PENGARUH KEPUASAN TERHADAP LOYALITAS ALUMNI UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PALEMBANG

Skripsi

Nama : Dandy Agadri Baeten

NIM : 212015127

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PALEMBANG

2019

PENGARUH KEPUASAN TERHADAP LOYALITAS ALUMNI UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PALEMBANG

SKRIPSI

Diajukan untuk Menyusun Skripsi
Pada Program Strata Satu Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Palembang

Nama : Dandy Agadri Baeten

NIM : 212015127

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PALEMBANG

2019

PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama	: Dandy Agadri Baeten
NIM	: 212015127
Konsentrasi	: Pemasaran
Judul Usulan Penelitian	: Pengaruh Kepuasan Terhadap Loyalitas Alumni Universitas Muhammadiyah Palembang.

Dengan ini saya menyatakan:

1. Karya tulis ini adalah Asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelarakademik Sarjana Strata 1 baik di Universitas Muhammadiyah Palembang maupun di perguruan tinggi lain.
2. Karya tulis ini adalah murni gagasan, rumusan, dan enelitian saya sendiri tanpa bantuan pihak lain kecuali arahan pembimbing.
3. Dalam karya tulis ini terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.
4. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnyadan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenarandalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang diperoleh karena karya ini serta sanksi lainnya sesuai dengannorma yang berlaku di perguruan tinggi ini.

Palembang, Juni 2019

METERAI TEMPEL
No. C361CAFF947473622
6000
ENAM RIBU RUPIAH

Dandy Agadri Baeten

Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah
Palembang

TANDA PENGESAHAN SKRIPSI

Judul: **Pengaruh Kepuasan Terhadap Loyalitas Alumni Universitas Muhammadiyah Palembang.**

Nama	: Dandy Agadri Baeten
Nim	: 212015127
Fakultas	: Ekonomi
Program Studi	: Manajemen
Konsentrasi	: Pemasaran

Diterima dan Disahkan
Pada Tanggal, Juli 2019

Pembimbing I,

DR. Diah Isnaini A,S.E, M.M.
NIDN/NBM : 0207046301/652.72

Pembimbing II,

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

Mengetahui,
Dekan
U.B. Ketua Program Studi Manajemen

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PALEMBANG FAKULTAS EKONOMI

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

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

MOTTO

- **Barangsiapa yang menempuh perjalanan dalam rangka untuk menuntut ilmu maka Allah akan memudahkan baginya jalan ke surga, dan Allah tidak membebani seseorang diluar kemampuannya (Qs. Al-Baqarah: 286).**
- **Maka janganlah sekali-kali engkau membiarkan kehidupan didunia ini memperdayakanmu (Qs. Fathir : 5).**

PERSEMBAHAN

Dengan mengucap rasa syukur alhamdulillah kepada Allah SWT atas segala karunia-Nya, karya ini penulis persembahkan kepada:

- **Kedua orang tuaku, Ayahanda (A. Joeles Amtrisal Baeten, S.H.) dan Ibu (Yulieni) yang selalu mendoakan keberhasilanku, berjuang untuk keluarga, serta selalu memberikan dorongan semangat disetiap suka maupun duka.**
- **Adikku (Juan Danillo Baeten & Niki Ronaldi Baeten) yang selalu memberikan semangat.**
- **Sahabatku-sahabatku keluarga "BUCIN".**

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

PRAKATA

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Alhamdulillah puji syukur kehadirat Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan hidayahya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini yang berjudul "Pengaruh Bauran Pemasaran Jasa dan Kepercayaan Terhadap Pembelian Online di Universitas Muhammadiyah Palembang" tepat pada waktunya.

Penulis mengucapkan banyak terima kasih kepada kedua orang tuaku Ayah Ahmad Joeles Amtrisal Baeten, S.H. dan Ibu Yulieni yang telah berjasa dalam membesarkan, mendidik, mendoakan, dan memberikan motivasi kepada penulis agar dapat menyelesaikan skripsi ini. Tidak lupa juga penulis ucapkan terimakasih kepada dosen pembimbing ibu Dr. Diah Isnaini Asiati, S.E., M.M., dan ibu Hj. Maftuhah Nurrahmi, S.E., M.Si., yang penuh memberikan kesabaran serta telah banyak mengeluarkan banyak waktu, pikiran, dan tenaga dalam membantu penyusunan skripsi ini. Selain itu penulis juga ucapkan terimakasih kepada pihak yang telah memberikan izin dan membantu penulis dalam menyelesaikan studi di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang, diantaranya:

1. Bapak Dr. H. Abid Djazuli, S.E., MM., selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Palembang.

2. Bapak Drs. H. Fauzi Ridwan, S.E., M.M selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang serta Bapak dan Ibu Dosen serta staf pengajar Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang.
3. Ibu Hj. Maftuhah Nurrahmi, S.E., M.Si selaku Ketua Program Studi dan Ibu Diah Isnaini Asiati, S.E., M.M selaku sekretaris Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang.
4. Penelaah seminar proposal usulan penelitian Ibu DR. Trisniarty AM, S.E., M.M. dan Fitantina Hj. S.E., M.Si.
5. Terima kasih kepada mahasiswa dari seluruh alumni mahasiswa yang terpilih dan bersedia menjadi responden dalam penelitian ini.
6. Saudara Kandungku tersayang (Juan Danillo Baeten dan Niki Ronaldi Baeten).
7. Teman, sahabat dan rekan seperjuanganku (Irshadi, Odi Ariansyah, Andes, Rebky, Roby, Rama, Juanda), Teman-teman KKN, dan teman-teman FE khususnya paket 05 Universitas Muhammadiyah Palembang, serta almamaterku dan semua pihak yang telah ikut membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini yang tidak bisa disebut satu persatu.

Semoga Allah SWT membalas jasa serta budi baik yang setimpal kepada semua pihak yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini. Amiin. Harapan penulis, semoga karya sederhana ini dapat memberikan sumbangan dan manfaat khususnya bagi pengembangan dunia pendidikan.

Wassalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Palembang, 2019
Penulis

Dandy Agadri Baeten

DAFTAR ISI

Halaman

SAMPUL 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 ix

HALAMAN DAFTAR TABEL xi

HALAMAN DAFTAR GAMBAR xii

HALAMAN DAFTAR LAMPIRAN..... xiii

ABSTRAK xiv

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah..... 8
B. Rumusan Masalah 8
C. Tujuan Penelitian 8
D. Manfaat Penelitian 8

BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN, HIPOTESIS

A. Landasan Teori..... 9
   1. Loyalitas..... 9
   2. Kepuasan Konsumen..... 17
B. Penelitian Sebelumnya 27

C. Kerangka Pemikiran 29
D. Hipotesis 29

BAB III METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian 30
B. Lokasi Penelitian 31
C. Operasionalisasi Variabel 31
D. Populasi dan Sampel 32
E. Data yang diperlukan 33
F. Metode Pengumpulan Data 34
G. Metode Data dan Teknik Analisis 35

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian 42
1. Gambaran Umum Objek Penelitian 42
2. Uji Instrumen 50
a. Uji Validitas 50
b. Uji Reliabilitas 52
3. Gambaran Umum Karakteristik Responden 53
4. Gambaran Umum Jawaban Responden 55
5. Proses Pengujian 62
a. Analisis Regresi Linier Berganda 62
b. Analisis Koefisien Deteriminasi 64
c. Uji Hipotesis 65
B. Pembahasan Hasil Penelitian 69

BAB V SIMPULAN DAN SARAN

A. Simpulan 80
B. Saran 81

DAFTAR PUSTAKA 84

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel **Halaman**

III.1 Operasionalisasi Variabel 31

IV.1 Uji Validitas 51

IV.2 Uji Reliabilitas 52

IV.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin 53

IV.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Tamat dari UMP 54

IV.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan 55

IV.6 Gambaran Umum Jawaban Reponden Variabel Loyalitas 56

IV.7 Gambaran Umum Jawaban Reponden Variabel *Tangible* 57

IV.8 Gambaran Umum Jawaban Reponden Variabel *Reliability* 58

IV.9 Gambaran Umum Jawaban Reponden Variabel *Responsiveness* 59

IV.10 Gambaran Umum Jawaban Reponden Variabel *Assurance* 60

IV.11 Gambaran Umum Jawaban Reponden Variabel *Empathy* 61

IV.12 Analisis Regresi Linier Berganda 62

IV.13 Analisis Koefisien Determinasi 64

IV.14 Hasil Uji f 65

IV.15 Hasil Uji t 66

DAFTAR GAMBAR

Gambar **Halaman**

I.1 Siklus Pembelian 13

II.1 Kerangka Pemikiran 29

ABSTRAK

Dandy Agadri Baeten/ 212015127/ Pengaruh Kepuasan terhadap Loyalitas Alumni Universitas Muhammadiyah Palembang.

Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah, adakah pengaruh kepuasan terhadap loyalitas alumni Universitas Muhammadiyah Palembang. Jenis penelitian ini adalah *Asosiatif*. Populasi dalam penelitian ini bersifar infinite, dengan sampel yang diambil sebesar 125 responden, dengan menggunakan teknik *Snowball Sampling*. Data yang digunakan adalah data primer. Metode pengumpulan data melalui kusioner. Analisis data yang digunakan adalah analisis *Kualitatif* dan *Kuantitatif*. Tehnik analisis menggunakan regresi linier berganda. Hasil analisis regresi linier berganda, menunjukkan ada pengaruh positif kepuasan (*tangible, reliability, responsiveness, assurance dan empathy*) terhadap loyalitas. Hasil uji F menunjukkan ada pengaruh kepuasan (*tangible, reliability, responsiveness, assurance dan empathy*) secara simultan terhadap loyalitas. Hasil uji t menunjukkan ada pengaruh kepuasan (*tangible, reliability, responsiveness, assurance dan empathy*) secara parsial terhadap loyalitas. Hasil koefisen determinasi menunjukkan variabel kepuasan (*tangible, reliability, responsiveness, assurance dan empathy*) mampu berkonstribusi terhadap loyalitas, sebesar 78,4%.

Kata Kunci : Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan

ABSTRACT

Dandy Agadri Baeten/ 212015127/ Pengaruh Kepuasan terhadap Loyalitas Alumni Universitas Muhammadiyah Palembang.

The formulation of the problem in this study was, was there any influence of satisfaction on alumni loyalty of Universitas Muhammadiyah Palembang. This type of research was Associative. The population in this study was infinite, with samples taken as 125 respondents, using the Snowball Sampling technique. The data used was primary data. Methods of collecting data was using questionnaires. Analysis of the data used was qualitative and quantitative analysis. The technique of analysis used multiple linear regression. The results of multiple linear regression analysis showed that there was a positive effect of satisfaction (tangible, reliability, responsiveness, assurance and empathy) on loyalty. The results of the F test showed that there was a positive & significant effect of satisfaction (tangible, reliability, responsiveness, assurance and empathy) simultaneously on loyalty. The resulrs of the T test showed partial influence on satisfaction (tangible, reliability, responsiveness, assurance and empathy) partial towards loyalty. The results of the determination coefficient showed that the satisfaction variables (tangible, reliability, responsiveness, assurance and empathy) could contribute to loyalty, amounting to 78.4%.

Keywords: Customer Satisfaction and Loyalty

BAB 1

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Pemasaran diperlukan oleh semua organisasi,baik organisasi besar, sedang maupun kecil. Pemasaran menjadi penentu arah seluruh kegiatan organisasi secara keseluruhan yang menyangkut tentang ke efektifan cara yang digunakan oleh suatu perusahaan untuk dapat mendeteksi kelemahan-kelemahan produk. Oleh karena itu penting bagi setiap perusahaan untuk mencermati kegiatan pemasarannya guna menjamin kelangsungan hidup perusahaan dalam jangka panjang.

Salah satu topik pemasaran adalah perilaku konsumen. Diantara kajian perilaku konsumen adalah loyalitas pelanggan. Dewasa ini loyalitas pelanggan menjadi kajian hangat mengingat industri telah mengalami pergeseran, pasar telah memasuki era *oversupply* dimana hampir di semua kategori produk ataupun jasa terhadap puluhan atau bahkan ratusan merek yang menawarkan hal yang hampir sama, baik dari harga, gerai, dan model promosinya. Pelanggan kini terlalu dimanjakan berbagaikan pilihan produk dan jasa, yang kemudian menjadikan pilihan konsumen dalam pemenuhan kebutuhannya semakin banyak.

Hal ini pada akhirnya hanya membuat perusahaan lebih terfokus pada pencapaian kepuasan konsumen dan bukan pada pencapaian loyalitas pelanggan. Kepuasan pelanggan dapat dicapai dengan cukup memberi benefit fungsional sesuai dengan ekspetasi, dan sifatnya lebih teknis yang bisa ditentukan target waktu pencapaianya. Sementara untuk mendapatkan loyalitas pelanggan, perusahaan harus memberikan manfaat ekstra yang bisa mendorong pelanggan memiliki emotional attachment terhadap produk dan jasa yang digunakan. Karena loyalitas bukan sekedar mengonsumsi produk atau jasa secara terus menerus namun juga bisa mereferensikan ke orang lain dan menjadi advokator bagi produk atau jasa yang digunakan.

Kepuasan dan loyalitas sangat jelas adalah dua hal yang berbeda. Pelanggan yang puas belum tentu menjadi pelanggan yang loyal. Sebaliknya, pelanggan yang loyal pun belum tentu puas terhadap produk atau jasa suatu perusahaan atau organisasi. Kunci loyalitas konsumen yang sebetulnya adalah kepuasan yang sebenarnya dari sebuah produk atau jasa. Kepuasan yang sesungguhnya akan mendorong konsumen untuk kembali dan merekomendasikan orang lain untuk menggunakan produk atau jasa tersebut juga. Kepuasan inilah yang akan mengikat hubungan yang kekal antara pelanggan dan pemasar. Loyalitas bisa digunakan untuk meramalkan tingkat penghasilan perusahaan. Semakin tinggi loyalitas customer, maka pendapatan yang bisa diraup organisasi cenderung akan menaik pula. Sebaliknya, kemerosotan loyalitas berdampak pada penghasilan perusahaan yang menyusut. Mempertahankan loyalitas konsumen pada dasarnya adalah demi

meningkatkan pendapatan atau menambah keuntungan, bukan mengurangi margin. Kunci kepuasan pelanggan ini terletak pada pengertian yang mendalam tentang konsumen yang dilakukan antara lain lewat analisis perilaku pembeli, waktu membeli, mood, pola pikir, dan lain-lain. Untuk mengetahui semua itu, pemasar harus banyak belajar dari pelanggan.

Memperoleh keuntungan lewat ukuran kepuasan pelanggan akan relatif lebih sulit daripada memperoleh keuntungan lewat loyalitas . Saat perusahaan berbicara mengenai suatu rencana, hal ini berangkat dari analisa tentang loyalitas konsumen. Data yang demikian diperoleh dengan menganalisa loyalitas konsumen, bukan dari data tingkat kepuasan konsumen. Sedangkan kepuasan lebih bersifat abstrak karena baru merupakan sikap atau pernyataan, sementara loyalitas sudah dikonkretkan berupa perilaku atau tindakan pelanggan untuk membeli atau mengkonsumsi produk dan jasa.

Griffin (2003:11-12) mengemukakan bahwa dengan memiliki konsumen yang loyal barati perusahaan akan memperoleh keuntungan. Meski terdapat perbedaan yang fundamental antara pengertian kepuasan dan loyalitas konsumen, namun sebagai perangkat manajemen, keduanya saling mendukung dan saling melengkapi. Memahami tingkat kepuasan konsumen akan membantu mengidentifikasi persoalan sehingga bisa diperoleh solusi bagaimana supaya image konsumen terhadap organisasi dan jasanya lebih baik. Demikian pula untuk loyalitas, perusahaan berupaya mempertahankan atau bahkan meningkatkan loyalitas konsumen agar produk atau jasa yang ditawarkan di pasar akan tetap dikonsumsi pelanggan.

Setiap organisasi senantiasa berusaha memiliki pelanggan-pelanggan yang loyal, termasuk industri pendidikan. Industri jasa terutama dibidang pendidikan tidak dapat dipungkiri di Indonesia sangat berkembang. Salah satu bidang pendidikan yang dimaksud adalah Perguruan Tinggi atau Universitas. Kota Palembang memiliki banyak perguruan tinggi yang berdiri tidak hanya perguruan tinggi negeri tetapi juga swasta yang memiliki kualitas hampir sama. Diantara perguruan tinggi negeri (PTN) adalah Universitas Sriwijaya dan Universitas Islam Negeri Raden Fatah Palembang. Sedangkan perguruan tinggi swasta (PTS) adalah Universitas Bina Darma, Universitas PGRI, Universitas IGM, Universitas Taman Siswa, Universitas Tridinanti, dan lain-lain. Dalam akreditasi program studi, salah satu unsur yang dinilai adalah kontribusi alumni terhadap almamaternya. Kontribusi tersebut akan menjadi nyata apabila perguruan tinggi memiliki alumni-alumni yang loyal. Alumni-alumni yang loyal akan banyak memberikan support terhadap perguruan tinggi sebagai wujud rasa memiliki dan keinginannya untuk ikut membangun almamaternya menjadi lebih baik dan semakin membanggakan.

Universitas Muhammadiyah Palembang (UMPalembang) termasuk salah satu PTS tertua di Palembang. Muhammadiyah memiliki nama besar yang memperkuat citranya sebagai perguruan tinggi yang unggul. PTS Muhammadiyah ada di berbagai kota di Indonesia, bahkan beberapa diantaranya telah memiliki status akreditasi A. Saat ini UMPalembang tengah

didorong untuk dapat meningkatkan status akreditasinya. Penilaian ersebut akan berhasil salah satunya apabila UMPalembang memiliki alumni-alumni yang loyal. Peneliti melakukan pra riset dengan bertanya kepada 30 alumni UMPalembang tentang kesediaan alumni merekomendasikan/menyarankan kepada orang lain untuk kuliah di UMPalembang. Hasil prariset ternyata terdapat 20 orang yang bersedia merekomendasikan UMPalembang dan 10 yang tidak bersedia merekomendasikan UMPalembang.

Alumni yang tidak setuju memiliki berbagai alasan dan sebab, yaitu mulai dari:

a. *Tangible*

Tangible menggambarkan fasilitas yang disediakan UMP. Fasilitas merupakan poin yang banyak tidak disetujui oleh alumni dalam wawancara pra riset. Menurut alumni, Universitas ini sudah memiliki fasilitas yang belum terlalu memadai atau berfungsi secara baik, misalnya ac yang tidak dingin pada setiap ruangan sehingga mengganggu proses perkuliahan, bentuk desain bangunan kuno, sarana ibadah yang sempit, fasilitas perpustakaan yang tidak lengkap, laboratorium yang sangat kurang, sarana olahraga yang sangat kurang bahkan tidak ada.

b. *Reliability*

Reliability menggambarkan pemberian pelayanan sesuai janji. Motto unggul dan Islami tentunya menjanjikan pelayanan yang baik. Dalam kenyataan pelayanan , khususnya dosen ada yang kurang baik. Menurut alumni masih terdapat dosen yang menyepelekan perkuliahan seperti, jarang masuk

sehingga dalam satu semester bisa sampai lima kali tidak hadir dan sering datang terlambat dari sekitar 30 menit sampai 1 jam lebih sehingga cenderung tidak peduli dengan mahasiswa yang diajar, pengelolaan UMPalembang terhadap Universitas maupun mahasiswa masih kurang baik, dosen yang tidak professional dalam menghadapi mahasiswa dan nilai – nilai ke Islaman masih kurang di tegakkan.

c. *Responsiveness*

Responsiveness menggambarkan dan berkenaan dengan kesediaan dan kemampuan Universitas Muhammadiyah Palembang untuk membantu calon ataupun mahasiswa dalam hal merespon permintaan mereka. Dalam kenyataan masih sering terjadi seperti halnya karyawan tidak cepat merespon jika mahasiswa melapor ada keluhan, kurang nya tempat atau wadah untuk memberi saran ke Universitas, kritikan tidak direspon, dan kurangnya penjelasan dari karyawan.

d. *Assurance*

Assurance salah satunya digambarkan oleh proses dalam hal ini merupakan proses perkuliahan. Sebenarnya di UMPalembang mahasiswa sudah sangat siap untuk dunia kerja karena dalam perkuliahan UMPalembang sudah memberikan yang terbaik dalam segi perkenalan dan pembekalan untuk kesiapan di dunia kerja jika mahasiswa benar-benar mengikuti pelajaran. Tetapi karena banyaknya kekurangan di sektor *reliability, tangible, responsiveness, assurance dan empathy* sehingga perkuliahan kurang

maksimal. Yang akibatnya sangat sering mahasiswa alumni UMPalembang sangat susah untuk mencari kerja setelah tamat kuliah.

Assurance juga dinilai berdasarkan perolehan akreditasi UMPalembang. Akreditasi merupakan hasil dari empat poin diatas, dari 30 program studi belum ada yang memiliki akreditasi "A" rata-rata program studi yang ada di UMPalembang berakreditasi "B". Bahkan masih ada program studi yang berakreditasi "C" yaitu Program studi Ahwal Al-syakhshiyyah, Teknik Industri, Teknologi Informasi. Karena akreditasi ini jika para alumni ingin melamar pekerjaan, perusahaan pasti lebih memilih calon pekerja yang berasal dari perguruan tinggi yang sudah berkareditasi A dan juga merupakan perguruan tinggi negeri. Karena, mindset yang di genggam oleh perusahaan adalah hal itu.

e. *Empathy*

Empathy berkenaan dengan pemberian perhatian yang tulus dan bersifat individual atau pribadi yang diberikan kepada calon maupun mahasiswa dengan berupaya memahami keinginan konsumen. Kebanyakan dosen-dosen maupun karyawan di UMPalembang memiliki empati yang tinggi terhadap mahasiswa terutama untuk mahasiswa yang aktif, tetapi ada juga dosen maupun karyawan UMPalembang yang acuh dan seperti tidak peduli dengan mahasiswa. Tetapi untuk hal ini kembali kepada kepribadian mahasiswa, jika mahasiswa rajin dosen akan memberi perhatian lebih dari pada mahasiswa yang malas-malasan dan jarang ikut perkuliahan.

Maka berdasarkan uraian di atas penulis tertarik untuk memilih judul penelitian **Pengaruh Kepuasan Terhadap Loyalitas Alumni Universitas Muhammadiyah Palembang.**

B. Rumusan Masalah

Adakah pengaruh kepuasan terhadap loyalitas alumni Universitas Muhammadiyah Palembang?

C. Tujuan Penelitian

Untuk mengetahui pengaruh kepuasan terhadap loyalitas alumni Universitas Muhammadiyah Palembang

D. Manfaat Penelitian

Berdasarkan tujuan di atas, maka penelitian ini diharapkan akan memberikan manfaat bagi semua pihak di antaranya:

1. Bagi Peneliti

   Hasil Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat untuk mengkaji teori yang di dapat dari proses perkuliahan khususnya dalam konsentrasi pemasaran.

2. Bagi Almamater

   Untuk menjadikan salah satu referensi bagi peneliti lebih lanjut yang melakukan kajian sejenis.

Daftar Pustaka

Danang Sunyoto.2014 *Praktik Riset Perilaku Konsumen*. Cetakan Pertama.Jakarta: Penerbit Buku Seru.

Gaffar, 2007.*Customer Realtionship Management and Marketing PublicRelation*.Bandung : Penerbit Alfabeta.

Griffin Jill. 2003.*Customer Loyalty How to Earn it, How to keep it* . Alih Bahasaoleh Dwi Kartini Yahya .Singapore : Penerbit Erlangga.

Kotler dan Keller.2009 .*Manajemen Pemasaran* . Jilid I. Edisi ke 13 Jakarta:Erlangga

M.Iqbal Hasan. 2012.*Pokok-pokok Materi Statistik 2 (Statistik Inferensif).* EdisiKedua. Jakarta:Penerbit Bumi Aksara.

Metode Penelitian Bisnis, Metode Penelitian Pendidikan (PendekatanKuamtitatif, Kualitatif, dan R&D). Bandung:Penerbit Alfabeta.

Oliver diea, Richard L 2015 Statisfaction a Behavior Perspective on TheCustomer.Mc Graw Hill, New York.

Parasuraman. Et.Al., 1985. "Problems and Strategiesin Services Marketing". *Jurnal of Marketing Vol. 49. (Spring)*.

Suliyanto. 2006. *Metode Riset Bisnis*. Edisi Kedua. Yogyakarta: Penerbit Andi.

Sugiyono. 2009, 2010, 2013 & 2017 *Metode Penelitian Administrasi*.

Tjiptono, F. 2008 Strategi Pemasaran. Edisi Ketiga. Yogyakarta: Penerbit Andi