

ANALISIS PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA TOKO YOEHAN WANASHERANG BOGOR

Dedi Suharyadi

Manajemen Informatika AMIK BSI Bekasi
<http://www.bsi.ac.id>
dedi.dsi@bsi.ac.id

Abstract—*One of the goals to be achieved by the company is how to provide satisfactory service to its customers in order to increase corporate image. Good service quality will be an advantage for the company. If a company has got a positive value in the eyes of consumers, then the consumer will provide good feedback so it is not likely to be a regular customer. This study aims to determine the effect of service quality on customer satisfaction at Toko Yoehan located in Wanasherang Village. The method used is purposive sampling where the authors use their own considerations by way of deliberate in selecting members of the population who are considered to provide the necessary information and in accordance with the desired criteria of Yoehan Store customers. Analyzer used is test of validity, reliability test, simple regression analysis and coefficient of determination. Result of research by using simple regression analysis yield regression equation: $\hat{Y} = 8,216 + 0,709X$ where Constanta (a) = 8,216 show constant value, where if variable $X = 0$ then customer satisfaction Toko Yoehan (\hat{Y}) = 8,216. Based on t test can be seen that the level of significance 0.000 smaller than 0.050 then it can be said the quality of service has a positive effect on customer satisfaction. Application of service quality variable (X) to Customer Satisfaction variable (Y) has a correlation coefficient (R Square) of 0.402 or 40.2% can be said that changes in customer satisfaction can be explained through the service quality while the remaining 59.8% described other variables. R value of 0.634 or 63.4% means there is a strong relationship between service quality and customer satisfaction.*

Key Word: *Service Quality, Consumer Satisfaction.*

Intisari—Salah satu tujuan yang ingin dicapai oleh perusahaan adalah bagaimana dapat memberikan pelayanan yang memuaskan kepada pelanggannya agar citra perusahaan meningkat. Kualitas pelayanan yang baik akan menjadi sebuah keuntungan bagi perusahaan. Jika suatu perusahaan sudah mendapat nilai positif dimata konsumen, maka konsumen tersebut akan memberikan *feedback* yang baik sehingga bukan tidak mungkin akan menjadi pelanggan tetap.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada Toko Yoehan yang berlokasi di Desa Wanasherang. Metode yang digunakan adalah *purposive sampling* dimana penulis menggunakan pertimbangan sendiri dengan cara sengaja dalam memilih anggota populasi yang dianggap dapat memberikan informasi yang diperlukan dan sesuai dengan kriteria yang diinginkan yaitu pelanggan Toko Yoehan. Alat analisis yang digunakan adalah uji validitas, uji reliabilitas, analisis regresi sederhana dan koefisien determinasi. Hasil penelitian dengan menggunakan analisis regresi sederhana menghasilkan persamaan regresi: $\hat{Y} = 8,216 + 0,709X$ dimana Konstanta (a) = 8,216 menunjukkan nilai konstan, dimana jika variabel $X = 0$ maka kepuasan pelanggan Toko Yoehan (\hat{Y}) = 8,216. Berdasarkan uji t dapat dilihat bahwa tingkat signifikansi 0,000 lebih kecil dari 0,050 maka dapat dikatakan kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan. Penerapan variabel Kualitas Pelayanan (X) terhadap variabel Kepuasan Pelanggan (Y) memiliki koefisien korelasi (R Square) sebesar 0,402 atau 40,2 % dapat dikatakan bahwa perubahan kepuasan pelanggan dapat dijelaskan melalui kualitas pelayanan sedangkan sisanya 59,8% dijelaskan variabel lainnya. Nilai R sebesar 0,634 atau 63,4 % berarti ada hubungan yang kuat antara kualitas pelayanan dengan kepuasan konsumen.

Kata Kunci: Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pelanggan.

PENDAHULUAN

Perkembangan bisnis dewasa ini terus meningkat seiring perkembangan teknologi informasi. Maraknya bisnis retail membuat persaingan menjadi semakin kompleks dan memaksa pelaku bisnis melakukan berbagai upaya untuk dapat mempertahankan usahanya dengan berbagai strategi. Bahkan jika melihat beberapa saat yang lalu bisnis retail di Indonesia

diwarnai dengan tumbangnya beberapa retail besar yang memang telah lama menguasai pasar.

Banyak faktor yang membuat pelaku pasar harus pintar untuk dapat mempertahankan pasarnya dan membuat pelanggan tetap loyal terhadap produk yang ditawarkan. Ditambah lagi bisnis retail saat sekarang ini sudah merambah ke daerah pedesaan. Sehingga pelanggan semakin mudah untuk mendapatkan produk yang sama sesuai dengan keinginan pelanggan.

Untuk dapat memenangkan persaingan, pelaku usaha harus mampu memberikan pelayanan yang lebih baik dari para pesaingnya. Perilaku pelanggan yang beragam menjadi tantangan sendiri dalam menjaga pelanggan untuk tidak berpaling.

Peran menjaga kualitas pelayanan sangat diperlukan oleh perusahaan selain tentunya didukung oleh produk yang berkualitas. Kualitas pelayanan memberikan suatu dorongan kepada pelanggan untuk tetap menjalin hubungan yang kuat dengan perusahaan. Dalam jangka panjang, ikatan seperti ini memungkinkan perusahaan untuk memahami dengan seksama harapan pelanggan serta kebutuhan mereka.

Citra kualitas yang baik bukan dilihat dari persepsi pihak perusahaan melainkan berdasar pada persepsi pelanggan. Persepsi pelanggan terhadap kualitas pelayanan merupakan penilaian menyeluruh atas keunggulan suatu produk.

Salah satu indikator yang cukup handal untuk kelangsungan hidup dan kemampuan dari suatu proses bisnis adalah kepuasan pelanggan yang berkelanjutan (Bari dan Satrio, 2014). Dalam setiap bisnis, kepuasan pelanggan menjadi faktor penentu agar usaha yang dijalankan dapat terus bertahan dan bersaing dengan bisnis lainnya. Kepuasan pelanggan merupakan sesuatu yang tidak dapat diabaikan begitu saja karena konsep ini salah satu konsep yang penting dalam studi pemasaran.

Pentingnya kepuasan pelanggan pada perusahaan, dimana dengan adanya kualitas pelayanan yang baik dalam suatu perusahaan, akan menciptakan kepuasan bagi para pelanggannya.

Untuk memenuhi kepuasan pelanggan, kualitas pelayanan sangat penting dikelola perusahaan dengan baik. Pelayanan yang berkualitas berperan penting dalam membentuk kepuasan konsumen, selain itu juga erat kaitannya dalam menciptakan keuntungan bagi perusahaan (Panjaitan dan Yulianti, 2016). Semakin berkualitas pelayanan yang diberikan oleh perusahaan maka kepuasan yang dirasakan oleh pelanggan akan semakin tinggi.

Tantangan yang dihadapi saat ini yaitu persaingan yang semakin ketat dengan banyaknya toko sejenis (Parubak, Thoyib, & Suman, 2010). Maka pelanggan menjadi lebih selektif sehingga tuntutan pelanggan akan pelayanan yang terbaik semakin meningkat. Penawaran produk kepada pelanggan harus didasarkan pada kepentingan pelanggan dan kinerja toko. Oleh karena itu pihak toko harus memperhatikan setiap hal yang dianggap penting oleh pelanggan.

Banyak aspek yang menjadi pertimbangan seorang pelanggan untuk memilih toko yang menjual produk yang diinginkannya. Ketika pergi ke sebuah toko atau pusat perbelanjaan, seorang pelanggan cenderung menjadi seorang yang pemilih dengan pertimbangan-pertimbangan tertentu sebelum memutuskan untuk membeli sebuah produk. Seorang konsumen sengaja berkunjung ke sebuah toko tentunya memiliki tujuan untuk mendapatkan barang yang diinginkan. Selain aspek harga dan ketersediaan barang, hal lain yang dicari konsumen adalah kualitas pelayanan toko. Kualitas pelayanan ini menjadi penting karena akan berdampak langsung pada citra perusahaan. Kualitas pelayanan yang baik akan menjadi sebuah keuntungan bagi perusahaan.

Toko Busana Yoehan yang berlokasi di Desa Wanaherang Kabupaten Bogor menawarkan berbagai berbagai aneka busana baik untuk balita sampai ke dewasa. Dalam prosesnya Toko Yoehan memprioritaskan kepuasan pelanggan dalam pelayanan yang dapat melahirkan loyalitas pelanggan (Wijayanti, 2008) (Irandha, 2016). Upaya tersebut dilakukan untuk memenuhi tingkat kepentingan dan harapan pelanggan, dengan memperhatikan seluruh harapan dan keinginan pelanggan maka pelanggan akan menjadi pelanggan yang potensial.

Menciptakan kepuasan pelanggan sangat penting agar citra perusahaan menjadi baik, sehingga minat pelanggan untuk membeli akan semakin meningkat yang tentunya akan berdampak pada hasil penjualannya. Pemahaman terhadap kepuasan pelanggan dapat digunakan untuk memperbaiki strategi pemasaran guna memenangkan persaingan. Mulai dari pengenalan terhadap pasar, mengetahui apa yang diinginkan dan dibutuhkan pelanggan, mengkoordinir semua kegiatan-kegiatan yang bersangkutan dengan pelanggan yang menghasilkan keuntungan melalui kepuasan pelanggan.

Dengan adanya peningkatan kualitas jasa yang baik maka akan mendapatkan suatu loyalitas konsumen, dan kemungkinan bisa menarik minat konsumen baru (Wiratama, 2014). Kepuasan pelanggan merupakan aspek utama dalam meningkatkan dan mempertahankan citra

perusahaan di masyarakat yang luas. Untuk dapat memenangkan persaingan tentunya bukan perkara mudah dengan kemajuan teknologi yang begitu pesat dan era globalisasi yang berkembang saat ini, menyebabkan cara pandang pelanggan terhadap produk yang ditawarkan suatu perusahaan semakin majemuk, sehingga pelanggan semakin tahu akan hak-haknya yang harus diperoleh dari perusahaan tersebut.

Studi yang dilakukan Bari dan Satrio (2014) menunjukkan bahwa hasil pengujian secara parsial kualitas pelayanan yang terdiri bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan dan empati masing-masing menunjukkan pengaruh signifikan dan positif terhadap kepuasan konsumen, yang menunjukkan semakin baik kualitas layanan akan semakin meningkatkan kepuasan konsumen. Penelitian ini juga sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Panjaitan dan Yulianti (2016), Prasetyo (2012).

Berdasarkan latar belakang di atas, penulis tertarik untuk melakukan Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Toko Yoehan Wanaherang Kabupaten Bogor. Permasalahan pokok yang dapat dirumuskan dirumuskan dalam penelitian ini adalah apakah terdapat pengaruh yang signifikan antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan.

Tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini yaitu untuk memperoleh informasi mengenai pengaruh antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan.

Hasil penelitian ini, diharapkan dapat memberikan masukan dan manfaat bagi:

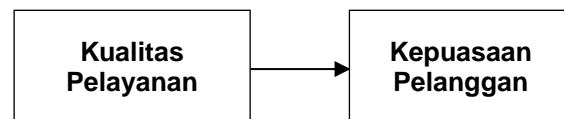
1. Toko Yoehan
Memberikan gambaran mengenai variabel-variabel yang memiliki pengaruh terhadap kepuasan pelanggan serta memberikan solusi berupa saran terhadap pengelolaan variabel-variabel tersebut.
2. Masyarakat
Memberikan pengetahuan kepada masyarakat mengenai faktor-faktor yang berkaitan dengan usaha meningkatkan kepuasan pelanggan.
3. Penulis
Meningkatkan pengetahuan dan wawasan mengenai faktor-faktor yang berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan khususnya yang berkaitan dengan pelanggan Toko Yoehan.

BAHAN DAN METODE

Metode yang digunakan adalah *purposive sampling* dimana penulis menggunakan pertimbangan sendiri dengan cara sengaja dalam

memilih anggota populasi yang dianggap dapat memberikan informasi yang diperlukan dan sesuai dengan kriteria yang diinginkan yaitu pelanggan Toko Yoehan. Hal ini dilakukan untuk mempermudah peneliti dalam mengumpulkan data dan meminimalisir kesalahan dalam pengisian kuesioner, karena karakteristik populasi tidak dapat diketahui dengan pasti. Mengingat peneliti memiliki keterbatasan dana dan waktu, maka peneliti hanya menggunakan 30 sampel yang dianggap dapat mewakili pelanggan di Toko Yoehan.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode survey. Variabel penelitian meliputi satu variabel bebas yaitu kualitas pelayanan (X_1) serta variabel terikat kepuasan pelanggan (Y). Hubungan antara variabel penelitian tersebut dapat digambarkan dalam konstelasi masalah sebagai berikut :



Sumber: Suharyadi (2017)

Gambar 1. Model Hubungan antar Variabel Penelitian

Keterangan:

X : Kualitas Pelayanan

Y : Kepuasan Pelanggan

Teknik Analisis Data

1. Uji Validitas

Validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat-tingkat kevalidan atau kesahihan sebuah instrumen. Uji validitas setiap item pertanyaan dilakukan dengan cara menghitung koefisien korelasi antara skor yang diperoleh dari setiap responden pada item pertanyaan yang bersangkutan dengan skor total yang diperoleh responden dari keseluruhan komponen kuesioner.

Validitas instrumen diuji dengan menggunakan korelasi skor butir dengan skor total *Spearman Rank*. Analisis dilakukan terhadap semua instrumen dengan menggunakan program olah data *IBM Statistics SPSS 21*, pada taraf 5% atau 0,05. Kriteria pengujian yang dilakukan adalah dengan membandingkan antara r_{hitung} dengan r_{tabel} . Jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ maka instrumen dianggap valid, sebaliknya jika $r_{hitung} < r_{tabel}$ maka instrumen dianggap tidak valid (*drop*), sehingga instrumen tersebut tidak dapat digunakan dalam penelitian. Penentuan r_{tabel} mengacu pada tabel nilai-nilai Rho dengan ketentuan $df = n - 2$. Uji coba instrumen dilakukan terhadap 30 sampel

sehingga $df = 30 - 2 = 28$, sehingga diperoleh $r_{tabel} = 0,377$. Berikut hasil uji validitas untuk masing-masing variabel.

2. Uji Reliabilitas

Reliabilitas merujuk pada pengertian bahwa suatu instrumen dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpul data karena instrumen tersebut sudah baik. Instrumen yang dapat dipercaya (*reliable*), akan menghasilkan data yang dapat dipercaya juga.

Kuesioner sebagai alat ukur dalam penelitian ini perlu diuji keandalannya. Untuk mendapatkan keandalan alat ukur yang digunakan adalah koefisien alpha *cronbach* (α). Cara untuk mengetahui realibilitas ini yaitu dengan menggunakan bantuan IBM *software SPSS 21*. Suatu variabel dikatakan *reliable* jika memberikan nilai *Cronbach Alpha* $> 0,60$ (Ghozali, 2007).

3. Uji Asumsi Klasik

Sebelum melakukan uji regresi harus melalui analisis regresi terlebih dahulu yang umum disebut sebagai uji asumsi klasik yang dalam hal ini hanya terdiri dari uji normalitas.

Uji Normalitas bertujuan untuk menguji tingkat kenormalan variabel dependen dan variabel independen. Model regresi yang baik

adalah memiliki distribusi data normal atau mendekati normal.

4. Regresi Sederhana

Uji Regresi dilakukan untuk mengetahui pengaruh atau dampak antara variabel independen terhadap variabel dependen, maka dalam penggunaan analisis ini uji regresi ini dalam pengambilan sampel penelitian dari banyaknya populasi yang ada harus menggunakan ukuran besaran sampel.

Rumus yang digunakan untuk membuat persamaan regresi linear sederhana (Sugiyono, 2010) yaitu

$$Y = a + bX \dots\dots\dots (1)$$

Dimana:

- Y : Subyek dalam variabel dependen yang diprediksikan (kepuasan pelanggan).
- a : Harga Y bila X = 0 (harga konstan)
- b : Angka arah atau koefisien regresi
- X : Subyek variabel independen kualitas produk

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berikut hasil pengolahan data yang dilakukan penulis dengan menggunakan alat bantu IBM SPSS Statistics.

Tabel 1. Uji Validitas

Nomor Butir	Jumlah Item	Kualitas Pelayanan (X)			Kepuasan Pelanggan (Y)		
		r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
x1	30	0,534	0,377	Valid	0,602	0,377	Valid
x2	30	0,486	0,377	Valid	0,625	0,377	Valid
x3	30	0,626	0,377	Valid	0,502	0,377	Valid
x4	30	0,476	0,377	Valid	0,626	0,377	Valid
x5	30	0,417	0,377	Valid	0,662	0,377	Valid
x6	30	0,432	0,377	Valid	0,525	0,377	Valid
x7	30	0,437	0,377	Valid	0,782	0,377	Valid
x8	30	0,666	0,377	Valid	0,651	0,377	Valid
x9	30	0,457	0,377	Valid	0,722	0,377	Valid
x10	30	0,526	0,377	Valid	0,364	0,377	Tidak Valid
x11	30	0,625	0,377	Valid	0,357	0,377	Tidak Valid
x12	30	0,729	0,377	Valid	0,331	0,377	Tidak Valid
x13	30	0,716	0,377	Valid	0,351	0,377	Tidak Valid
x14	30	0,564	0,377	Valid	0,428	0,377	Valid
x15	30	0,361	0,377	Tidak Valid	0,615	0,377	Valid
x16	30	0,467	0,377	Valid	0,460	0,377	Valid

Sumber: Suharyadi (2017) (2017)

Dari tabel diatas uji validitas untuk variabel kualitas pelayanan terdapat satu butir pertanyaan yang tidak valid yaitu butir 15 karena nilai r_{hitung} lebih kecil dari r_{tabel} . Sedangkan untuk variabel

kepuasan pelanggan terdapat empat butir pertanyaan yang tidak valid yaitu butir 10, 11, 12, dan 13 karena nilai r_{hitung} lebih kecil dari r_{tabel} sehingga tidak digunakan dalam penelitian ini.

Setelah dilakukan uji validitas, selanjutnya dilakukan uji reliabilitas untuk melihat apakah kedua variabel tersebut reliabel terhadap penelitian. Reliabilitas sebenarnya adalah alat ukur untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk.

Tabel 2. Uji Reliabilitas

No	Variabel	Cronbach Alpha	Keterangan
1.	Kualitas Pelayanan	0,854	Reliabel

2.	Kepuasan Pelanggan	0,862	Reliabel
----	--------------------	-------	----------

Sumber: Suharyadi (2017) (2017)

Berdasarkan hasil uji reliabilitas dihasilkan nilai *Cronbach Alpha* kedua variabel kualitas pelayanan (0,854) dan kepuasan pelanggan (0,862) lebih besar dari 0,60 sehingga dikatakan reliabel. Untuk melihat data berdistribusi normal maka perlu dilakukan uji normalitas. Uji normalitas dapat dilihat pada tabel berikut ini.

Tabel 3. One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Kualitas_Layanan	Kepuasan_Pelanggan
N		30	30
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	57,83	49,23
	Std. Deviation	4,594	5,137
Most Extreme Differences	Absolute	,178	,082
	Positive	,105	,062
	Negative	-,178	-,082
Kolmogorov-Smirnov Z	,976	,449	
Asymp. Sig. (2-tailed)	,296	,988	

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Sumber: Suharyadi (2017) (2017)

Berdasarkan tabel diatas uji normalitas dapat dilihat pada hasil *Kolmogorov-Smirnov* dan juga hasil *Asymp.Sig. (2-tailed)*. Untuk mengetahui normal atau tidaknya suatu data dapat dilihat dari hasil *Asymp.Sig. (2-tailed)* dengan taraf signifikansi 5% (0,05) dimana nilai sig. kedua

variabel ($p = 0,296$ dan $0,988 > 0,05$) maka distribusi data normal. Sedangkan hasil *Kolmogorov-Smirnov* kedua variabel yaitu 0,976 dan 0,449 lebih besar dari 0,05 maka distribusi data dikatakan normal.

Tabel 4. Coefficients^a

Mode	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	8,216	9,477	,867	,393
	Kualitas_Layanan	,709	,163	,634	4,341

a. Dependent Variable: Kepuasan_Pelanggan

Sumber: Suharyadi (2017) (2017)

Hasil uji koefisien maka dapat dibuat persamaan regresi $\hat{Y} = 8,216 + 0,709X$, dapat digambarkan bahwa Konstanta (a) = 8,216 menunjukkan nilai konstan, dimana jika variabel $X = 0$ maka

kepuasan pelanggan Toko Yoehan (\hat{Y}) = 8,216. Artinya apabila Toko Yoehan tidak meningkatkan kualitas pelayanan maka tingkat kepuasan pelanggan tetap bernilai 8,216. Koefisien regresi

Kualitas Pelayanan (X) sebesar 0,709 artinya jika variabel independen lain nilainya tetap dan Kualitas Pelayanan (X) mengalami kenaikan sebesar 1% maka Kepuasan Pelanggan akan mengalami kenaikan sebesar 0,709. Maka dapat disimpulkan terdapat hubungan positif antara kualitas pelayanan dengan kepuasan pelanggan.

Berdasarkan uji t dapat dilihat bahwa tingkat signifikansi 0,000. Karena tingkat signifikansi $0,000 < 0,05$ maka dapat dikatakan kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan. Atau dengan kata lain variabel kualitas layanan berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Koefisien Determinasi (R^2) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi menurut Ghozali (2007: 83) adalah antara nol dan satu.

Hasil pengujian koefisien determinasi, dapat dilihat pada tabel 5 berikut.

Tabel 5. Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,634 _a	,402	,381	4,042

a. Predictors: (Constant), Kualitas_Layanan

b. Dependent Variable: Kepuasan_Pelanggan

Sumber: Suharyadi (2017) (2017)

Penerapan variabel Kualitas Pelayanan (X) terhadap variabel Kepuasan Pelanggan (Y) memiliki koefisien korelasi (R Square) sebesar 0,402 atau 40,2 % dapat dikatakan bahwa perubahan kepuasan pelanggan dapat dijelaskan melalui kualitas pelayanan sedangkan sisanya 59,8% dijelaskan variabel lainnya.

Nilai R sebesar 0,634 atau 63,4 % berarti ada hubungan yang kuat antara kualitas pelayanan dengan kepuasan konsumen.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian mengenai pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan, dapat diambil kesimpulan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel independen (kualitas pelayanan) terhadap variabel dependen (kepuasan pelanggan). Selain itu juga terdapat hubungan positif antara kualitas pelayanan dengan kepuasan pelanggan. Untuk meningkatkan kepuasan pelanggan terlebih

dahulu meningkatkan kualitas pelayanan. Apabila variabel independen naik, maka variabel dependen juga meningkat, dan jika variabel independen turun, maka variabel dependen juga menurun. Kepuasan pelanggan perlu menjadi perhatian utama perusahaan dalam upaya mempertahankan pelanggan yang telah ada dan untuk menarik pelanggan baru. Oleh karena itu perlu adanya strategi untuk tetap mempertahankan atau bahkan meningkatkan kualitas pelayanan dengan memberikan pelayanan yang memuaskan bagi konsumen atau pelanggan. Agar pelanggan puas dan tidak berpaling maka Toko Yoehan dapat lebih meningkatkan kepuasan pelanggan dengan berbagai strategi yang disesuaikan dengan keinginan pelanggan. Dengan demikian Toko Yoehan dapat mempertahankan pelanggan yang sudah ada dan menarik pelanggan yang baru.

REFERENSI

- Bari, Ahmad dan Budhi Satrio. 2014. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Dalam Berbelanja Di Cak-Cuk Surabaya. *Jurnal Ilmu & Riset Manajemen* Vol. 3 No. 12: 2-3
- Bari, A. (2016). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Dalam Berbelanja Di Cak-Cuk Surabaya. *Jurnal Ilmu & Riset Manajemen*, 3(3).
- Ghozali, I, (2007), Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS, Semarang: Badan Penerbit Undip.
- Irnandha, A. (2016). Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Yang Dimediasi Oleh Kepuasan Pelanggan Jasa Pengiriman Jalur Darat (Studi Kasus Kepuasan Pelanggan Jne Cabang Hijrah Sagan Yogyakarta). *Jurnal Manajemen Bisnis Indonesia (JMBI)*, 5(6), 660-669.
- Panjaitan, J. E., & Yuliati, A. L. (2016). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada JNE Cabang Bandung [The Influence of Service Quality on Customer Satisfaction at JNE Branch in Bandung]. *DeReMa (Development Research of Management): Jurnal Manajemen*, 11(2), 265-289.
- Parubak, B., Thoyib, A., & Suman, A. (2010). Faktor-Faktor Yang Dipertimbangkan

- Konsumen Dalam Pembelian Kain Donggala Di Kotamadya Palu. *Jurnal WACANA*, 13(4).
- Prasetio, A. (2012). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Management Analysis Journal* 1 (2). <http://journal.unnes.ac.id/sju/index.php/maj>
- Sugiyono. (2010), *Metode Penelitian Bisnis (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D)*, Bandung: Alfabeta.
- Suharyadi, D. (2017). *Laporan Akhir Penelitian Mandiri*. Bekasi: AMIK BSI Bekasi
- Wijayanti, A. (2008). *Strategi meningkatkan loyalitas melalui kepuasan pelanggan (Studi kasus: Produk kartu seluler prabayar Mentari Indosat wilayah Semarang)* (Doctoral dissertation, program Pascasarjana Universitas Diponegoro).
- Wiratama, D. (2014). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Toko Ashar Elektronik Kendal. mahasiswa.dinus.ac.id/docs/skripsi/lengkap/13558
- Yamit, Z.. (2010), *Manajemen Kualitas Produk dan Jasa*, Yogyakarta: Ekonosia.

