service</i> Mobil yang ada di CV. Sinar Surya Palembang.....	54

Tabel IV.15 Selalu Rutin Menggunakan Jasa *Service* Mobil yang ada di CV.
 Sinar Surya Palembang..... 55

Tabel IV.16 Uji Validitas..... 56

Tabel IV.17 Uji Reliabilitas..... 57

Tabel IV.18 Regresi Linier Berganda..... 58

Tabel IV.19 Uji F..... 59

Tabel IV.20 Uji t..... 60

Tabel IV.21 Koefisien Determinasi..... 61

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Kuesioner.....
Lampiran 2	Hasil Linier Berganda.....
Lampiran 3	Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Loyalitas Pelanggan.....
Lampiran 4	Hasil Kualitas Pelayanan (X_1).....
Lampiran 5	Hasil Kepuasan Pelanggan (X_2).....
Lampiran 6	Jawaban Responden.....
Lampiran 7	Surat Pernyataan Selesai Melakukan Riset
Lampiran 8	Foto Copy Aktivitas Bimbingan Skripsi
Lampiran 9	Foto Copy Sertifikat Hafalan Surat-surat Pendek
Lampiran 10	Foto Copy Sertifikat TOEFL
Lampiran 11	Foto Copy Piagam KKN
Lampiran 12	Biodata Penulis

ABSTRAK

Nyimas Nadra. 21.2013.322.M/2017. Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada CV. Sinar Surya Palembang.

Rumusan Masalah dalam penelitian ini adalah apakah terdapat pengaruh kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan secara simultan terhadap loyalitas pelanggan pada CV. Sinar Surya Palembang. Tujuannya untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan secara simultan terhadap loyalitas pelanggan pada CV. Sinar Surya Palembang. Penelitian ini termasuk penelitian asosiatif yang bersifat menyatakan hubungan antara dua variabel atau lebih.

Sampel dalam penelitian ini berjumlah 100 responden yang disebar pada pengguna jasa service mobil di CV. Sinar Surya Palembang. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer yang berupa hasil kuisioner yang diisi oleh responden, dan sekunder yang berupa jumlah pelanggan di CV. Sinar Surya Palembang. Metode analisis data yang digunakan analisis kualitatif, uji validitas dan uji reliabilitas, regresi linier berganda, uji f (uji bersama-sama), dan uji t (uji parsial).

Hasil penelitian menggunakan regresi linier berganda ada pengaruh antara kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan secara simultan terhadap loyalitas pelanggan. Uji F ada pengaruh antara kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan secara simultan terhadap loyalitas pelanggan. Uji t (uji parsial) ada pengaruh antara kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan dan ada pengaruh antara kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan.

Kata kunci : Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pelanggan, Loyalitas Pelanggan

ABSTRACT

Nyimas Nadra 21.2013.322.M/2017. *The Influence of Service Quality and Customers' Satisfaction toward Customers' Loyalty at CV. Sinar Surya Palembang.*

This research is formulated whether or not there was significant influence of service quality and customers' satisfaction toward customer' loyalty at CV. Sinar Surya Palembang. This research is aimed at determining the significant influence of service quality and customers' satisfaction toward customers' loyalty at CV. Sinar Surya Palembang. The type of this research was an associative research in line with two or more variabels.

There were 100 respondents got through from all customers of cars service at CV. Sinar Surya Palembang. The data sources were primary data in the form of questionnaires filled in by respondents and secondary data in term of the number of the customers at CV. Sinar Surya Palembang. This research was a quantitative analysis. To analyze the data, the researcher used validity test, reliability test, multiple linear regression, Ftest (simultaneously) and Ttest (partially).

The results showed showed that there was significant influence of service quality and customers' satisfaction toward customers' loyalty. Ftest (simultaneously) showed that there was significant influence of service quality toward customers' loyalty. Ttest (partially) showed that there was significant influence of service quality toward customers' loyalty, and there was also significant influence of customers' satisfaction toward customers' loyalty.

Keywords : *Service Quality, Customers' Satisfaction, Customers' Loyalty*

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Era globalisasi memberikan pengaruh cukup besar bagi pemasaran dan menumbuhkan tantangan-tantangan baru dalam profesi pemasaran masa kini. Pemasar dituntut untuk dapat memahami bagaimana kejadian-kejadian yang ada di berbagai penjuru dunia mempengaruhi pasar domestik dan peluang pencarian terobosan baru, dan tentu saja bagaimana perkembangan-perkembangan tersebut akan mempengaruhi pola pemasaran perusahaan. dengan beragamnya permintaan pelanggan membuat para pengusaha berlomba-lomba untuk mendapatkan simpati serta loyalitas dari calon pelanggannya. Bila pelanggan telah memutuskan untuk menjadi pelanggan maka bisa dipastikan mereka akan kembali membeli produk yang diproduksi dari perusahaan tersebut.

Di era persaingan yang semakin kompetitif ini, setiap perusahaan makin menyadari pentingnya aspek loyalitas pelanggan untuk menjamin kelangsungan bisnis mereka. Seorang pelanggan yang loyal menjadi aset yang sangat bernilai bagi perusahaan. Dipertahankannya pelanggan yang loyal dapat mengurangi usaha mencari pelanggan baru yang berarti memberikan umpan balik positif kepada perusahaan. Perusahaan dapat lebih melakukan penghematan biaya dalam mempertahankan pelanggan yang lama daripada mencari pelanggan baru.

Globalisasi membawa dampak yang sangat besar bagi perkembangan dunia bisnis di seluruh dunia. Pasar terbuka luas dan peluang menjadi semakin lebar, namun sebaliknya persaingan menjadi semakin ketat dan sulit diprediksikan. Kondisi ini menuntut setiap perusahaan untuk menciptakan keunggulan kompetitif bisnisnya agar mampu bersaing secara berkesinambungan dengan perusahaan-perusahaan lain yang berkecimpung dalam bidang yang sama. Perusahaan yang ingin berkembang dan mendapatkan keunggulan kompetitif harus dapat memberikan produk berupa barang atau jasa yang berkualitas dan pelayanan yang baik kepada para pelanggan, sehingga akan muncul kepuasan dalam benak pelanggan dan diharapkan akan membawa dampak positif bagi perusahaan (Edy Mulyanto,2011).

Di era modern ini alat transportasi roda empat atau mobil sudah menjadi kebutuhan mendasar bagi masyarakat kalangan menengah keatas, terbukti dengan semakin tingginya angka pembelian mobil baru maupun bekas disetiap tahunnya, jumlah pengguna transportasi jenis roda empat atau mobil ini semakin tidak terkendali hingga menyebabkan permasalahan yang kian rumit, seperti kemacetan jalan raya yang semakin tidak terkendali, dan berpengaruh terhadap tingginya tingkat kecelakaan lalu lintas di jalan raya.

Tingginya tingkat kecelakaan lalu lintas di jalan raya merupakan bukti bahwa adanya peluang bisnis yang terbuka lebar bagi jasa perbengkelan khususnya bengkel mobil. Sehingga seiring berjalannya waktu pelaku bisnis di bidang jasa bengkel inipun semakin menjamur, dengan bermacam harga dan

fasilitas yang dimilikinya, yang akan memberikan pilihan bagi pelanggan dalam menggunakan jasa bengkel tersebut.

Tingkat persaingan antar perusahaan semakin tinggi dan ketat, keadaan tersebut menyebabkan perusahaan pada umumnya berusaha untuk mempertahankan kelangsungan hidup. Syarat yang harus dipenuhi suatu perusahaan agar dapat sukses dalam persaingan adalah berusaha mencapai tujuan untuk menciptakan dan mempertahankan pelanggan (Tjiptono, 2012:19). Signifikasi loyalitas pelanggan sangat terkait dengan kelangsungan perusahaan dan terhadap kuatnya pertumbuhan perusahaan di masa datang, oleh karena itu mempertahankan pelanggan yang ada saat ini lebih penting dibanding strategi agresif seperti memperluas ukuran pasar dengan menggaet pelanggan potensial (Lupiyoadi dan Hamdani, 2006:195).

Untuk mendapatkan loyalitas pelanggan perusahaan perlu melakukan strategi pemasaran yang tepat agar dapat mempengaruhi loyalitas pelanggannya. Persaingan yang semakin ketat akan membuat para pelaku bisnis menjadi lebih bergairah dalam memberikan pelayanan terhadap pelanggan, bertujuan untuk memberikan rasa puas terhadap pelanggan dan dapat memiliki daya saing dibandingkan kompetitor. Kualitas pelayananlah yang menjadi poin utama dalam jasa perbengkelan ini, jika pelayanan diberikan secara maksimal tentu saja akan mempengaruhi loyalitas seorang pelanggan. Menurut Kotler dan Keller (2009) kualitas adalah jaminan terbaik atas loyalitas pelanggan, pertahanan terkuat perusahaan dalam menghadapi

persaingan, dan satu-satunya jalan untuk mempertahankan pertumbuhan dan penghasilan.

Faktor yang dapat mempengaruhi loyalitas pelanggan dalam menggunakan jasa service mobil, diantaranya adalah kualitas pelayanan yang diberikan, kepuasan yang dirasakan pelanggan, dan nilai yang dipikirkan pelanggan. Menurut Lewis dan Booms (dalam Tjiptono dan Chandra, 2005:121), kualitas layanan atau kualitas jasa merupakan ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan mampu sesuai dengan ekspektasi pelanggan. Menurut Parasuraman dkk (dalam Lupiyoadi dan Hamdani, 2006:182) terdapat lima dimensi dalam kualitas jasa yaitu berwujud (tangible), keandalan (reliability), ketanggapan (responsiveness), jaminan dan kepastian (assurance), empati (emphaty). Suatu perusahaan yang mampu memberikan pelayanan yang baik kepada pelanggan akan dapat membuat citra positif terhadap perusahaan. Pelayanan yang baik mendorong minat pelanggan untuk menggunakan kembali jasa tersebut sehingga tercipta loyalitas.

Memang tidak mudah menjadi yang terbaik, selain harus menyediakan kualitas pelayanan terbaik juga ada faktor pola perilaku pelanggan yang tidak mudah ditebak, apalagi di Indonesia yang terdiri dari berbagai macam budaya, sehingga memiliki ragam pola perilaku yang berbeda pula. Salah satu faktor utama yang harus diperhatikan oleh perusahaan dalam meningkatkan kepuasan pelanggan adalah kualitas pelayanan.

Loyalitas pelanggan juga dapat terbentuk dari kepuasan yang dirasakan oleh pelanggan. Kotler dan Keller (2008:177), menyatakan bahwa kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja (atau hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja (atau hasil) yang diharapkan. Dengan kata lain, seseorang merasa puas apabila hasil yang didapat minimal mampu memenuhi harapannya sedangkan seseorang merasa tidak puas apabila hasil yang didapat tidak mampu memenuhi harapannya. Kepuasan yang dirasakan seseorang akan memberikan dampak terhadap perilaku penggunaan kembali secara terus menerus sehingga terbentuklah loyalitas.

Kepuasan pelanggan merupakan aspek yang harus diperhatikan, jika pelanggan merasa puas dengan pelayanan diberikan tentu saja akan menimbulkan dampak psikologis yang positif, yang mungkin akan berdampak pada loyalitas terhadap perusahaan yang memberikan kepuasan tersebut. Jika pelanggan telah memiliki perasaan puas akan pelayanan yang diberikan, dapat dipastikan pelanggan tersebut akan menjadi pelanggan yang loyal dan tidak akan berpaling pada jasa layanan yang lain. Signifikansi loyalitas pelanggan sangat terkait dengan kelangsungan perusahaan dan terhadap kuatnya pertumbuhan perusahaan di masa datang. Oleh karena itu, agar perusahaan mampu mempertahankan tingkat laba yang stabil, saat pasar mencapai kematangan atau kedewasaan dan persaingan bisnis begitu tajam, strategi definisi seperti berusaha untuk mempertahankan pelanggan yang ada saat ini

lebih penting dibanding strategi agresif seperti memperluas ukuran pasar dengan menggaet pelanggan potensial.

Selain itu, nilai yang dipikirkan pelanggan juga akan memberikan pengaruh terhadap kelayakan seorang pelanggan terhadap produk atau jasa yang digunakannya. Nilai yang dipikirkan pelanggan adalah selisih antara evaluasi calon pelanggan atas semua manfaat serta semua biaya tawaran tertentu dan alternatif – alternatif lain yang dipikirkan (Kotler, 2005:68). Apabila nilai yang ditawarkan suatu perusahaan relatif lebih tinggi dari pesaing akan mempengaruhi tingkat loyalitas pelanggan, semakin tinggi persepsi nilai yang dirasakan oleh pelanggan, maka semakin besar kemungkinan terjadinya hubungan atau transaksi (Gale,1994 dalam Alida, 2007:74). Untuk membentuk loyalitas pelanggan yang tinggi, maka suatu perusahaan harus mampu memberikan nilai pelanggan yang tinggi pula.

CV Sinar Surya Palembang merupakan perusahaan yang bergerak di bidang jasa *service* mobil dan penjualan sparepart mobil. Beberapa aktivitasnya adalah menawarkan berbagai macam sparepart mobil dan jasa meliputi *injection pump, tune-up, spooring, balancing, overhowl engine* dan sebagainya. Hal ini dilakukan untuk memenuhi berbagai macam keperluan perbaikan terhadap kendaraan (mobil). Seiring dengan semakin bertambahnya bengkel mobil , jumlah pelanggan CV Sinar Surya Palembang selama periode tiga tahun terakhir mengalami penurunan jumlah pelanggan.

Tabel I.1
Data Jumlah Pelanggan CV. Sinar Surya Palembang
Periode 2014-2016

No	Tahun	Jumlah Pelanggan
1	2014	1.091
2	2015	1.020
3	2016	1.008

Sumber: CV Sinar Surya Palembang, 2016

Berdasarkan tabel I.1 diatas, dapat diketahui bahwa dalam periode tiga tahun terakhir CV Sinar Surya Palembang mengalami penurunan jumlah pelanggan, maka dapat diduga beberapa pelanggan bengkel mobil CV Sinar Surya Palembang pindah menggunakan jasa service mobil lain. Penurunan jumlah pelanggan ini dipengaruhi oleh berbagai faktor diantaranya faktor kualitas pelayanan dan faktor kepuasan pelanggan.

Kualitas pelayanan CV. Sinar Surya Palembang dikatakan sudah cukup baik namun dikarenakan jumlah karyawan yang terbatas dan jumlah pelanggan yang cukup banyak membuat karyawan sedikit kesulitan untuk memberikan pelayanan yang prima sehingga pelayanan di CV. Sinar Surya Palembang pun menjadi sedikit lebih lambat dan untuk fasilitas CV. Sinar Surya Palembang terbilang tidak terlalu lengkap sehingga mengakibatkan penurunan jumlah pelanggan pada CV. Sinar Surya Palembang.

Untuk kepuasan pelanggan CV. Sinar Surya Palembang sendiri sangat berkaitan erat dengan kualitas pelayanan yaitu apabila kualitas pelayanannya baik maka pelanggan akan merasa puas, begitupun sebaliknya. Harga jasa pada CV. Sinar Surya Palembang sudah sangat bersaing yaitu mengikuti harga

seperti yang ada pada jasa *service* mobil pesaing, CV. Sinar Surya Palembang terbilang berada dilokasi yang strategis sehingga dekat dengan pelanggan.

Berdasarkan survey awal yang penulis lakukan pada jasa *service* mobil CV. Sinar Surya Palembang Untuk meningkatkan loyalitas pelanggan, jasa *service* mobil CV. Sinar Surya Palembang, menawarkan pelayanan yang memiliki perbedaan dengan bengkel mobil lainnya, seperti, siap siaga disaat hari libur kerja seperti hari besar keagamaan dan hari besar lainnya. Jika terjadi kecelakaan, anggota karyawan siap melakukan penderekan dengan mobil derek yang dimiliki oleh jasa *service* mobil CV. Sinar Surya Palembang Selain itu guna memberikan kepuasan pelanggan, jasa *service* mobil CV. Sinar Surya Palembang menerima keluhan-keluhan yang berhubungan dengan kesalahan dalam perbaikan mobil dan bila diperlukan akan dilakukan perbaikan ulang dengan waktu secepat mungkin. Untuk menambah kepuasan pelanggan, jasa *service* mobil CV. Sinar Surya Palembang juga memberikan garansi pada jasa perbaikan mobil yang dilakukan jasa *service* mobil CV. Sinar Surya Palembang.

Berdasarkan uraian di atas, dimana pasar selalu dinamis dan semakin menuntut pihak pemasar untuk melakukan antisipasi pemasaran produknya, maka menarik untuk meneliti tentang **“Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan pada CV. Sinar Surya Palembang”**.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka rumusan dalam penelitian ini adalah :

1. Apakah terdapat pengaruh kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan secara simultan terhadap loyalitas pelanggan pada CV. Sinar Surya Palembang?
2. Apakah terdapat pengaruh kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan secara parsial terhadap loyalitas pelanggan pada CV. Sinar Surya Palembang?

C. Tujuan Penelitian

Selaras dengan rumusan masalah di atas, yang menjadi tujuan dalam penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan secara simultan terhadap loyalitas pelanggan pada CV. Sinar Surya Palembang.
2. Untuk Mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan secara parsial terhadap loyalitas pelanggan pada CV. Sinar Surya Palembang?

D. Manfaat Penelitian

1. Bagi Penulis

Dapat memberikan wawasan dalam memahami ilmu manajemen pemasaran dan memperluas pengetahuan yang telah diperoleh selama kuliah dan dunia kerja yang sesungguhnya.

2. Bagi Perusahaan

Penelitian ini diharapkan menjadi bahan pertimbangan dan masukan bagi perusahaan dalam menetapkan kebijakan dan strategi di bidang pemasaran untuk mengembangkan usaha bisnis mereka.

3. Bagi Almamater

Diharapkan dapat menjadi bahan acuan bagi penelitian selanjutnya.

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

A. Penelitian Sebelumnya

Penelitian yang dilakukan oleh Syamsul Hidayat tahun (2010) dengan judul Pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan di Rumah Susu & Capcin Lovers. Populasi dalam penelitian ini adalah pelanggan dari rumah susu & capcin lovers di Yogyakarta. Sampel diambil dari 100 responden dengan menggunakan teknik purposive sampling. Data dikumpulkan dengan menggunakan metode survei melalui kuesioner yang diisi oleh pelanggan, dan kemudian data yang diperoleh dianalisis menggunakan analisis regresi berganda. Analisis ini menggunakan uji validitas dan uji reliabilitas, analisis regresi berganda, uji asumsi klasik, pengujian hipotesis melalui uji t dan uji f dan analisis koefisien determinasi (R^2).

Dari hasil analisis regresi linier berganda diketahui bahwa variabel kualitas pelayanan dan harga berpengaruh terhadap variabel kepuasan pelanggan baik secara simultan maupun parsial, indikator dalam penelitian ini adalah valid dan reliables. Faktor yang paling dominan yang mempengaruhi kepuasan pelanggan adalah kualitas pelayanan diikuti dengan harga. Kemudian uji F dapat diketahui bahwa variabel independen layak untuk menguji variabel dependen. Hasil adjusted R Square adalah 0,568 berarti variabel independen dapat menjelaskan 56,8% dari variabel dependen.

Penelitian yang dilakukan oleh Novalita Widi Astuti (2013) dengan judul Pengaruh Kualitas Pelayanan Jasa Taksi Terhadap Kepuasan Pelanggan PT.Citra Perdana Kendedes di Malang. Penelitian menggunakan metode kuantitatif. Variabel yang digunakan adalah variabel bebas dan variabel terikat. Jumlah sampel yang diambil sebanyak 96 dengan pengambilan sample secara *purposive sampling*. Dalam pengumpulan data peneliti menggunakan data primer dan data sekunder yaitu metode kuesioner yang dilengkapi dengan wawancara, observasi, dan dokumen. Metode analisis yang digunakan adalah metode regresi linear berganda. Pengujian secara simultan memberikan kesimpulan bahwa kelima variabel kualitas pelayanan jasa yang terdiri dari (bukti fisik, kehandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Hasil analisis menunjukkan bahwa secara parsial kelima variabel tersebut berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Variabel bukti fisik merupakan variabel yang dominan. Dari uji determinasi (R^2) diperoleh hasil sebesar 0,875, yang artinya 8,75% kepuasan pelanggan dipengaruhi oleh variabel bebas yang diteliti, sedangkan sisanya sebesar 12,5% merupakan variabel lain yang tidak terdeteksi dalam penelitian ini, antara lain kompetensi, kesopanan, komunikasi, dan pemahaman terhadap kebutuhan pelanggan.

B. Landasan Teori

1. Kualitas Pelayanan

Kualitas merupakan suatu kondisi dinamis yang berpengaruh dengan produk, jasa, manusia, proses dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan. Sehingga definisi kualitas pelayanan diartikan sebagai upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaian dalam mengimbangi harapan pelanggan, Fandy Tjiptono(2008: 51).

Menurut Kotler (2008:83) definisi pelayanan merupakan setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan suatu pihak ke pihak lain, yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun. Produksinya dapat dikaitkan atau tidak dapat dikaitkan pada satu produk fisik.

Adapun menurut Fandy Tjiptono (2008:99), kualitas pelayanan merupakan sesuatu yang dipersepsikan oleh pelanggan, dan akan menilai kualitas sebuah jasa yang dirasakan berdasarkan memahami kebutuhan spesifik pelanggan dan memberikan yang lebih baik. Kualitas pelayanan (*service quality*) dapat diketahui dengan membandingkan persepsi para pelanggan atas pelayanan yang nyata-nyata telah mereka terima. Jika jasa yang diterima atau dirasakan (*perceived service*) sesuai dengan harapan maka kualitas pelayanan di persepsikan baik dan memuaskan, jika jasa yang diterima melampaui harapan pelanggan maka kualitas pelayanan

dipersepsikan sangat baik dan berkualitas, dan sebaliknya jika jasa yang diterima lebih rendah dari harapan, maka kualitas pelayanan dipersepsikan buruk.

Terdapat 5 dimensi kualitas pelayanan Menurut Fandy Tjiptono (2008:101) yaitu:

- a. Keandalan (*Reliability*), kemampuan melaksanakan layanan dijanjikan secara menyakinkan dan akurat
- b. Ketanggapan (*Responsiveness*), kesediaan membantu pelanggan dan memberikan jasa dengan tepat dan cepat
- c. Jaminan (*Assurance*), pengetahuan dan kesopanan serta kemampuan mereka menyampaikan kepercayaan dan keyakinan
- d. Empati (*Empathy*), kesediaan memberikan perhatian yang mendalam dan khusus kepada masing-masing pelanggan
- e. Benda berwujud (*Tangibles*), penampilan fisik, perlengkapan, karyawan dan komunikasi.

Menurut Rambat Lupiyadi (2014:7) Jasa merupakan semua aktivitas ekonomi yang hasilnya tidak merupakan produk dalam bentuk fisik atau konstruksi, yang umumnya dikonsumsi pada saat yang sama dengan waktu yang dihasilkan dan memberikan nilai tambah (kenyamanan, hiburan, kesenangan atau kesehatan) atau pemecahan masalah yang dihadapi oleh pelanggan.

Adapun menurut kotler (2008:266), jasa merupakan semua kegiatan atau manfaat yang dapat ditawarkan satu pihak kepada pihak lain dimana

kegiatan atau manfaat itu pada intinya tak berwujud dan tidak menghasilkan kepemilikan apapun

Menurut Kotler (2008:292), ada 4 karakteristik jasa yang membedakan dengan barang yaitu;

a. Tidak Berwujud (*Intangibility*)

Jasa merupakan komoditas yang tidak tahan lama dan tidak dapat disimpan jika permintaan jasa bersifat konstan sehingga bila tidak digunakan maka jasa tersebut akan berlalu begitu saja. Umumnya permintaan jasa bervariasi dan dipengaruhi faktor musiman.

b. Tidak terpisahkan (*Inseparability*)

Umumnya jasa dijual terlebih dahulu kemudian diproduksi dan dikonsumsi secara bersamaan dimana penyedia jasa juga merupakan bagian dari jasa tersebut, baik penyedia maupun pelanggan yang mempengaruhi hasil jasa tersebut.

c. Bervariasi (*Variability*)

Jasa bersifat sangat variabel karena merupakan *nonstandardized output* yang berarti bahwa terdiri dari banyak variasi bentuk, kualitas, dan jenis, tergantung kepada siapa, kapan, dan dimana jasa tersebut dihasilkan.

d. Mudah Lenyap (*Perishability*)

Jasa merupakan komoditas yang tidak tahan lama dan tidak dapat disimpan jika permintaan jasa bersifat konstan sehingga bila tidak

digunakan maka jasa tersebut akan berlalu begitu saja. Umumnya permintaan jasa bervariasi dan dipengaruhi faktor musiman.

Menurut Rambat Lupiyadi (2006:85) mengajukan konsep total produk, dimana suatu jasa yang ditawarkan dapat terdiri atas beberapa unsur yaitu:

a. Produk inti atau *generic*

Unsur jasa ini terdiri atas jasa dasar. Contoh : tempat tidur pada jasa kamar hotel.

b. Produk yang diharapkan (*Expected product*)

c. Terdiri atas jasa inti berikut pertimbangan keputusan pembelian minimal yang harus dipenuhi, contoh : ruang tunggu yang nyaman di stasiun atau lift yang bersih.

d. Produk Tambahan (*Augmented Product*)

Area yang memungkinkan suatu produk dideferensiasi terhadap orang lain.

e. Produk Potensial

Tampilan (fitur) dan manfaat tambahan yang berguna bagi pelanggan atau menambah kepuasan pelanggan, contoh : kemudahan-kemudahan atau layanan khusus bagi pelanggan yang telah menjadi anggota (member) perusahaan.

Kualitas kerja menurut Wyckoff (Crhristoher lovelock) (2008:47), adalah tingkat keunggulan yang diinginkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan. Keunggulan suatu produk jasa adalah tergantung dari keunikan serta kualitas yang

diperlihatkan oleh jasa tersebut, apakah sudah sesuai dengan harapan dan keinginan pelanggan.

2. Kepuasan Pelanggan

Menurut Kotler (2007: 177), menyatakan bahwa kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) yang dipikirkan terhadap kinerja yang diharapkan.

Menurut Fandy Tjiptono (2008:24) mendefinisikan kepuasan pelanggan adalah respon pelanggan terhadap ketidaksesuaian yang dirasakan antara harapan sebelumnya dan kinerja actual produk yang dirasakan setelah pemakaian. Kepuasan pelanggan ditentukan oleh berbagai jenis pelayanan yang didapatkan oleh pelanggan selama menggunakan beberapa tahapan pelayanan tersebut. Ketidakpuasan yang diperoleh pada tahap awal pelayanan menimbulkan persepsi berupa mutu pelayanan yang buruk untuk tahapan selanjutnya.

Faktor-faktor pendukung kepuasan pelanggan menurut Fandy Tjiptono (2006:61) :

a. Kualitas Produk/Jasa

Kualitas produk/jasa menyangkut lima elemen yaitu: *performance* (kinerja), *reliability* (keandalan), *conformance* (kesesuaian), *durability* (daya tahan), dan *consistency* (konsisten). Pelanggan akan merasa puas bila evaluasi menunjukkan bahwa produk yang mereka gunakan berkualitas.

b. Kualitas Pelayanan

Pelanggan akan merasa puas apabila pelayanan yang diberikan sesuai dengan apa yang diharapkan.

c. Faktor Emosional

Kepuasan pelanggan yang diperoleh pada saat menggunakan suatu produk yang berhubungan dengan gaya hidup. Kepuasan pelanggan didasari atas rasa bangga, rasa percaya diri, simbol sukses, dan sebagainya.

d. Harga

Komponen harga sangat penting karena dinilai mampu memberikan kepuasan yang relatif besar. Harga yang murah akan memberikan kepuasan bagi pelanggan yang sensitif terhadap harga karena mereka akan mendapat *value for money* yang tinggi.

e. Kemudahan

Komponen ini berhubungan dengan biaya untuk memperoleh produk atau jasa. Pelanggan akan relatif puas apabila relatif mudah, nyaman, dan efisien dalam mendapatkan produk atau pelayanan.

Strategi kepuasan pelanggan, perusahaan berharap dapat meningkatkan pangsa pasar, penjualan dan jumlah pelanggannya. Berikut strategi kepuasan pelanggan yang dapat diterapkan pada perusahaan jasa menurut Fandy Tjiptono (2005:216):

a. Strategi Manajemen Ekspektasi Pelanggan

Ekspektasi pelanggan dibentuk dan didasarkan pada sejumlah faktor, seperti pengalaman berbelanja dimasa lalu, opini teman dan kerabat, serta informasi dan janji-janji perusahaan dan para pesaingnya.

b. Relasi Pemasaran dan Manajemen

Relasi pemasaran dan manajemen merupakan cara berfikir mengenai pelanggan, pemasaran, dan penciptaan nilai, bukan sekedar serangkaian alat, teknik dan taktik. Dengan kata lain, relasi pemasaran dan manajemen merupakan ancangan integrative atau biostik yang memperkokoh kompetensi pemasaran perusahaan.

c. *After Marketing* (Setelah Pemasaran)

Tahap ini menekankan pentingnya aktivitas pemasaran dan komunikasi setelah transaksi pembelian. Khususnya dalam rangka memberikan keyakinan setelah tahap pembelian (agar pelanggan yakin bahwa keputusan pembelian yang dilakukannya benar-benar bijaksana) dan membangun loyalitas merek.

d. Strategi Retensi Pelanggan

Strategi retensi pelanggan difokuskan pada teknik-teknik yang digunakan untuk mempertahankan pelanggan agar pelanggan tidak beralih pada pemasok atau perusahaan jasa yang lain.

e. Pelayanan Pelanggan Superior

Pelayanan pelanggan superior diwujudkan dengan cara menawarkan layanan yang lebih baik dibandingkan para pesaing.

f. Sistem Penanganan Komplain Secara Efektif

Didalam industri yang sama-sama bergerak dibidang jasa, wajib untuk menanggapi complain dari para pelanggannya, agar dapat mengetahui tingkat kepuasan pelanggan. Pada hakikatnya ada dua tujuan utama pelanggan menyampaikan komplain. Pertama, untuk menutupi kerugian ekonomis, dan kedua adalah untuk memperbaiki citra diri (*self-image*)

g. Strategi Pemasukan atau Infusi Teknologi

Teknologi bisa dimanfaatkan secara efektif untuk meningkatkan dan memuaskan pengalaman layanan kepuasan pelanggan.

h. Strategi Pemulihan Layanan

Dalam perusahaan jasa, seberapa kerasnya usaha penyedia jasa, tetap saja kekecewaan atau tidak kepuasan pelanggan tidak terhindarkan. Maka dari itu, taktik-taktik pemulihan layanan sangat dibutuhkan guna memberikan dampak yang positif terhadap nilai kepuasan pelanggan, minat pembelian ulang, loyalitas dan komitmen pelanggan, juga persepsi pelanggan terhadap keadilan pelayanan jasa.

Menurut Fandi Tjiptono (2008: 104) ada 3 metode yang dilakukan oleh perusahaan untuk mengukur kepuasan pelanggan yaitu :

- a. Sistem keluhan dan saran, yaitu untuk mengidentifikasi masalah perusahaan harus mengumpulkan informasi langsung dari pelanggan dengan cara menyediakan kotak saran.
- b. Survei kepuasan pelanggan, dapat dilakukan dengan cara survei melalui pos surat, telepon, maupun wawancara pribadi. Dengan cara ini

perusahaan dapat menciptakan komunikasi dua arah dan menunjukkan perhatiannya pada pelanggan.

- c. *Ghost shopping*, metode ini digunakan untuk mengetahui kekuatan dan kelemahan perusahaan pesaing dan membandingkannya dengan perusahaan yang bersangkutan.
- d. Analisis kehilangan pelanggan, analisis kehilangan pelanggan menunjukkan kegagalan perusahaan dalam memuaskan pelanggannya, perusahaan seharusnya menganalisa dan memahami mengapa pelanggan berhenti mengkonsumsi produk kita.

3. Loyalitas Pelanggan

a. Pengertian Loyalitas Pelanggan

Gramer dan Brown (dalam Utomo 2006: 27) memberikan definisi mengenai Loyalitas (loyalitas jasa), yaitu derajat sejauh mana seorang pelanggan menunjukkan perilaku pembelian berulang dari suatu penyedia jasa, memiliki suatu desposisi atau kecenderungan sikap positif terhadap penyedia jasa, dan hanya mempertimbangkan untuk menggunakan penyedia jasa ini pada saat muncul kebutuhan untuk memakai jasa ini. Dari definisi yang disampaikan Gramer dan Brown, pelanggan yang loyal tidak hanya seorang pembeli yang melakukan pembelian berulang, tetapi juga mempertahankan sikap positif terhadap penyedia jasa.

Loyalitas pelanggan dapat dikelompokkan kedalam dua kelompok yaitu loyalitas merek (*brand loyalty*) dan loyalitas toko (*store loyalty*).

Loyalitas pelanggan dapat didefinisikan sebagai “sikap menyenangkan terhadap suatu merek yang direpresentasikan dalam pembelian yang konsisten terhadap merek itu sepanjang waktu”.

Kotler dan Keller (2009:138) mengungkapkan loyalitas adalah “komitmen yang dipegang secara mendalam untuk membeli atau mendukung kembali produk atau jasa yang disukai di masa depan meski pengaruh situasi dan usaha pemasaran berpotensi menyebabkan pelanggan beralih”. Loyalitas Menurut Tjiptono (2011:481) “Perilaku pembelian ulang semata mata menyangkut pembelian merek tertentu yang sama secara berulang kali (bisa dikarenakan memang hanya satu satu nya merk yang tersedia, merk termurah dan sebagainya).

Menurut Wahyu Nugroho (2005:11) loyalitas pelanggan didefinisikan sebagai suatu ukuran kesetiaan dari pelanggan dalam menggunakan suatu merek produk atau merek jasa pada kurun waktu tertentu pada situasi dimana banyak pilihan produk ataupun jasa yang dapat memenuhi kebutuhannya dan pelanggan memiliki kemampuan mendapatkannya.

Berdasarkan beberapa definisi loyalitas pelanggan diatas dapat disimpulkan bahwa Loyalitas pelanggan adalah kesetiaan pelanggan yang dipresentasikan dalam pembelian yang konsisten terhadap produk atau jasa sepanjang waktu dan ada sikap yang baik untuk merekomendasikan orang lain untuk membeli produk. Indikasi loyalitas yang sesungguhnya

diperlukan suatu pengukuran terhadap sikap yang dikombinasikan dengan pengukuran terhadap perilaku.

b. Faktor – Faktor yang Mempengaruhi Loyalitas Pelanggan

Basu Swastha dan Handoko (dalam Joko Riyadi 2004: 83) menyebutkan lima faktor utama yang mempengaruhi loyalitas pelanggan, sebagai berikut :

- 1) Kualitas Produk, kualitas produk yang baik secara langsung akan mempengaruhi tingkat kepuasan pelanggan, dan bila hal tersebut berlangsung secara terus-menerus akan mengakibatkan pelanggan yang selalu setia membeli atau menggunakan produk tersebut dan disebut loyalitas pelanggan.
- 2) Kualitas Pelayanan, selain kualitas produk ada hal lain yang mempengaruhi loyalitas pelanggan yaitu kualitas pelayanan yang merupakan segala bentuk aktivitas yang dilakukan oleh perusahaan guna memenuhi harapan pelanggan.
- 3) Emosional, emosional di sini lebih diartikan sebagai keyakinan penjual itu sendiri agar lebih maju dalam usahanya. Keyakinan tersebut nantinya akan mendatangkan ide-ide yang dapat meningkatkan usahanya.
- 4) Harga, sudah pasti orang menginginkan barang yang bagus dengan harga yang lebih murah atau bersaing. Jadi harga di sini lebih diartikan sebagai akibat, atau dengan kata lain harga yang tinggi

adalah akibat dari kualitas produk tersebut yang bagus, atau harga yang tinggi sebagai akibat dari kualitas pelayanan yang bagus.

- 5) Biaya, orang berpikir bahwa perusahaan yang berani mengeluarkan biaya yang banyak dalam sebuah promosi atau produksi pasti produk yang akan dihasilkan akan bagus dan berkualitas, sehingga pelanggan lebih loyal terhadap produk tersebut.

Lupiyoadi mengemukakan bahwa dalam meningkatkan kepuasan pelanggan atau loyalitas pelanggan ada lima factor yang perlu diperhatikan yaitu:

- 1) Kualitas Produk Pelanggan akan merasa puas jika membeli dan menggunakan produk tersebut dan kualitasnya baik. Terdapat enam elemen dalam kualitas produk yaitu : *performance*, *durability*, *feature*, *reliability*, *consistency* dan *design*.
- 2) Harga bagi pelanggan yang sensitive harga yang lebih murah adalah sumber kepuasan terpenting, karena mereka akan mendapatkan value for money yang tinggi. Komponen ini sangat penting bagi beberapa perusahaan yang ingin menciptakan kepuasan pelanggan.
- 3) *Service Quality* Komponen ini terdiri dari tiga hal yaitu sistem, teknologi dan manusia. Factor manusia memegang kontribusi terbesar 70% sehingga tidak mengherankan kepuasan pelanggan tidak dapat diikuti.
- 4) *Emotional Factor* Komponen ini berlaku untuk pelanggan dengan gaya hidup seperti : mobil, pakaian, kosmetik dan sebagainya. Rasa

bangga, symbol sukses dan rasa percaya diri, bagian orang penting dan sebagainya adalah contoh-contoh *emotional value* yang mendasari kepuasan pelanggan.

- 5) Biaya dan Kemudahan Mendapatkan Produk Pelanggan akan merasa puas jika biaya dan produk yang diperoleh relative mudah, nyaman dan efisien dalam mendapatkan produk dan pelayanan.

Faktor-faktor yang mempengaruhi loyalitas pelanggan (Jill Griffin:

20-24) adalah sebagai berikut :

- 1) Keterikatan (*attachment*)

Keterikatan yang dirasakan pelanggan terhadap produk atau jasa dibentuk oleh dua dimensi: tingkat referensi (seberapa besar keyakinan pelanggan terhadap produk atau jasa tertentu) dan tingkat diferensiasi produk yang dipersepsikan (seberapa signifikan pelanggan membedakan produk atau jasa tertentu dari alternatif-alternatif lain). Keterikatan (*attachment*) adalah paling tinggi bila pelanggan mempunyai preferensi yang kuat akan produk atau jasa tertentu dan dapat secara jelas membedakannya dari produk – produk pesaing.

- 2) Pembelian Berulang

Empat jenis loyalitas yang berbeda muncul bila keterkaitan rendah dan tinggi diklasifikasi-silang dengan pola pembelian ulang yang rendah dan tinggi.

- a) Tanpa Loyalitas Untuk berbagai alasan, beberapa pelanggan tidak mengembangkan loyalitas terhadap produk atau jasa tertentu. Tantangannya adalah menghindari membidik sebanyak mungkin orang-orang seperti itu dan lebih memilih pelanggan yang loyalitasnya dapat dikembangkan.
- b) Loyalitas yang lemah Keterkaitan yang rendah digabung dengan pembelian berulang yang tinggi menghasilkan loyalitas yang lemah (*inertia loyalty*). Pelanggan ini membeli karena kebiasaan. Loyalitas jenis ini paling umum terjadi pada produk atau jasa yang sering dibeli.
- c) Loyalitas Tersembunyi Tingkat preferensi yang relative tinggi digabung dengan tingkat pembelian berulang yang rendah menunjukkan loyalitas tersembunyi (*latent loyalty*). Bila pelanggan memiliki loyalitas tersembunyi, pengaruh situasi dan bukan pengaruh sikap yang menentukan pembelian berulang.
- d) Loyalitas Premium Jenis loyalitas yang paling dapat ditingkatkan, terjadi bila ada tingkat keterkaitan yang tinggi dan tingkat pembelian berulang yang juga tinggi. Ini merupakan jenis loyalitas yang paling disukai untuk semua pelanggan disetiap perusahaan.

Assael dalam buku Sutisna (2008: 42) mengemukakan empat hal yang menunjukkan kecenderungan pelanggan yang loyal sebagai berikut:

- a) Pelanggan yang loyal terhadap merek cenderung lebih percaya diri terhadap pilihannya.
- b) Komsumen yang loyal lebih memungkinkan merasakan tingkat risiko yang lebih tinggi dalam pembeliannya.
- c) Pelanggan yang loyal terhadap suatu merek juga lebih memungkinkan loyal terhadap toko.
- d) Kelompok pelanggan yang minoritas cenderung untuk lebih loyal terhadap merek.

Berdasarkan beberapa teori di atas dapat disimpulkan faktor yang mempengaruhi loyalitas pelanggan adalah sebagai berikut:

- a) Kualitas adalah keandalan, kecepatan, daya tahan, kemudahan operasi dan perbaikan secara atribut-atribut nilai lainnya.
- b) Kemasan merupakan cara produsen dalam menampilkan jasa *service* mobil sehingga mereka beraneka ragam serta sesuai dengan apa yang diharapkan pelanggan.
- c) Harga adalah sejumlah uang yang harus dikeluarkan untuk memperoleh jasa *service* mobil. Jasa *service* mobil yang mempunyai kualitas baik, tetapi harganya relative murah akan memberikan nilai yang lebih tinggi kepada pelanggan.
- d) Kenyamanan adalah suatu keadaan dimana seorang merasakan kenyamanan menggunakan jasa *service* mobil.

C. Hipotesis

Hipotesis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Terdapat pengaruh kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan secara simultan terhadap loyalitas pelanggan pada CV Sinar Surya Palembang
2. Terdapat pengaruh kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan secara parsial terhadap loyalitas pelanggan pada CV Sinar Surya Palembang.

BAB III

METODELOGI PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Terdapat tiga jenis penelitian menurut Sugiono (2007:10:11) :

1. Penelitian Deskriptif

Penelitian deskriptif adalah penelitian yang dilakukan untuk mengetahui nilai variabel mandiri baik satu atau lebih tanpa membandingkan atau menghubungkan dengan variabel lain.

2. Penelitian Komparatif

Penelitian komparatif adalah penelitian yang bersifat membandingkan satu variabel atau lebih tetapi untuk sampel yang lebih dari satu.

3. Penelitian Asosiatif

Penelitian asosiatif adalah penelitian yang bertujuan untuk mengetahui hubungan antara dua variabel atau lebih.

Jenis penelitian yang akan digunakan penulis dalam penelitian ini adalah penelitian asosiatif yaitu untuk mengetahui hubungan antara dua variabel atau lebih.

B. Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan di CV. Sinar Surya Palembang yang beralamat di Jalan Kol Atmo no. 609 Palembang. No telp 0711-361513.

C. Operasional Variabel

Definisi operasionalisasi merupakan suatu definisi yang memberikan pada suatu variabel dengan cara memberikan arti atau spesifikasi bagaimana variabel atau kegiatan tersebut dapat diukur adapun jenis operasionalisasi variabel pada penelitian ini seperti pada tabel III.1 berikut.

Tabel III.1
Operasionalisasi Variabel

Variabel	Definisi Variabel	Indikator	Skala
Kualitas Layanan (X_1)	upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaian dalam mengimbangi harapan pelanggan di CV. Sinar Surya Palembang	- <i>Reliability</i> - <i>Responsiveness</i> - <i>Tangible</i>	Ordinal
Kepuasan Pelanggan (X_2)	perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) yang dipikirkan terhadap kinerja yang diharapkan di CV. Sinar Surya Palembang	-Kualitas Pelayanan -Faktor Emosional -Harga -Kemudahan	Ordinal
Loyalitas Pelanggan (Y)	tingkat di mana seorang pelanggan menunjukkan pembelian berulang dari jasa <i>service</i> mobil, memiliki sikap positif terhadap jasa <i>service</i> mobil di CV Sinar Surya Palembang, dan hanya memilih jasa di CV. Sinar Surya Palembang saja pada saat ia membutuhkan jasa yang terkait	- Keterikatan - Pembelian berulang	Ordinal

(Sumber: Berdasarkan teori, 2017)

D. Populasi dan Sampel

Menurut Iqbal Hasan (2008:12) populasi adalah keseluruhan nilai yang mungkin, hasil pengukurannya ataupun perhitungannya kualitatif atau

kuantitatif mengenai karakteristik tertentu dari semua anggota kumpulan yang lengkap dan jelas yang ingin dipelajari sifat-sifatnya.

Populasi dalam penelitian ini meliputi pelanggan yang menggunakan jasa dari CV Sinar Surya Palembang. pada penelitian ini populasi bersifat *infinite* artinya jumlah populasi tidak diketahui secara pasti (Husein Umar, 2009:147).

Menurut Iqbal Hasan (2008:84) Sampel adalah bagian dari populasi yang diambil melalui cara-cara tertentu yang juga memiliki karakteristik tertentu, jelas dan lengkap yang dianggap bisa mewakili populasi.

Teknik pengambilan sampel menggunakan teknik *Purposive Sampling*. Dimana menurut Sugiyono (2012:68) *Purposive Sampling* adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu. Jumlah sampel pada penelitian ini sebesar 100 responden yang diambil dari pelanggan CV. Sinar Surya Palembang..

E. Data yang digunakan

Menurut Sugiyono (2009:193) data terbagi menjadi 2 (dua) yaitu :

1. Data Primer

Data primer adalah data yang diperoleh atau dikumpulkan oleh peneliti secara langsung dari sumber datanya. Data primer disebut juga sebagai data asli. Teknik yang digunakan antara lain observasi, wawancara, diskusi dan penyebaran kuesioner.

2. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh atau di kumpulkan tidak secara langsung diperoleh peneliti dari berbagai sumber yang pernah ada.

Data yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah data primer yaitu penyebaran kuesioner pada pelanggan CV Sinar Surya Palembang dan data sekunder yaitu gambaran umum CV Sinar Surya Palembang.

F. Teknik Pengumpulan Data

Menurut Sugiyono (2011:137) menyatakan bahwa ada beberapa teknik pengumpulan data yaitu:

1. Wawancara, adalah bentuk komunikasi langsung antara peneliti dengan responden, komunikasi berlangsung dalam bentuk tanya jawab dalam hubungan tatap muka.
2. Dokumentasi, adalah catatan bertulis tentang berbagai kegiatan atau peristiwa pada waktu yang lain.
3. Observasi, adalah metode penelitian data dimana peneliti mencatat sebagaimana yang mereka saksikan dalam melakukan penelitian.
4. Angket (Kuisisioner), disusun dalam kalimat tanya sedangkan angket disusun dalam bentuk kalimat.

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah angket (kuisisioner) dan dokumentasi yang berhubungan dengan indikator-indikator yang digunakan. Teknik kuisisioner yang digunakan dalam penelitian

ini adalah kuisisioner tertutup dimana responden tinggal memilih jawaban yang disediakan penelitian.

G. Analisi Data dan Teknik Analisis

1. Analisis Data

Analisis data menurut Sugiyono (2011:86) dari analisis kualitatif dan anaisis kuantitatif. Analisis kualitatif adalah data yang berbentuk kata, kalimat atau gambar, sedangkan kuantitatif adalah data yang berbentuk angka atau data yang diangkakan. Analisis data yang digunakan oleh penulis adalah metode kualitatif. Untuk mengkuanitatifkan data kualitatif digunakan skala *Likert* dengan jawaban responden sebagai berikut:

Sangat Setuju	= SS
Setuju	= S
Netral	= N
Tidak Setuju	= TS
Sangat Tidak Setuju	= STS

Kemudian dikuantitatifkan sebagai berikut:

Sangat Setuju	= 5
Setuju	= 4
Netral	= 3
Tidak Setuju	= 2
Sangat Tidak Setuju	= 1

2. Teknik Analisis

a. Uji Instrumen

1) Uji Validitas

Uji Validitas digunakan untuk mengukur sah atau tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan sah jika pertanyaan pada kuesioner mampu mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Uji Validitas digunakan untuk mengukur sah (valid) atau tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Menurut Sugiyono (2009:178) bila harga korelasi dibawah 0,30 maka dapat disimpulkan bahwa butir instrument tersebut tidak valid, sehingga harus diperbaiki atau dibuang. Uji Validitas dihitung dengan membandingkan nilai r hitung (*correlated item-total correlation*) dengan nilai r tabel. Jika r hitung $> r$ tabel dan nilai positif maka butir atau pertanyaan tersebut dinyatakan valid. Dalam uji validitas dapat digunakan SPSS (*statistical product and service solutions*) 22.00.

2) Uji Reliabilitas

Uji Reliabilitas merupakan alat untuk mengukur suatu kuisisioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Suatu kuisisioner dikatakan reliable, bila koefisien reliabilitas minimal 0,60. Berdasarkan pendapat tersebut, maka dapat diketahui bahwa suatu

variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai $\alpha > 0.6$ (Sugiyono, 2012).

3) Regresi Linier Berganda

Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah regresi berganda. Menurut M.Iqbal Hasan (2010:269), analisis regresi berganda ini digunakan untuk mengetahui pengaruh antara variabel produk (X_1) dan harga (X_2) terhadap keputusan pembelian (Y), persamaannya adalah :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + \epsilon$$

Keterangan:

Y = Loyalitas Pelanggan

X_1 = Kualitas Pelayanan

X_2 = Kepuasan Pelanggan

α, b_1, b_2 = koefisien regresi linear berganda

ϵ = error/residual

4) Uji Hipotesis

a) Uji F

Uji F digunakan untuk menguji pengaruh variabel X_1 dan X_2 terhadap variabel Y secara bersama-sama. Metode yang digunakan untuk menentukan uji F menggunakan program SPSS *for* Windows Versi 22.00 dengan cara membandingkan F_{hitung} dengan F_{tabel} dengan tingkat keyakinan 95%, tingkat kesalahan (α) sebesar 5% dan derajat kebebasan (df) = $n - k - 1$.

(1) Kriteria Pengujian

H_0 = Tidak terdapat pengaruh antara kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan secara simultan terhadap loyalitas CV. Sinar Surya Palembang.

H_a = Terdapat pengaruh antara kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan secara simultan terhadap loyalitas CV. Sinar Surya Palembang.

(2) Menarik Kesimpulan

H_0 ditolak dan H_a diterima, jika $F_{hitung} > F_{tabel}$, artinya terdapat pengaruh antara kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan secara simultan terhadap loyalitas CV. Sinar Surya Palembang.

H_0 diterima dan H_a ditolak, jika $F_{hitung} \leq F_{tabel}$, artinya tidak terdapat pengaruh antara kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan secara simultan terhadap loyalitas CV. Sinar Surya Palembang.

b) Uji t

Uji t digunakan untuk menguji pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen secara parsial. Metode yang digunakan untuk menentukan uji t menggunakan program SPSS *for* Windows Versi 22.00 dengan cara membandingkan t_{hitung} dengan t_{tabel} dengan tingkat keyakinan 95%, tingkat kesalahan (α) sebesar 5% dan derajat kebebasan $(df) = n - k - 1$

(1) Kriteria Pengujian

Ho : Tidak terdapat pengaruh antara kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan secara parsial terhadap loyalitas CV. Sinar Surya Palembang.

Ha : Terdapat pengaruh antara kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan secara parsial terhadap loyalitas CV. Sinar Surya Palembang.

(2) Menarik Kesimpulan

Ho ditolak dan Ha diterima, jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ terdapat pengaruh antara kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan secara parsial terhadap loyalitas CV. Sinar Surya Palembang.

Ho diterima dan Ha ditolak, jika $t_{hitung} \leq t_{tabel}$ artinya tidak terdapat pengaruh antara kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan secara parsial terhadap loyalitas CV. Sinar Surya Palembang.

c) Koefisien Determinasi

Digunakan untuk mengetahui uraian yang diterangkan oleh persamaan regresi yaitu mengetahui uraian yang dapat diterapkan oleh persamaan regresi yaitu mengetahui seberapa besar Variabel terikat yang diterangkan oleh variabel bebas. Untuk melihat besarnya variabel terikat yang dijelaskan oleh variabel bebas adalah dengan melihat nilai *R Square*, atau menggunakan rumus:

$R^2 = (\tau^2) \times 100\%$. Kriteria signifikan atas pengaruh variabel kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas CV. Sinar Surya Palembang. $R^2 = 1$, artinya bahwa ada model yang sesuai menerangkan semua variabilitas dalam variabel Y. Dan jika $R^2 = 0$, mempunyai arti bahwa tidak ada hubungan antara kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas CV. Sinar Surya Palembang.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian

1. Gambaran CV Surya Sinar Palembang

CV Sinar Surya adalah perusahaan yang bergerak dibidang jasa. Jasa yang diberikannya berupa : *service* mobil mulai dari *infection pump*, *tune-up*, *spooring*, *balancing*, *overhoul engine* dan sebagainya. Selain itu CV. Sinar surya juga menjual *sparepart* mobil.

CV Sinar Surya berdiri pada tahun 1989 yang terletak di jalan Kel. Atmo No. 609 Telp (0711) 364480, Palembang. Hingga saat ini, CV Sinar Surya telah memiliki 47 karyawan, 5 orang karyawan perempuan dan 42 orang karyawan laki-laki..

a. Visi – Misi

Adapun visi CV Sinar Surya adalah menjadi perusahaan terdepan dalam melayani jasa *service* mobil.

Sedangkan misi CV. Sinar Surya adalah :

- 1) Memberikan pelayanan prima kepada pelanggan dalam rangka memenuhi keputusan pelanggan baik dalam aktivitas penjualan *spare part* maupun pelayanan jasa *service*.
- 2) Meningkatkan keunggulan yang kompetitif melalui inovasi produk, peningkatan pelayanan jasa *service*.

b. Pembagian Kerja

CV Sinar Surya terdiri dari beberapa divisi, yaitu: Divisi Keuangan terdiri dari Head Kasir dan kasir, Kepala bengkel dan wakilnya, bagian tagihan pajak, bagian administrasi penjualan, administrasi *service*, kepala gudang dan wakilnya, bagian administrasi *spare part*, bagian pembukuan.

Adapun pembagian tugas dan wewenang masing-masing divisi adalah sebagai berikut :

1) Head Kasir

- a) Mengontrol kas masuk dan kas keluar harian
- b) Menerima laporan dari kasir mengenai transaksi harian yang diperoleh.
- c) *Cross Check* nilai dilaporan dengan nota maupun bukti transaksi yang sejenisnya.
- d) Melaporkan setiap transaksi yang diperoleh kepada pimpinan
- e) Melakukan setoran ke bank atas transaksi yang diperoleh

2) Kasir

- a) Menerima pembayaran kas dari pelanggan
- b) Mencatat setiap transaksi yang diperoleh.
- c) Melaporkan transaksi harian kepada *head* kasir beserta bukti transaksi

3) Kepala Bengkel

- a) Melakukan pengawasan terhadap sistem kerja mekanik.

- b) Melakukan pengajuan insentif bagi mekanik
 - c) Pengendalian internal terhadap hasil kerja mekanik dengan mengedepankan kepuasan pelanggan
- 4) Wakil Kepala Bengkel
- Membantu kepala bengkel dalam mengawasi sistem kerja mekanik.
- 5) Mekanik
- Melayani *service* mobil pelanggan baik itu perbaikan mobil, pergantian *spare part*, maupun jasa lainnya yang berhubungan dengan *service* mobil.
- 6) Kepala Gudang
- a) Menjaga gudang *spare part*
 - b) Mengecek barang orderan dari pemasok, apakah sudah sesuai antara fisik barang yang diterima dengan *packing list* order pembelian
 - c) Mengontrol barang masuk dan barang keluar
 - d) Mengotorisasi barang keluar dan surat pesanan pembelian
 - e) Melakukan *stock Opname*
- 7) Wakil Kepala Gudang
- Membantu kepala gudang dalam mengontrol barang masuk dan barang keluar.
- 8) Administrasi Penjualan
- a) Melayani penjualan *spare part*

- b) Berkoordinasi dengan bagian gudang untuk mengeluarkan *sparepart* pesanan pelanggan.
 - c) Melakukan *stock opname*
 - d) Me-review barang – barang pesanan pelanggan.
- 9) Administrasi *service*
- a) Melayani pelanggan yang akan melakukan *service*
 - b) Mencatat transaksi yang terjadi di bengkel
 - c) Menyiapkan nota penjualan dan *service*
 - d) Melaporkan setiap transaksi bengkel dan memberikan nota penjualan ke bagian kasir.
- 10) Administrasi *Spare part*
- a) Melakukan order pembelian barang ke pemasok
 - b) Mengontrol persediaan barang yang ada di gudang
 - c) Mengetahui spesifikasi setiap barang yang dipesan
 - d) Mengetahui persediaan stok yang masih ada dan yang telah habis serta berkoordinasi dengan bagian gudang untuk mengontrol persediaan.
- 11) Bagian Tagihan Pajak
- a) Melakukan pelaporan pajak baik bulanan maupun tahunan
 - b) Membuat laporan pajak yang akan dibebankan kepada perusahaan.
 - c) Mengecek nilai di faktur pajak apakah sudah sesuai dengan perhitungan pajak yang ditetapkan.

- d) Melaporkan pajak yang akan di bayar perusahaan kepada head kasir untuk diotorisasi dan disetor ke bank.
- e) Mengontrol faktur pajak dari pemasok sebelum tanggal pajak yang ditetapkan.

12) Pembukuan

- a) Mencatat semua nota yang masuk baik dalam bentuk kas maupun pemindah bukuan.
- b) Menjurnal setiap transaksi harian
- c) Posting ke buku besar
- d) Mengontrol saldo hutang ke pemasok dan mengontrol saldo setoran kas ke bank (berkoordinasi dengan head kasir)
- e) Melakukan rekonsiliasi setiap akhir bulan, untuk menyesuaikan saldo yang ada di bank dengan yang di catat oleh perusahaan.
- f) *Closing* setiap akhir bulan dan membuat laporan ke pemimpin

2. Gambaran Variabel dan Indikator Penelitian

Gambaran variabel ini yaitu untuk memberikan gambaran secara umum mengenai penyebaran data yang diperoleh di lapangan. Data yang disajikan berupa data mentah yang diolah menggunakan SPSS 22. Adapun yang disajikan dalam deskripsi data ini adalah berupa distribusi frekuensi yang disajikan perindikator beserta prosentasi frekuensi dan perolehan skor.

Berdasarkan judul pengaruh kualitas layanan dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan pada CV. Sinar Surya Palembang dimana

penelitian ini terdiri dua variabel bebas dan satu variabel terikat, yakni meliputi data mengenai kualitas pelayanan (x_1), kepuasan pelanggan (x_2) dan loyalitas pelanggan (y). Sampel yang diambil dari penelitian ini adalah 100 orang pelanggan yang sering berkunjung pada CV. Sinar Surya Palembang. Deskripsi dari masing-masing variabel berdasarkan hasil penyebaran kuisioner tersebut hasilnya dijelaskan sebagaimana dibawah ini.

Kualitas pelayanan yang diberikan dalam CV. Sinar Surya Palembang sendiri berupa pelayanan prima yang dilakukan oleh karyawan CV. Sinar Surya Palembang agar pelanggan merasa puas dengan jasa yang ditawarkan, pelayanan itu sendiri berupa seperti, siap siaga disaat hari libur kerja seperti hari besar keagamaan dan hari besar lainnya. Jika terjadi kecelakaan, anggota karyawan siap melakukan penderekan dengan mobil derek yang dimiliki oleh jasa *service* mobil CV. Sinar Surya Palembang Selain itu guna memberikan kepuasan pelanggan, jasa *service* mobil CV dan masih banyak lagi. Adapun menurut Fandy Tjiptono (2008:99), kualitas pelayanan merupakan sesuatu yang dipersepsikan oleh pelanggan, dan akan menilai kualitas sebuah jasa yang dirasakan berdasarkan memahami kebutuhan spesifik pelanggan dan memberikan yang lebih baik.

Untuk kepuasan pelanggan CV. Sinar Surya Palembang sendiri sangat berkaitan erat dengan kualitas pelayanan yaitu apabila kualitas pelayanannya baik maka pelanggan akan merasa puas, begitupun sebaliknya. Harga jasa pada CV. Sinar Surya Palembang sudah sangat bersaing yaitu mengikuti harga seperti yang ada pada jasa *service* mobil

pesaing, CV. Sinar Surya Palembang terbilang berada dilokasi yang strategis sehingga dekat dengan pelanggan. Seperti menurut Fandy Tjiptono (2008:24) mendefinisikan kepuasan pelanggan adalah respon pelanggan terhadap ketidaksesuain yang dirasakan antara harapan sebelumnya dan kinerja actual produk yang dirasakan setelah pemakaian.kepuasan pelanggan ditentukan oleh berbagai jenis pelayanan yang didapatkan oleh pelanggan selama menggunakan beberapa tahapan pelayanan tersebut. Ketidakpuasan yang diperoleh pada tahap awal pelayanan menimbulkan persepsi berupa mutu pelayanan yang buruk untuk tahapan selanjutnya

3. Karakteristik Responden

a. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Berdasarkan jenis kelamin jumlah responden dapat dilihat dalam tabel berikut:

Tabel IV.1
Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No	Jenis Kelamin	Jumlah Responden	Persentase (%)
1	Laki-Laki	61	61%
2	Perempuan	39	39%
Total		100	100%

Sumber : Hasil Pengolahan data primer, 2017

Berdasarkan tabel tersebut dapat dilihat bahwa berdasarkan jenis kelamin laki-laki sebanyak 61 orang (61%) dan perempuan sebanyak 39 orang (39%). Jadi responden terbanyak adalah laki-laki, hal ini dikarenakan kebanyakan pelanggan yang menggunakan jasa CV Sinar

Surya Palembang adalah laki-laki, karena laki-laki lebih mengetahui tentang mesin dan sparepart dibandingkan dengan perempuan.

b. Karakteristik responden berdasarkan Umur

Berdasarkan umur pelanggan dapat dilihat dalam tabel berikut:

Tabel IV.2

Karakteristik Responden Berdasarkan Umur

No	Umur	Jumlah Responden	Persentase (%)
1	Kurang dari 20 tahun	35	35%
2	Lebih dari 20 tahun	65	65%
Total		100	100%

Sumber : Hasil Pengolahan data primer, 2017

Berdasarkan tabel tersebut dapat dilihat bahwa berdasarkan umur pelanggan yang kurang dari 20 tahun ada sebanyak 35 (35%) dan umur pelanggan yang lebih dari 20 tahun ada sebanyak 65 (65%). Jadi responden terbanyak adalah pelanggan yang umurnya lebih dari 20 tahun, karena pelanggan yang datang ke CV. Sinar Surya Palembang kebanyakan telah mempunyai penghasilan.

c. Karakteristik responden berdasarkan pekerjaan

Berdasarkan pekerjaan jumlah responden dapat dilihat dalam tabel berikut:

Tabel IV.3

Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

No	Program Studi	Jumlah Responden	Persentase (%)
1	Pelajar/Mahasiswa	13	13%
2	PNS & BUMN	25	25%
3	Pegawai Swasta	55	55%
4	Pengusaha	7	7%
Total		149	100%

Sumber : Hasil Pengolahan data primer, 2017

Berdasarkan tabel tersebut dapat dilihat bahwa berdasarkan pekerjaan, dari Pelajar/ Mahasiswa ada sebanyak 13 orang (13%), dari pekerjaan sebagai PNS & BUMN ada sebanyak 25 orang (25%), lalu dari pegawai swasta ada sebanyak 55 orang responden (55%) dan dari golongan pengusaha ada sebanyak 7 orang (5%). Jadi responden terbanyak adalah berasal dari pegawai Swasta, karena waktu jam kerja mereka bisa digunakan untuk melakukan *service* kendaraan.

d. Karakteristik Responden Berdasarkan Indikator

1) Variabel Kualitas pelayanan

Berikut tanggapan responden terhadap variabel dari indikator

Tabel IV.4
Pelayanan di CV. Sinar Surya Palembang sangat meyakinkan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat tidak setuju	2	2,0	2,0	2,0
	Tidak Setuju	5	5,0	5,0	7,0
	Netral	16	16,0	16,0	23,0
	Setuju	48	48,0	48,0	71,0
	Sangat setuju	29	29,0	29,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Sumber: Hasil pengolahan data primer, 2017

Berdasarkan tabel diatas responden menjawab sangat setuju yaitu sebanyak 29 responden (29%), menjawab sangat setuju ada 48 orang (48%), yang menjawab netral hanya sebanyak 16 responden (16%) sedangkan sisanya 5 orang responden (5%) menjawab tidak setuju dan 2 orang responden (2%) menjawab sangat tidak setuju . Jadi responden yang

terbanyak adalah yang menjawab setuju, karena kebanyakan responden yakin dengan jasa *service* mobil yang ditawarkan oleh CV Sinar Surya Palembang.

Tabel IV.5
CV Sinar Surya Palembang sangat akurat dalam memberikan pelayanan.

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Sangat tidak setuju	2	2,0	2,0	2,0
Tidak Setuju	14	14,0	14,0	16,0
Netral	19	19,0	19,0	35,0
Setuju	37	37,0	37,0	72,0
Sangat setuju	28	28,0	28,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

Sumber: Pengolahan Data Primer, 2017

Berdasarkan tabel diatas responden menjawab sangat setuju yaitu sebanyak 28 responden (28%), menjawab sangat setuju ada 37 orang (37%), yang menjawab netral hanya sebanyak 19 responden (19%) sedangkan sisanya 14 orang responden (14%) menjawab tidak setuju dan 2 orang responden (2%) menjawab sangat tidak setuju . Jadi responden yang terbanyak adalah yang menjawab setuju, karena kebanyakan responden percaya bahwa pelayanan yang diberikan oleh CV Sinar Surya Palembang sudah akurat.

Tabel IV.6
Cepat dan Tanggap dalam menerima pelayanan di CV. Sinar Surya Palembang.

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Sangat tidak setuju	3	3,0	3,0	3,0
Tidak Setuju	24	24,0	24,0	27,0
Netral	19	19,0	19,0	46,0
Setuju	31	31,0	31,0	77,0
Sangat setuju	23	23,0	23,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

Sumber: Pengolahan Data Primer, 2017

Berdasarkan tabel diatas responden menjawab sangat setuju yaitu sebanyak 23 responden (23%), menjawab sangat setuju ada 31 orang (31%), yang menjawab netral hanya sebanyak 19 responden (19%) sedangkan sisanya 24 orang responden (24%) menjawab tidak setuju dan 3 responden lainnya menjadwab sangat tidak setuju. Jadi responden yang terbanyak adalah yang menjawab setuju, karena responden beranggapan bahwa pelayanan di CV. Sinar Surya Palembang cepat dan tanggap.

Tabel IV. 7
CV Sinar Surya Palembang selalu tepat dalam memberikan pelayanan kepada pelanggannya

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid sangat tidak setuju	3	3,0	3,0	3,0
tidak setuju	11	11,0	11,0	14,0
Netral	30	30,0	30,0	44,0
setuju	38	38,0	38,0	82,0
sangat setuju	18	18,0	18,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

Sumber : Data yang diolah, 2017

Berdasarkan tabel diatas responden menjawab sangat setuju yaitu sebanyak 18 responden (18%), menjawab sangat setuju ada 38 orang (38%), yang menjawab netral hanya sebanyak 30 responden (30%) sedangkan sisanya 11 orang responden (11%) menjawab tidak setuju dan 3 responden lainnya menjadwab sangat tidak setuju. Jadi responden yang terbanyak adalah yang menjawab setuju karena responden beranggapan bahwa pelayanan dari CV. Sinar Surya Palembang selalu tepat.

2. Variabel Kepuasan Pelanggan

Berikut tanggapan responden terhadap variabel dari indikator:

Tabel IV.8
Sudah percaya dengan jasa yang diberikan oleh CV. Sinar Surya Palembang.

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat tidak setuju	2	2,0	2,0	2,0
	Tidak setuju	10	10,0	10,0	12,0
	Netral	15	15,0	15,0	27,0
	Setuju	49	49,0	49,0	76,0
	Sangat Setuju	24	24,0	24,0	100,0
Total		100	100,0	100,0	

Sumber: Hasil Pengolahan Data Primer, 2017

Tabel di atas menunjukkan ada sebanyak 24 orang responden (24%) menjawab sangat setuju, 49 orang responden (49%) menjawab setuju, 15 orang responden (15%) menjawab netral, dan sisanya 10 orang responden

(10%) menjawab tidak setuju dan 2 orang responden menjawab sangat tidak setuju. Jadi responden yang terbanyak adalah yang menjawab sangat setuju. karena kebanyakan konsumen percaya pada pelayanan dari CV. Sinar Surya Palembang.

Tabel IV.9
Sudah yakin dengan kualitas jasa yang diberikan oleh CV Sinar Surya Palembang

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat tidak setuju	3	3,0	3,0	3,0
	Tidak setuju	13	13,0	13,0	16,0
	Netral	23	23,0	23,0	39,0
	Setuju	38	38,0	38,0	77,0
	Sangat Setuju	23	23,0	23,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Sumber: Hasil Pengolahan Data Primer, 2017

Tabel di atas menunjukkan ada sebanyak 23 orang responden (23%) menjawab sangat setuju, 38 orang responden (38%) menjawab setuju, 23 orang responden (23%) menjawab netral, 13 orang responden (13%) menjawab tidak setuju dan sisanya 3 orang responden (2%) menjawab sangat tidak setuju. Jadi responden yang terbanyak adalah yang menjawab setuju. Karena kebanyakan konsumen sudah yakin dengan kualitas jasa yang ditawarkan CV. Sinar Surya Palembang.

Tabel IV.10
Harga jasa *service* mobil di CV. Sinar Surya Palembang terjangkau

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat tidak setuju	3	3,0	3,0	3,0
	Tidak setuju	20	20,0	20,0	23,0
	Netral	20	20,0	20,0	43,0
	Setuju	30	30,0	30,0	73,0
	Sangat Setuju	27	27,0	27,0	100,0
Total		100	100,0	100,0	

Sumber: Hasil Pengolahan Data Primer, 2017

Tabel di atas menunjukkan ada sebanyak 27 orang responden (27%) menjawab sangat setuju, 30 orang responden (30%) menjawab setuju, 20 orang responden (20%) menjawab netral, 20 orang responden (20%) menjawab tidak setuju dan sisanya 3 orang responden (3%) menjawab sangat tidak setuju. Jadi responden yang terbanyak adalah yang menjawab setuju, karena konsumen beranggapan bahwa harga pada jasa *service* mobil di CV. Sinar Surya Palembang sangat terjangkau.

Tabel IV.11
Harga jasa *service* mobil di CV Sinar Surya Palembang sesuai dengan *service* yang ditawarkan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	tidak setuju	9	9,0	9,0	9,0
	Netral	35	35,0	35,0	44,0
	Setuju	43	43,0	43,0	87,0
	sangat setuju	13	13,0	13,0	100,0
Total		100	100,0	100,0	

Sumber: Pengolahan Data Primer, 2017

Tabel di atas menunjukkan ada sebanyak 13 orang responden (13%) menjawab sangat setuju, 43 orang responden (43%) menjawab setuju, 35 orang responden (35%) menjawab netral, dan sisanya 9 orang responden (9%) menjawab tidak setuju. Jadi responden yang terbanyak adalah yang menjawab setuju, karena konsumen beranggapan bahwa harganya sudah sesuai dengan jasa yang ditawarkan.

3. Indikator Variabel Loyalitas Pelanggan

Berikut tanggapan responden terhadap variabel dari indikator.

Tabel IV.12
Sudah nyaman dengan jasa *service* mobil yang ditawarkan di CV. Sinar Surya Palembang

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat tidak setuju	10	10,0	10,0	10,0
	Tidak setuju	17	17,0	17,0	27,0
	Netral	14	14,0	14,0	41,0
	Setuju	48	48,0	48,0	89,0
	Sangat Setuju	11	11,0	11,0	100,0
Total		100	100,0	100,0	

Sumber: Pengolahan Data Primer, 2017

Berdasarkan tabel diatas responden menjawab sangat setuju yaitu sebanyak 11 responden (11%), menjawab setuju ada 48 orang (48%), yang menjawab netral hanya sebanyak 14 responden (14%) sedangkan sisanya 17 orang responden (17%) menjawab tidak setuju dan 10 orang responden (10%) menjawab sangat tidak setuju. Jadi responden yang terbanyak adalah yang menjawab sangat setuju. karena kebanyakan pelanggan sudah nyaman menggunakan jasa *service* mobil di CV. Sinar Surya Palembang.

Tabel IV.13
Sudah terbiasa menggunakan jasa *service* mobil yang ditawarkan di CV. Sinar Surya Palembang

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat tidak setuju	7	7,0	7,0	7,0
	Tidak setuju	14	14,0	14,0	21,0
	Netral	12	12,0	12,0	33,0
	Setuju	34	34,0	34,0	67,0
	Sangat Setuju	33	33,0	33,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Sumber: Hasil pengolahan data primer, 2017

Tabel di atas menunjukkan ada sebanyak 33 orang responden (33%) menjawab sangat setuju, 34 orang responden (34%) menjawab setuju, 12 orang responden (12%) menjawab netral, dan sisanya 14 orang responden (14%) menjawab tidak setuju dan 7 orang lainnya menjawab sangat tidak setuju. Jadi responden yang terbanyak adalah yang menjawab setuju. Karena kebanyakan pelanggan sudah terbiasa menggunakan jasa *service* mobil yang ditawarkan di CV. Sinar Surya Palembang.

Tabel IV. 14
Selalu kembali menggunakan jasa *service* mobil yang ada di CV. Sinar Surya Palembang

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat tidak setuju	7	7,0	7,0	7,0
	Tidak setuju	18	18,0	18,0	25,0
	Netral	17	17,0	17,0	42,0
	Setuju	33	33,0	33,0	75,0
	Sangat Setuju	25	25,0	25,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Sumber: Hasil pengolahan data primer, 2017

Tabel di atas menunjukkan ada sebanyak 25 orang responden (25%) menjawab sangat setuju, 33 orang responden (33%) menjawab setuju, 17 orang responden (17%) menjawab netral, dan sisanya 18 orang responden (18%) menjawab tidak setuju dan 7 orang responden (7%) menjawab sangat tidak setuju. Jadi responden yang terbanyak adalah yang menjawab setuju. karena kebanyakan mau konsumen kembali menggunakan jasa disini.

Tabel IV. 15
Selalu rutin menggunakan jasa *service* mobil yang ada di CV. Sinar Surya Palembang

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	sangat tidak setuju	5	5,0	5,0	5,0
	tidak setuju	6	6,0	6,0	11,0
	Netral	28	28,0	28,0	39,0
	Setuju	42	42,0	42,0	81,0
	sangat setuju	19	19,0	19,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Sumber: Data yang diolah, 2017

Berdasarkan tabel diatas responden menjawab sangat setuju yaitu sebanyak 19 responden (19%), menjawab sangat setuju ada 42 orang (42%), yang menjawab netral hanya sebanyak 28 responden (28%) sedangkan sisanya 6 orang responden (6%) menjawab tidak setuju dan 5 responden lainnya menjadwab sangat tidak setuju. Jadi responden yang terbanyak

adalah yang menjawab setuju, karena kebanyakan konsumen rutin menggunakan jasa di CV Sinar Surya Palembang.

a. Uji Instrumen

1) Uji Validitas

Uji validitas dilakukan untuk mengukur sah atau tidaknya indikator atau kuesioner dari masing-masing variabel. Pengujian dilakukan dengan membandingkan r_{hitung} dan r_{tabel} dengan menggunakan program SPSS, Selanjutnya pengujian validitas data dengan menggunakan uji dua sisi dengan taraf signifikan 5%. Pengujian validitas ini dilakukan terhadap 100 responden, maka r_{tabel} $df= n-2$ dengan taraf signifikan 5%, $df= 100-2= 98$, maka $r_{tabel}= 0,197$. Tingkat kevalidan indikator atau kuesioner dapat ditentukan, apabila $r_{hitung} > r_{tabel} = \text{Valid}$ dan $r_{hitung} < r_{tabel} = \text{Tidak Valid}$. Hasil uji validitas selengkapnya dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel IV.16
Uji Validitas

Variabel	Pertanyaan	R _{hitung}	R _{tabel}	keterangan
Loyalitas Pelanggan	Pertanyaan1	0,831	0,197	Valid
	Pertanyaan2	0,756		
	Pertanyaan3	0,776		
	Pertanyaan4	0,540		
Kualitas Pelayanan	Pertanyaan1	0,766		
	Pertanyaan2	0,762		
	Pertanyaan3	0,858		
	Pertanyaan4	0,582		
Kepuasan Pelanggan	Pertanyaan1	0,739		
	Pertanyaan2	0,620		
	Pertanyaan3	0,783		
	Pertanyaan4	0,565		

Sumber: Hasil pengolahan data dengan SPSS versi 22.00

Dari tabel tersebut hasil uji validitas memperlihatkan nilai r hitung setiap indikator variabel loyalitas pelanggan, kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan lebih besar dibanding nilai r tabel. Dengan demikian indikator atau kuesioner yang digunakan oleh masing-masing variabel loyalitas pelanggan, kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan dinyatakan valid untuk digunakan sebagai alat ukur variabel.

2) Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk mengetahui apakah indikator atau kuesioner yang digunakan dapat dipercaya atau handal sebagai alat ukur variabel. *Cronbach's Alpha* sangat cocok digunakan pada skor berbentuk skala (misal 1-4, 1-5) atau skor rentangan (misal 0-20, 0-50), untuk pengujian biasanya menggunakan batasan 0,6.

Tabel VI.17
Uji Reliabilitas

Variabel	<i>Cronbach's Alpha</i>	<i>Standar Reabilitas</i>	Keterangan
Loyalitas Pelanggan	0,709	0,60	Reliabel
Kualitas Pelayanan	0,767		
Kepuasan Pelanggan	0,692		

Sumber :Hasil Pengolahan Data dengan SPSS Versi 22.00

Nilai *cronbach's alpha* semua variabel lebih besar dari 0,60, sehingga dapat disimpulkan indikator atau kuesioner yang digunakan variabel loyalitas pelanggan, kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan semua dinyatakan reliabilitas atau dapat dipercaya sebagai alat ukur variabel.

b. Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda ini digunakan untuk mengetahui pengaruh antara Kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan pada CV Surya Sinar Palembang.

Tabel IV.18
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1,155	,776	2,488	,014
	kualitas_pelayanan	,423	,072	,559	,000
	kepuasan_pelanggan	,415	,065	,168	,000

a. Dependent Variable: loyalitas_pelanggan

Berdasarkan tabel tersebut diperoleh koefisien regresi masing masing variabel yaitu nilai konstanta (*Constant*) sebesar 1,155, koefisien regresi variabel kualitas pelayanan adalah sebesar 0,423 dan koefisien regresi variabel kepuasan pelanggan adalah sebesar 0,415. Dari koefisien tersebut dapat dibentuk suatu persamaan regresi sebagai berikut :

$$Y = 1,155 + 0,423 X_1 + 0,415 X_2$$

Berdasarkan persamaan regresi tersebut, nilai konstanta sebesar 1,155 (positif), menunjukkan bahwa seandainya kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan adalah 0 maka loyalitas pelanggan pada CV Surya Sinar Palembang adalah sebesar 1,155.

Nilai koefisien variabel kualitas pelayanan adalah sebesar 0,423 (positif), artinya jika variabel kualitas pelayanan meningkat 1 maka loyalitas pelanggan CV Surya Sinar Palembang akan meningkat sebesar 0,423 dan sebaliknya apabila variabel kualitas pelayanan menurun 1 maka loyalitas pelanggan CV Surya Sinar Palembang akan menurun sebesar 0,423 dengan asumsi variabel kepuasan pelanggan tetap.

Nilai koefisien variabel kepuasan pelanggan adalah sebesar 0,415 (positif), artinya jika variabel kepuasan pelanggan meningkat 1 maka loyalitas pelanggan CV Surya Sinar Palembang akan meningkat sebesar 0,415 dan sebaliknya apabila variabel kepuasan pelanggan menurun 1 maka loyalitas pelanggan CV Surya Sinar Palembang akan menurun sebesar 0,415, dengan asumsi variabel keualitas pelayanan tetap.

c. Uji F

Anova (uji F) bertujuan untuk mengetahui apakah variabel kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan (secara simultan) berpengaruh terhadap variabel loyalitas pelanggan. Adapun hasilnya dapat dilihat pada tabel IV.16 berikut ini.

Tabel IV.19
Anova^a

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	130,153	2	65,077	41,087	,000 ^b
Residual	153,637	97	1,584		
Total	283,790	99			

a. Dependent Variable: loyalitas_pelanggan

b. Predictors: (Constant), kepuasan_pelanggan, kualitas_pelayanan

Berdasarkan tabel anova tersebut, dapat dilihat bahwa nilai F_{hitung} untuk variabel kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan adalah sebesar 41,087 sedangkan F_{tabel} dengan tingkat keyakinan 95%, tingkat kesalahan (α) sebesar 5% dan derajat kebebasan $(df)=n-k-1$. $df1 = 2-1 =1$, $df2 = 100-2 = 98$ adalah sebesar 3,94.

Pada penelitian ini $F_{hitung}(41,087) > F_{tabel}(3,94)$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan secara simultan terhadap loyalitas pelanggan. Dengan demikian secara simultan hipotesis terbukti.

d. Uji t

Uji t bertujuan untuk mengetahui apakah variabel kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan berpengaruh terhadap variabel loyalitas pelanggan. Adapun hasilnya dapat dilihat pada tabel IV.17 berikut ini :

Tabel IV.20
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1,155	,776	2,488	,014
	kualitas_pelayanan	,423	,072	,559	,000
	kepuasan_pelanggan	,415	,065	,168	,000

a. Dependent Variable: loyalitas_pelanggan

Nilai t_{tabel} dengan taraf nyata (α) = 5% dan $df (n-2) = 100-2 = 98$, adalah sebesar 1,684.

Berdasarkan tabel *Coefficients* diatas, dapat dijelaskan bahwa nilai t_{hitung} untuk variabel kualitas pelayanan terhadap loyalitas konsumen adalah sebesar 5,845, hal ini berarti $t_{hitung} (5,845) > t_{tabel} (1,684)$ dan $sig (0,000) < 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Berarti ada pengaruh antara kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan pada CV Surya Sinar Palembang.

Berdasarkan tabel *Coefficients* diatas, dapat dijelaskan bahwa nilai t_{hitung} untuk variabel kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan adalah sebesar 5,757, hal ini berarti $t_{hitung} (5,757) > t_{tabel} (1,684)$ dan $sig (0,000) < 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Berarti ada pengaruh antara kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan pada CV Surya Sinar Palembang.

e. Koefisien Determinasi

Koefisien Determinasi ini digunakan untuk mengetahui seberapa besar sumbangan variabel bebas, yaitu kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan terhadap variabel terikat loyalitas pelanggan CV Surya Sinar Palembang.

Tabel IV.21
Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,677 ^a	,459	,447	1,259

a. Predictors: (Constant), kepuasan_pelanggan, kualitas_pelayanan
b. Dependent Variable: loyalitas_pelanggan

Berdasarkan tabel IV.21 dapat dilihat nilai R_{Square} (R^2) sebesar 0,459, angka tersebut menggambarkan bahwa loyalitas pelanggan pada CV Surya Sinar Palembang dapat dijelaskan oleh variabel kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan sebesar 67,7% sedangkan sisanya merupakan faktor-faktor lain yang tidak masuk dalam penelitian ini.

Koefisien determinasi merupakan bagian dari keragaman variabel Y (terikat) yang dapat diterangkan atau diperhitungkan oleh keragaman variabel X (bebas), yaitu koefisien yang mengukur besarnya persentase kontribusi variasi X terhadap Y. Dalam penelitian ini nilai R^2 menggambarkan bahwa kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan sebesar 67,7%, artinya jika ada peningkatan variabel kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan maka meningkat pula loyalitas pelanggan pada CV Surya Sinar Palembang. Sebaliknya jika ada penurunan terhadap kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan maka akan menurunkan loyalitas pelanggan pada CV Surya Sinar Palembang.

Menurut kriteria signifikan atas pengaruh variabel $R^2 = 0,677$ (67,7%) yang mempunyai arti bahwa penelitian ini berpengaruh cukup berarti, dikarenakan $R^2 = 0,677$ maka pengaruh antara kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan, cukup kuat. Meskipun demikian, variabel kualitas pelayanan dan kepuasan

pelanggan harus menjadi perhatian bagi perusahaan agar dapat meningkatkan loyalitas pelanggan dan meningkatkan penjualan.

B. Pembahasan Penelitian

Kualitas pelayanan itu sendiri dapat diartikan sebagai tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan. Jadi untuk memenuhi kualitas pelayanan seperti yang diharapkan pelanggan, pihak CV. Sinar Surya Palembang harus memberikan pelayanan yang prima dan unggul. Kualitas pelayanan yang baik merupakan satu hal yang sangat penting untuk meraih pasar.

Kepuasan pelanggan merupakan faktor yang sangat menentukan dalam pemasaran, sebaliknya kekecewaan pelanggan dalam memberi layanan bisa menjadikan kehancuran perusahaan di masa mendatang. Agar pelanggan dapat dipertahankan, tentu harus dilakukan dengan langkah-langkah pelayanan optimal bagi pelanggan. Selain itu perubahan lingkungan persaingan dapat mengakibatkan perubahan perilaku konsumen, pendapatan masyarakat secara perlahan-lahan bertambah, perkembangan pendidikan, kemajuan teknologi, pengaruh hubungan sosial yang semakin luas adalah beberapa faktor yang memungkinkan terjadinya perubahan perilaku konsumen. Berhasil atau tidaknya suatu usaha dalam menjual barang atau jasa tergantung dari usaha yang sungguh-sungguh dalam pemasaran. untuk menciptakan kepuasan pelanggan manajemen dituntut untuk melakukan berbagai perubahan dalam hal ketersediaan sumber daya manusia, mutu pelayanan maupun biaya pelayanan. Berbagai perubahan tersebut diharapkan menciptakan kepuasan pelanggan.

Secara parsial kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan. sikap dan tindakan dalam melayani pelanggan mempunyai nilai *plus* tersendiri bagi pelanggan, dengan kata lain kualitas pelayanan adalah salah satu unsur penting yang mendorong pelanggan menjadi lebih loyal terhadap jasa yang ditawarkan CV Surya Sinar Palembang. Semakin baik kualitas pelayanan yang diberikan maka konsumen akan semakin tertarik untuk membeli, karena konsumen beranggapan bahwa suatu jasa dengan kualitas pelayanan yang baik dan yang sudah terpercaya lebih memberikan rasa aman ketika konsumen itu menggunakan jasa yang akan dibeli. Selain itu, semakin baik kualitas pelayanan yang diberikan pada pelanggan maka semakin kuat pula rasa percaya diri pelanggan untuk tetap loyal atau setia terhadap produk yang dibelinya sehingga hal tersebut dapat mengantarkan sebuah perusahaan untuk tetap mendapatkan keuntungan dari waktu ke waktu.

Secara parsial kepuasan pelanggan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan. Loyalitas pelanggan juga dapat terbentuk dari kepuasan yang dirasakan oleh pelanggan. Kotler dan Keller (2008:177), menyatakan bahwa kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja (atau hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja (atau hasil) yang diharapkan. Dengan kata lain, seseorang merasa puas apabila hasil yang didapat minimal mampu memenuhi harapannya sedangkan seseorang merasa tidak puas apabila hasil yang didapat tidak mampu memenuhi harapannya. Kepuasan yang dirasakan seseorang akan memberikan

dampak terhadap perilaku penggunaan kembali secara terus menerus sehingga terbentuklah loyalitas.

Dilihat dari tabel t variabel yang paling mempengaruhi adalah variabel kualitas pelayanan hal ini dikarenakan kebanyakan pembeli menjadi pelanggan tetap dan menjadi lebih loyal dikarenakan merasakan puas dengan kualitas layanan akan jasa yang ditawarkan.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

1. Berdasarkan hasil analisis dengan regresi linier berganda penelitian yang penulis lakukan pada variabel kualitas pelayanan dan variabel kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan dengan persamaan $Y = 1,155 + 0,423 X_1 + 0,415 X_2$. Hasil pengujian hipotesis Uji F menunjukkan $F_{hitung} (41,087) > F_{tabel} (3,94)$ yang berarti bahwa kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan secara simultan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan.

2. Berdasarkan hasil uji t menunjukkan $t_{hitung} > t_{tabel}$ ini berarti H_0 ditolak dan H_a diterima yang artinya ada pengaruh antara kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan secara parsial terhadap loyalitas pelanggan pada CV Surya Sinar Palembang.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian disarankan kepada CV Surya Sinar Palembang agar lebih memperhatikan faktor-faktor yang berkaitan dengan loyalitas pelanggan seperti faktor kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan. Kepuasan pelanggan perlu ditingkatkan karena kepuasan pelanggan CV Surya termasuk dalam kategori penting agar dapat dengan mudah mendapatkan loyalitas dari pelanggan dengan begitu akan menguntungkan pihak perusahaan.

loyalitas pelanggan seperti faktor kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan. Kepuasan pelanggan perlu ditingkatkan karena kepuasan pelanggan CV Sinar Surya termasuk dalam kategori penting agar dapat dengan mudah mendapatkan loyalitas dari pelanggan dengan begitu akan menguntungkan pihak perusahaan.

Untuk penelitian yang dilakukan selanjutnya sebaiknya menambah faktor-faktor lain yang berada diluar penelitian karena peneliti menyadari bahwa masih banyak faktor diluar penelitian yang dapat mempengaruhi loyalitas pelanggan pada CV Surya Sinar Palembang.

Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan pada
CV. Sinar Surya Palembang

Responden Yth,

Saya adalah mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Palembang yang sedang melakukan penelitian loyalitas pelanggan jasa *service* mobil pada pelanggan di CV. Sinar Surya Palembang. Demi tercapainya hasil yang diinginkan, saya sangat mengharapkan saudara/i dapat mengisi daftar pertanyaan ini secara lengkap dan benar. Semua informasi yang diterima dari pengisian kuesioner ini hanya akan digunakan untuk kepentingan penelitian semata. Atas kerjasamanya Peneliti ucapkan terimakasih.

Jenis kelamin	:	L/P
Umur	:	1) Kurang dari 20 thn 2) Lebih dari 20 thn
Pekerjaan	:	1) Pelajar/Mahasiswa 2) PNS & BUMN
		3) Pegawai Swasta 4) Pengusahaa

Petunjuk pengisian :

Berilah tanda (√) pada salah satu kolom skala penelitian setiap pertanyaan berikut ini:

Keterangan :

Sangat Tidak Setuju	:	STS
Tidak Setuju	:	TS
Netral	:	N
Setuju	:	S
Sangat Setuju	:	SS

Pertanyaan Kuesioner

N o.	Pertanyaan	SS	S	N	TS	STS
1.	Kualitas Pelayanan					
a.	CV Sinar Surya Palembang sangat akurat dan meyakinkan dalam memberikan pelayanan.					
b.	Cepat dan Tanggap dalam menerima pelayanan di CV. Sinar Surya Palembang.					
c.	Fasilitas dan peralatan yang disediakan oleh CV. Sinar Surya Palembang cukup memadai.					
2.	Kepuasan Pelanggan					
a.	Pelayanan yang ada di CV. Sinar Surya Palembang sudah cukup baik.					
b.	Sudah percaya dan yakin dengan jasa yang diberikan oleh CV. Sinar Surya Palembang.					
c.	Harga jasa <i>service</i> mobil di CV. Sinar Surya Palembang terjangkau					
d.	Jasa <i>service</i> mobil dari CV. Sinar Surya Palembang terbilang mudah di jangkau.					
3	Loyalitas Pelanggan					
a.	Sudah nyaman dan terbiasa menggunakan jasa <i>service</i> mobil yang ditawarkan di CV. Sinar Surya Palembang					
b.	Selalu kembali menggunakan jasa <i>service</i> mobil yang ada di CV. Sinar Surya Palembang					

LAMPIRAN 2

HASIL LINIER BERGANDA

Variables Entered/Removed ^a			
Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	kepuasan_pelanggan, kualitas_pelayanan ^b		Enter

- a. Dependent Variable: loyalitas_pelanggan
- b. All requested variables entered.

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,677 ^a	,459	,447	1,259

- a. Predictors: (Constant), kepuasan_pelanggan, kualitas_pelayanan
- b. Dependent Variable: loyalitas_pelanggan

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	130,153	2	65,077	41,087	,000 ^b
	Residual	153,637	97	1,584		
	Total	283,790	99			

- a. Dependent Variable: loyalitas_pelanggan
- b. Predictors: (Constant), kepuasan_pelanggan, kualitas_pelayanan

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	1,155	,776		2,488	,014
kualitas_pelayanan	,423	,072	,559	5,845	,000
kepuasan_pelanggan	,415	,065	,168	5,757	,000

a. Dependent Variable: loyalitas_pelanggan

LAMPIRAN 3

HASIL UJI VALIDITAS DAN RELIABILITAS
LOYALITAS PELANGGAN (Y)

Reliability

Correlations				
		p1	p2	total
p1	Pearson Correlation	1	,551**	,886**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000
	N	100	100	100
p2	Pearson Correlation	,551**	1	,793**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000
	N	100	100	100
total	Pearson Correlation	,886**	,793**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	
	N	100	100	100

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	100	100,0
	Excluded ^a	0	,0
	Total	100	100,0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's	
Alpha	N of Items
,709	2

LAMPIRAN 4

HASIL KUALITAS PELAYANAN (X₁)

		Correlations			
		p1	p2	p3	total
p1	Pearson Correlation	1	,337**	,819**	,847**
	Sig. (2-tailed)		,001	,000	,000
	N	100	100	100	100
p2	Pearson Correlation	,337**	1	,449**	,739**
	Sig. (2-tailed)	,001		,000	,000
	N	100	100	100	100
p3	Pearson Correlation	,819**	,449**	1	,904**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000
	N	100	100	100	100
total	Pearson Correlation	,847**	,739**	,904**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	
	N	100	100	100	100

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	100	100,0
	Excluded ^a	0	,0
	Total	100	100,0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,767	3

LAMPIRAN 5

HASIL KEPUASAN PELANGGAN (X₂)

Correlations						
		p1	p2	p3	p4	total
p1	Pearson Correlation	1	,244*	,674**	,118	,739**
	Sig. (2-tailed)		,014	,000	,244	,000
	N	100	100	100	100	100
p2	Pearson Correlation	,244*	1	,286**	,129	,620**
	Sig. (2-tailed)	,014		,004	,200	,000
	N	100	100	100	100	100
p3	Pearson Correlation	,674**	,286**	1	,220*	,783**
	Sig. (2-tailed)	,000	,004		,028	,000
	N	100	100	100	100	100
p4	Pearson Correlation	,118	,129	,220*	1	,565**
	Sig. (2-tailed)	,244	,200	,028		,000
	N	100	100	100	100	100
total	Pearson Correlation	,739**	,620**	,783**	,565**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	
	N	100	100	100	100	100

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	100	100,0
	Excluded ^a	0	,0
	Total	100	100,0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's	
Alpha	N of Items
,692	4

LAMPIRAN 6

Jawaban Responden

Resp	loyalitas pelanggan		total
	1	2	
1	3	4	7
2	2	2	4
3	3	3	6
4	4	3	7
5	4	4	8
6	3	2	5
7	3	2	5
8	4	3	7
9	3	4	7
10	4	3	7
11	3	3	6
12	3	4	7
13	4	4	8
14	2	4	6
15	2	3	5
16	1	1	2
17	4	5	9
18	3	4	7
19	5	5	10
20	5	5	10
21	4	5	9
22	4	3	7
23	4	4	8
24	4	5	9
25	3	4	7
26	3	3	6
27	4	4	8
28	4	4	8
29	3	2	5
30	4	3	7
31	3	4	7
32	5	5	10
33	4	3	7

34	3	3	6
35	3	3	6
36	4	2	6
37	2	4	6
38	5	5	10
39	5	4	9
40	4	5	9
41	5	5	10
42	4	3	7
43	5	5	10
44	4	4	8
45	5	3	8
46	4	5	9
47	4	5	9
48	4	5	9
49	5	4	9
50	5	4	9
51	4	5	9
52	4	3	7
53	4	4	8
54	4	5	9
55	2	4	6
56	3	3	6
57	4	4	8
58	4	4	8
59	4	5	9
60	3	3	6
61	3	4	7
62	5	5	10
63	4	3	7
64	4	3	7
65	4	2	6
66	3	4	7
67	4	4	8
68	5	5	10
69	5	4	9
70	5	5	10
71	5	5	10
72	4	4	8
73	5	5	10
74	4	4	8

75	5	3	8
76	4	5	9
77	4	5	9
78	4	5	9
79	5	4	9
80	5	4	9
81	4	3	7
82	3	3	6
83	3	4	7
84	4	4	8
85	2	4	6
86	2	3	5
87	1	1	2
88	4	5	9
89	3	4	7
90	5	5	10
91	5	5	10
92	4	5	9
93	4	3	7
94	4	4	8
95	4	5	9
96	3	4	7
97	3	3	6
98	4	4	8
99	4	4	8
100	3	2	5

Resp	kualitas layanan			total
	1	2	3	
1	3	3	3	9
2	2	3	2	7
3	4	3	4	11
4	4	4	4	12
5	3	4	3	10
6	2	3	2	7
7	2	1	1	4
8	4	4	4	12
9	4	4	4	12
10	4	3	4	11
11	4	2	2	8
12	4	4	4	12
13	4	5	4	13
14	3	4	3	10
15	3	4	3	10
16	3	2	2	7
17	3	4	4	11
18	4	4	4	12
19	4	3	4	11
20	5	4	5	14
21	4	5	4	13
22	4	2	4	10
23	4	5	4	13
24	5	4	5	14
25	4	2	4	10
26	3	3	3	9
27	4	3	4	11
28	3	3	4	10
29	2	2	2	6
30	4	3	3	10
31	4	3	4	11
32	4	3	4	11
33	5	4	5	14
34	2	3	3	8
35	4	3	4	11
36	5	3	5	13
37	5	3	5	13
38	4	3	4	11
39	3	5	4	12

40	5	2	5	12
41	4	3	4	11
42	3	4	4	11
43	5	5	5	15
44	5	4	5	14
45	4	4	4	12
46	4	5	4	13
47	5	5	5	15
48	4	4	4	12
49	5	4	5	14
50	5	4	5	14
51	4	5	4	13
52	4	2	4	10
53	4	5	4	13
54	5	4	5	14
55	3	4	2	9
56	3	3	3	9
57	4	3	4	11
58	4	4	2	10
59	5	5	5	15
60	3	3	3	9
61	4	3	4	11
62	4	3	4	11
63	5	4	5	14
64	4	4	4	12
65	4	4	4	12
66	5	5	5	15
67	3	4	5	12
67	4	3	4	11
69	4	5	4	13
70	5	2	5	12
71	4	3	4	11
72	4	4	4	12
73	5	5	5	15
74	5	4	5	14
75	4	4	4	12
76	4	5	4	13
77	5	5	5	15
78	4	4	4	12
79	5	4	5	14
80	5	4	5	14

81	4	3	4	11
82	4	2	2	8
83	4	4	4	12
84	4	5	4	13
85	3	4	3	10
86	3	4	3	10
87	3	2	2	7
88	3	4	4	11
89	4	4	4	12
90	4	3	4	11
91	5	4	5	14
92	4	5	4	13
93	4	2	4	10
94	4	5	4	13
95	5	4	5	14
96	4	2	4	10
97	3	3	3	9
98	4	3	4	11
99	3	3	4	10
100	2	2	2	6

Resp	kepuasan pelanggan				total
	1	2	3	4	
1	4	4	4	3	15
2	2	2	3	2	9
3	3	2	3	3	11
4	4	4	4	5	17
5	3	4	3	4	14
6	3	2	3	3	11
7	1	2	2	5	10
8	3	4	3	3	13
9	3	3	3	4	13
10	4	5	4	4	17
11	4	3	2	1	10
12	3	3	2	3	11
13	4	2	4	4	14
14	2	4	3	4	13
15	2	4	3	2	11
16	1	1	3	3	8
17	2	5	4	2	13
18	3	4	3	3	13
19	5	3	5	3	16
20	3	3	3	4	13
21	4	3	4	4	15
22	3	3	3	2	11
23	4	3	4	3	14
24	4	5	4	5	18
25	4	3	4	4	15
26	3	4	3	3	13
27	4	3	4	4	15
28	4	3	4	4	15
29	3	3	3	4	13
30	3	4	3	4	14
31	5	4	5	2	16
32	2	5	2	4	13
33	4	4	4	5	17
34	3	2	3	4	12
35	5	4	5	4	18
36	5	3	5	2	15
37	2	2	2	3	9
38	3	3	3	5	14
39	2	3	5	5	15

40	4		4	3	2
41	3		3	3	4
42	3		5	5	2
43	4		4	4	4
44	4		4	5	5
45	4		5	4	3
46	4		5	4	4
47	4		5	4	5
48	4		4	4	5
49	3		4	3	3
50	4		4	4	3
51	4		3	4	4
52	3		3	3	2
53	4		3	4	3
54	4		5	4	5
55	3		4	3	3
56	3		4	3	3
57	4		3	4	4
58	4		2	2	3
59	5		5	5	4
60	3		4	3	4
61	5		4	5	2
62	2		5	2	4
63	4		4	4	5
64	4		4	4	4
65	5		4	5	4
66	5		4	5	4
67	4		4	4	3
67	3		3	3	5
69	4		4	4	5
70	4		4	4	4
71	3		3	3	4
72	3		3	4	5
73	4		4	4	4
74	5		3	5	4
75	4		5	4	3
76	4		5	4	4
77	4		5	4	5
78	4		4	4	5
79	3		4	3	3
80	4		4	4	3

81	4	5	4	4	17
82	4	3	2	1	10
83	3	3	2	3	11
84	4	2	4	4	14
85	2	4	3	4	13
86	2	4	3	2	11
87	1	1	3	3	8
88	2	5	4	2	13
89	3	4	3	3	13
90	5	3	5	3	16
91	3	3	3	4	13
92	4	3	4	4	15
93	3	3	3	2	11
94	4	3	4	3	14
95	4	5	4	5	18
96	4	3	4	4	15
97	3	4	3	3	13
98	4	3	4	4	15
99	4	3	4	4	15
100	3	3	3	4	13

CV. SINAR SURYA

Jl. Kol Atmo No. 609 Telp. (0711) 361513 Fax. (0711) 364480
PALEMBANG

CONRACTOR - LEVERANSIR - ENGINEERING

Kepada Yth,
Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Palembang

Dengan hormat,

Yang bertanda tangan dibawah ini :
Nama : Rudijanto Hermanto
Jabatan : Pimpinan

Menerangkan Bahwa :
Nama : Nyimas Nadra
NIM : 212013322.M
Jurusan : Manajemen

Telah kami setuju untuk melaksanakan penelitian pada perusahaan kami sebagai syarat penyusunan skripsi dalam mata kuliah : Manajemen Pemasaran

Mohon data/keterangan yang diberikan tidak dipublikasi atas perhatian dan kerjasamanya kami ucapkan terima kasih.

Palembang, 7 Febuari 2017
Hormat kami,



CV. SINAR SURYA
PALEMBANG

Rudijanto Hermanto



UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PALEMBANG
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

AKREDITASI

INSTITUSI PERGURUAN TINGGI
PROGRAM STUDI MANAJEMEN (S1)
PROGRAM STUDI AKUNTANSI (S1)
PROGRAM STUDI MANAJEMEN PEMASARAN (D3)

Nomor : 027 /SK/BAN-PT/Akred /PT/I / 2014 (B)
Nomor : 044 /SK/BAN-PT/Akred /S/I / 2014 (B)
Nomor : 1262 /SK/BAN-PT/Akred/S/XII/ 2015 (B)
Nomor : 771 /SK/BAN-PT/Akred/Dpl-III/VII/ 2015 (B)

Website : fe.umpalembang.ac.id Email : febumpig@umpalembang.ac.id

Alamat : Jalan Jendral Ahmad Yani 13 Ulu Palembang 30263 Telp. (0711)511433 Faximile (0711)518018



LEMBAR PERSETUJUAN PERBAIKAN SKRIPSI

/ Tanggal : Rabu/01 Maret 2017
tu : 16.00 wib
ia : Nyimas Nadra
[: 212013322.M
san : Manajemen
i Kuliah Pokok : Manajemen Pemasaran
l : Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada CV. Sinar Surya Palembang
AH DIPERBAIKI DAN DISETUJUI OLEH TIM PENGUJI DAN PEMBIMBING SKRIPSI DAN ERKENAKAN UNTUK MENGIKUTI WISUDA

No	NAMA DOSEN	JABATAN	TANGGAL PERSETUJUAN	TANDA TANGAN
1.	Mardiana Puspasari, SE, M.Si	Pembimbing	30-3-2017	
2.	Dr. Omar Hendro, SE, M.Si	Ketua Penguji	15/3 2017	
3.	Hj. Maftuhah Nurrahmi, SE, M.Si	Ang. Penguji I	13-03-2017	
4.	Zaleha Trihandayani, SE, M.Si	Ang. Penguji II	15/3-2017	

Palembang, 7 Maret /2017
An. Dekan
Ketua Program Studi Akuntansi

Hj. Maftuhah Nurrahmi, SE., M.Si
NIDN/NBM: 0216057001/673839



بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

KARTU AKTIVITAS BIMBINGAN SKRIPSI

NAMA MAHASISWA : **NYIMAS NADRA**

PEMBIMBING

NIM : **21 2013 322.M**

KETUA : **MARDIANA PUSPASARI, S.E., M.Si**

PROGRAM STUDI : **MANAJEMEN**

ANGGOTA :

JUDUL SKRIPSI : **PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN KEPUASAN PELANGGAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PADA CV. SINAR SURYA PALEMBANG**

NO.	TGL/BL/TH KONSULTASI	MATERI YANG DIBAHAS	PARAF PEMBIMBING		KETERANGAN
			KETUA	ANGGOTA	
1	1-2-17	BAB I, II, III			REVISI
2					
3	2-2-17	BAB I, II, III			REVISI
4					
5	4-2-17	BAB I, II, III			ACC
6					
7	6-2-17	BAB IV, V			REVISI
8					
9	7-2-17	BAB IV, V			ACC
10					
11					
12					
13					
14					
15					
16					

CATATAN :

Mahasiswa diberikan waktu menyelesaikan skripsi, 6 bulan terhitung sejak tanggal ditetapkan

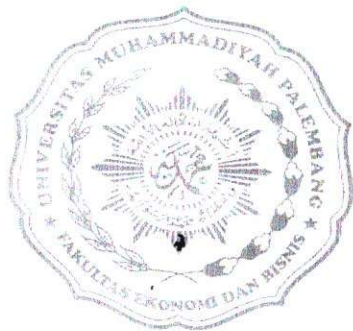
Dikeluarkan di : Palembang

Pada tanggal : / /

a.n. Dekan

Program Studi

Hj. Maftuhah Nurrahmi, S.E., M.Si
NIDN : 0216057001



**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PALEMBANG**

Unggul dan Islami

Sertifikat

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

DIBERIKAN KEPADA :

NAMA : NYIMAS NADRA
NIM : 212013322.M
PROGRAM STUDI : Manajemen

Yang dinyatakan **HAFAL / TAHFIDZ** (22) Surat Juz Amma
di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang

Palembang, 2016, 31 أكتوبر, الإثنين



an. Dekan
Wakil Dekan IV
Purmansyah Ariadi, S.Ag., M.Hum
NBM/NIDN : 731454/0215126902



UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PALEMBANG
LEMBAGA BAHASA

Jalan Jenderal Ahmad Yani 13 Ulu Palembang 30263

Telp. (0711) 512637 - Fax. (0711) 512637

email. lembagabahasaump@yahoo.co.id



TEST OF ENGLISH ABILITY SCORE RECORD

Name : Nyimas Nadra
Place/Date of Birth : Palembang, October 03rd 1995
Test Times Taken : +1
Test Date : January, 31st 2017

Scaled Score

Listening Comprehension : 49
Structure Grammar : 54
Reading Comprehension : 46
OVERALL SCORE : 496

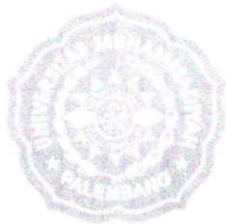
Palembang, February, 04th 2017
Chairperson of Language Institute

Rini Susanti, S.Pd., M.A

No. 357/TEA FE/LB/UMP/II/2017

NBM/NIDN. 1164932/0210098402

123 certificates



MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PIMPINAN PUSAT MUHAMMADIYAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PALEMBANG
STATUS TERAKREDITASI

وَاللَّهُ الرَّحْمَنُ الرَّحِيمُ

PIAGAM

No. 118/H-4/LPKKN/UMP/XI/2016

Rektor Universitas Muhammadiyah Palembang menerangkan bahwa:

Nama : NYIMAS NADRA
Nomor Pokok Mahasiswa : 212013322.M
Fakultas : EKONOMI DAN BISNIS
Tempat Tgl. Lahir : PALEMBANG, 03-10-1995

telah mengikuti Kuliah Kerja Nyata Tematik Posdaya Angkatan ke-11 yang dilaksanakan dari tanggal 20 Juli sampai dengan 3 September 2016 bertempat di:

Kelurahan/Desa : GANDUS (A)
Kecamatan : GANDUS
Kota/Kabupaten : PALEMBANG
Dinyatakan : Lulus



Palembang, 17 September 2016

Rektor,

Dr. Abid Djazuli, S.E., M.M.
NBM/NIDN. 743462/0230106301

BIODATA PENULIS

Nama : Nyimas Nadra
NIM : 212013322.M
Tempat, Tanggal Lahir : Palembang, 03 Oktober 1995
Fakultas : Ekonomi
Program Studi : Manajemen
Jenis Kelamin : Perempuan
Alamat Rumah : Jalan Slamet Riady Lrg. Kemas II No. 490 RT. 06
RW. 02 Kec. Ilir Timur II Palembang
No. Hand Phone : 089634571774
Email : nadranyimas03@gmail.com
Nama Orang Tua
Bapak : Kemas M. Najib Yahya
Ibu : Nyimas Sukainah
Pekerjaan Orang Tua
Bapak : Wiraswasta
Ibu : Ibu Rumah Tangga

Palembang, 2017

Penulis