



Kualitas Pelayanan, Harga, Dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Foto Copy Ujung Bulu Uepai

Yunila Yunila

Universitas Lakidende

Muhamad Pariama

Universitas Lakidende

Alamat: Sultan Hasanuddin, No. 234, Wawotobi, Lalosabila, Kec. Unaaha, Kabupaten Konawe, Sulawesi Tenggara 93461

Korespondensi penulis: yunila.fekon@gmail.com*

Abstract. *This research aims to determine and analyze the influence of service quality, price and satisfaction on customer loyalty at Foto Copy Ujung Bulu Uepai, secondly to find out and analyze the influence of service quality on customer loyalty at Foto Copy Ujung Bulu Uepai, third to find out and analyze the influence of price on customer loyalty on Ujung Bulu Uepai Photo Copy and further to find out and analyze the influence of satisfaction on customer loyalty on Ujung Bulu Uepai Photo Copy. The sampling technique used in research is opportunity sampling, where the sample is determined based on chance and anyone who happens to meet the researcher and is deemed suitable as a data source can be used as a sample. The results of this research are: Based on the results of the data analysis that has been obtained, it can be concluded that the variables of service quality, price and satisfaction simultaneously and partially have a positive and significant effect on customer loyalty at Ujung Bulu Uepai Photo Copy.*

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

Abstrak. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kualitas pelayanan, harga, dan kepuasan terhadap loyalitas pelanggan pada Foto Copy Ujung Bulu Uepai, kedua untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan pada Foto Copy Ujung Bulu Uepai, ketiga untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh harga terhadap loyalitas pelanggan pada Foto Copy Ujung Bulu Uepai dan selanjutnya untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kepuasan terhadap loyalitas pelanggan pada Foto Copy Ujung Bulu Uepai. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian adalah opportunity sampling, dimana sampel ditentukan berdasarkan kebetulan dan siapa saja yang kebetulan bertemu dengan peneliti dan dianggap cocok sebagai sumber data dapat dijadikan sampel. Adapun hasil dalam penelitian ini adalah Berdasarkan hasil analisis data yang telah diperoleh dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas pelayanan, harga, dan kepuasan secara simultan dan parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada Foto Copy Ujung Bulu Uepai.

Kata Kunci: Kualitas Pelayanan, Harga, Kepuasan, Loyalitas Pelanggan

LATAR BELAKANG

Persaingan di dalam dunia bisnis tahun ke tahun mengalami peningkatan seiring perkembangan teknologi sehingga menuntut perusahaan untuk dapat menciptakan dan menerapkan strategi pemasaran dengan fokus pada kepuasan sebagai tujuan utama usaha. Dalam dunia bisnis harus memperhatikan hal yang paling terpenting yaitu konsep kepuasan yang digunakan dalam menarik pelanggan.

Jasa foto copy merupakan jasa yang sangat diperlukan dalam penggandaan dokumen. Salah satu tantangan yang dihadapi persaingan jasa foto copy saat ini adalah bertambahnya

Received Desember 31, 2023; Accepted Januari 05, 2024; Published Januari 31, 2024

* Yunila Yunila: yunila.fekon@gmail.com

penyedia jasa foto copy yang baru, hal tersebut muncul karena berkembang teknologi dan adanya keluhan para pengguna, akibat kurangnya rasa kepuasan sehingga dalam menghadapi persaingan bisnis, usaha foto copy perlu meningkatkan daya saing dari segi pelayanan dan harga karena dua hal tersebut akan menjadi bahan pertimbangan pelanggan dalam menggunakan jasa foto copy dan juga harus lebih kompetitif dalam memberikan pelayanan dan harga yang terbaik, diperlukan dalam memenuhi kepuasan serta menciptakan loyalitas pelanggan.

Menurut Kotler & Keller (2020), loyalitas pelanggan adalah komitmen kuat untuk membeli atau mendukung produk atau layanan pilihan di masa depan, meskipun pengaruh situasi dan upaya pemasaran berpotensi menyebabkan konversi pelanggan. Permasalahan yang dihadapi pada jasa foto copy yaitu kurangnya kualitas pelayanan serta harga yang sering berubah-ubah menjadikan penjual memberikan harga pada pelanggan juga naik turun sehingga harga tidak stabil menjadikan nilai kepuasan mengalami penurunan. Selain itu Permasalahan Kepuasan terhadap pelanggan yang merasa tidak puas terhadap pelayanan dan harga yang telah diberikan yang merupakan sebuah tolak ukur dalam menggunakan jasa foto copy dan juga harus memberikan pelayanan jasa dan harga yang terbaik sangat diperlukan untuk memenuhi kepuasan terhadap pelanggan yang menggunakan jasa foto copy.

Tjiptono (2016) mendefinisikan kualitas pelayanan merupakan tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan. Menurut Lewis & Booms (dalam sinurat dkk, 2017) mendefinisikan kualitas pelayanan secara sederhana, yaitu ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan mampu sesuai dengan harapan pelanggan.

Selain kualitas pelayanan, harga merupakan salah satu faktor dalam menentukan kepuasan serta loyalitas pelanggan untuk tetap membeli dan memilih menggunakan suatu jasa yang dibeli. Harga suatu produk dan jasa menjadi faktor utama dalam menentukan pilihan. Harga suatu barang atau jasa merupakan penentu bagi permintaan pasarnya (Tjiptono, 2016). Harga sebagai nilai suatu barang atau jasa yang dinyatakan dengan uang (Alma, 2011:169)

Kepuasan secara umum akan berdampak pada loyalitas pelanggan, seperti kurangnya kualitas pelayanan dan harga yang diberikan akan berdampak pada rasa kepuasan saat menggunakan jasa tersebut. Salah satu usaha yang menghadapi permasalahan terhadap kepuasan adalah Foto copy Ujung Bulu Uepai. Permasalahan yang di hadapi oleh Foto copy Ujung Bulu Uepai adalah kepuasan pelanggan dalam memberikan kualitas pelayanan serta harga yang terkadang tidak sesuai dengan harapan pelanggan. Dalam hal ini usaha foto copy

akan mengalami penurunan terhadap loyalitas pelanggan karena adanya rasa kecewa terhadap usaha jasa yang telah digunakan tersebut.

Secara umum kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang dengan membandingkan kinerja suatu produk dengan harapannya. Jika kinerja tidak sesuai harapan, pelanggan akan merasa tidak puas. Jika kinerja memenuhi harapan, pelanggan akan puas (P. Dan K. L. K. Kotler, 2016). Kepuasan pelanggan merupakan evaluasi terhadap keputusan dan pilihan pembelian tertentu yang dihasilkan dari pengalaman menggunakan atau mengonsumsi barang atau jasa (B. R. T. Putri, 2017).

Loyalitas pelanggan merupakan tujuan utama para pengusaha untuk mengembangkan bisnisnya, kekuatan pelanggan sebagai salah satu kunci sukses dalam bisnis. Pelanggan yang loyal pada perusahaan akan memberikan prioritas utama dalam bertransaksi. Loyalitas pelanggan berkaitan erat terhadap kualitas pelayanan dan kepuasan atau ketidakpuasan yang dialami oleh pelanggan. Bisnis foto copy merupakan salah satu usaha di bidang jasa yang berkembang pesat yaitu usaha dalam sektor perlengkapan alat tulis kantor. Bisnis fotocopy dan penjualan ATK sangat memerlukan jasa fotocopy dalam skala besar maupun skala kecil untuk penggandaan dokumen.

KAJIAN TEORITIS

Konsep Loyalitas Pelanggan

Pelanggan yang loyal mempunyai peranan penting dalam sebuah usaha, mempertahankan mereka berarti meningkatkan kinerja dan mempertahankan kelangsungan hidup suatu usaha. Hal tersebut menjadi alasan utama pengusaha untuk menarik dan mempertahankan mereka. Tjiptono (dalam Amelia dkk, 2021:98) mengemukakan definisi loyalitas pelanggan sebagai berikut: loyalitas pelanggan adalah komitmen pelanggan terhadap suatu merek, toko, atau pemasok berdasarkan sifat yang sangat positif dalam pembelian jangka panjang. Kotler & Keller (dalam Sinurat dkk, 2017) mengemukakan bahwa loyalitas pelanggan adalah komitmen yang dipegang secara mendalam untuk membeli atau mendukung kembali sebuah produk atau jasa yang disukai di masa depan meski pengaruh situasi dan usaha pemasaran berpotensi menyebabkan pelanggan beralih.

Pengertian Kualitas Pelayanan

Menurut Kotler (2019) mendefinisikan kualitas pelayanan adalah bentuk penilaian konsumen terhadap tingkat pelayanan yang diterima dengan tingkat pelayanan yang diharapkan. Apabila pelayanan yang diterima atau dirasakan sesuai dengan yang diharapkan, maka kualitas pelayanan di persepsikan baik dan memuaskan. Jasa pelayanan

ialah masing-masing tindakan maupun kegiatan yang ditawarkan suatu perusahaan kepada pihak lain. Kualitas pelayanan yakni tingkatan perasaan seseorang saat membandingkan apa yang diinginkannya dengan apa yang di harapkannya. Dari penjelasan tersebut bisa disimpulkan bahwa kualitas pelayanan merupakan seluruh wujud kegiatan yang dicoba oleh perusahaan guna memenuhi harapan konsumen. Kualitas pelayanan didefinisikan selaku evaluasi pelanggan atas keunggulan ataupun keistimewaan sesuatu produk ataupun pelayanan secara merata.

Pengertian Harga

Harga merupakan bagian dari unsur *marketing mix* yang mempunyai sifat fleksibel di mana setiap saat dapat berubah berdasarkan waktu dan tempat. Harga bukan hanya angka atau nominal yang tertera dilabel suatu kemasan, akan tetapi harga mempunyai banyak bentuk bahkan mempunyai banyak fungsi di antaranya, ongkos, upah, tarif, sewa tempat, pembayaran jasa, dan gaji. Harga merupakan faktor utama dalam penentuan posisi dan harus diputuskan sesuai dengan pasar sasaran, bauran ragam produk, dan pelayanan, serta persaingan dalam Foster, (Iriyanti, Qomariah, & Suharto, 2016).

METODE PENELITIAN

Populasi merupakan sekumpulan dari semua kemungkinan orang, benda, dan ukuran-ukuran lain yang objek perhatiannya atau kumpulan seluruh objek yang menjadi perhatian (Suharyadi, 2003 hal. 323). Populasi merupakan sekumpulan dari individu dengan kualitas serta ciri yang telah ditetapkan (M. Nasir, 2003 hal. 271). Populasi dalam penelitian ini adalah sebagian pelanggan pengguna jasa Foto copy Ujung Bulu Uepai, yang jumlah populasinya bersifat *infinite* (tidak menentu/tidak diketahui secara pasti jumlahnya).

Untuk mengumpulkan data yang dibutuhkan dalam penelitian ini digunakan metode sebagai berikut:

1. Interview yaitu mengadakan wawancara langsung baik dengan pemimpin maupun karyawan Foto Copy Ujung Bulu Uepai.
2. Dokumentasi yaitu mencatat atau mengambil data yang telah didokumentasikan pada Foto Copy Ujung Bulu Uepai.
3. Kuesioner yaitu data yang diperoleh lewat penyebaran angket atau kuesioner kepada pelanggan pengguna jasa Foto Copy Ujung Bulu Uepai.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, Dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Pelanggan

Hasil pengujian secara simultan menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan(X1), harga(X2), dan kepuasan(X3), berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel loyalitas pelanggan(Y) dari hasil perhitungan regresi berganda diatas menunjukkan secara simultan variabel independen berpengaruh positif signifikan terhadap variabel dependen, sehingga disimpulkan bahwa model regresi linear yang diestimasi layak digunakan untuk menjelaskan bahwa kualitas pelayanan, harga, dan kepuasan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada jasa foto copy. Ini menandakan bahwa tinggi loyalitas pelanggan dapat dipengaruhi oleh kualitas pelayanan, harga, dan kepuasan. Sebaliknya jika kualitas pelayanan, harga, dan kepuasan rendah maka loyalitas pelanggan juga akan mengalami penurunan. Kualitas pelayanan ini merupakan salah satu faktor yang berperan dalam meningkatkan loyalitas pelanggan.

Berdasarkan hasil penelitian ini kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada jasa Foto Copy Ujung Bulu Uepai. Hal ini tidak terlepas dari besarnya pengaruh kualitas pelayanan dan menjadi faktor utama dalam memenuhi rasa kepuasan terhadap pelanggan. Menurut (Lewis & Booms, 2017) mendefinisikan kualitas pelayanan secara sederhana, yaitu ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan mampu sesuai dengan ekspektasi pelanggan. Harga merupakan salah satu faktor yang menjadi perhatian pelanggan dalam menggunakan jasa foto copy. Harga yang terlalu tinggi tanpa diimbangi kualitas yang baik maka dapat menimbulkan kekecewaan pada pelanggan. Kepuasan adalah hal yang sangat penting dalam sebuah usaha karena jika pelanggan merasa puas, pelanggan akan selalu menggunakan jasa foto copy tersebut.

Berdasarkan dari hasil penelitian ini secara parsial menunjukkan bahwa harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada jasa Foto Copy Ujung Bulu Uepai. Harga merupakan salah satu faktor utama yang menentukan loyalitas pelanggan untuk tetap membeli dan memilih menggunakan jasa tersebut.

Berdasarkan dari hasil penelitian ini secara parsial menunjukkan bahwa kepuasan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada jasa Foto Copy Ujung Bulu Uepai. Dalam persaingan bisnis sebuah usaha harus mampu menciptakan pelayanan yang baik sesuai dengan harapan pelanggan karena dengan terpenuhinya keinginan pelanggan maka pelanggan akan loyal dan tetap menggunakan jasa fotocopy tersebut. Dalam hal ini pada variabel terikat yaitu loyalitas pelanggan terdapat beberapa item pernyataan yaitu pelanggan akan terus menggunakan jasa Foto Copy Ujung Bulu, pelanggan yang telah menggunakan jasa

foto copy akan memberikan cerita yang positif terhadap orang lain, dan karyawan telah memberikan pelayanan yang baik kepada pelanggan yang menjadikan pelanggan yang loyal.

2. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan

Hasil pengujian hipotesis menemukan bahwa variabel kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada jasa Foto Copy Ujung Bulu Uepai. Kualitas pelayanan adalah cara untuk memberikan pelayanan yang baik pada pelanggan agar pelanggan merasakan kepuasan terhadap pelayanan yang telah diberikan, sehingga terciptanya pelanggan yang loyal dan terus menggunakan jasa foto copy tersebut. Salah satu faktor yang mempengaruhi loyalitas pelanggan adalah kualitas pelayanan. Seperti yang dikemukakan oleh (Tjiptono, 2016) mendefinisikan kualitas pelayanan merupakan tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan, guna menentukan apakah pelanggan sudah menerima pelayanan yang berkualitas sesuai dengan yang diharapkan teori ini sejalan dengan hasil penelitian di lapangan. kualitas pelayanan adalah suatu aktifitas yang dilakukan karyawan untuk berinteraksi kepada pelanggan dengan mengetahui dan memahami kebutuhan ataupun keinginan pelanggan. Memberikan pelayanan yang baik kepada pelanggan menjadi suatu kewajiban yang harus dilakukan oleh setiap pelaku usaha, agar pelanggan merasa puas dengan pelayanan yang ada maka loyalitas mereka akan tumbuh dan tetap bertahan (retensi pelanggan).

Dari hasil penelitian ini sesuai dengan teori zaithaml dalam sudaerso mengenai variabel kualitas pelayanan yaitu meliputi item indikator *Tangible* (bukti fisik), *reliability* (keandalan), *responsiveness* (daya tanggap), *assurance* (jaminan), dan *emphaty* (empati). Kualitas pelayanan terdiri dari beberapa item pernyataan yaitu:

1. Karyawan Foto Copy Ujung Bulu Uepai berpenampilan rapi dan sopan,
2. Karyawan Foto Copy Ujung Bulu Uepai dalam melayani kebutuhan pelanggan dengan cepat.
3. Foto Copy Ujung Bulu Uepai mampu memberikan pelayanan yang baik dan dapat memuaskan pelanggan atas pelayanannya.
4. Foto Copy Ujung Bulu Uepai memberikan jaminan pada kualitas jasa yang diberikan.
5. Karyawan Foto Copy Ujung Bulu Uepai mampu memberikan perhatian dan berupaya memahami keinginan pelanggan. Indikator-indikator tersebut dinyatakan sudah berada pada tingkat baik dan memuaskan bagi pelanggan pengguna jasa Foto Copy Ujung Bulu Uepai yaitu dilihat dari jawaban kuesioner sangat setuju, setuju, dan netral lebih besar daripada jawaban tidak setuju dan sangat tidak setuju.

Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Fifana Kusuma Putri, Altje L. Tumbel, (dkk 2021) “Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada PT. Matahari Department Store Di Mantos 2.” Dari hasil penelitiannya secara parsial kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan pada PT. Matahari Department Store Di Mantos 2. Dari pembahasan diatas dapat diketahui bahwa hasil peneitiann penulis mendukung teori dan hasil penelitian terdahulu variabel kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang sangat penting terhadap loyalitas pelanggan.

3. Pengaruh Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan

Hasil pengujian hipotesis menemukan bahwa variabel harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada jasa Foto Copy Ujung Bulu Uepai. Harga merupakan salah satu faktor penentu agar dapat membuat pelanggan menjadi loyal. Artinya semakin terjangkau harga suatu produk jasa maka akan semakin membuat pelanggan menjadi loyal. Harga merupakan salah satu faktor utama yang menentukan loyalitas pelanggan untuk tetap membeli dan memilih menggunakan suatu jasa yang dibeli. Harga produk jasa menjadi faktor penting dalam menentukan pilihan. Harga suatu barang atau jasa merupakan penentu bagi permintaan pasarnya (Tjiptono 2015).

Menurut Kotler dan Amstrong (2012 : 314) terdapat empat indikator yang mencirikan harga yaitu keterjangkauan harga, kesesuaian harga dengan kualitas produk/jasa, daya saing harga, dan kesesuaian harga dengan manfaat.

Variabel harga terdiri dari beberapa item pernyataan yaitu harga pada Foto Copy Ujung Bulu Uepai sudah terjangkau, kesesuaian harga sesuai dengan kualitas produ/jasa yang telah dibeli. Harga lebih terjangkau dari harga para pesaing, sesuai dengan manfaat yang telah diperoleh pelanggan dari produk/jasa yang telah dibeli. Berdasarkan kuesioner yang telah diisi oleh responden yang menyatakan harga pada produk jasa sudah termasuk dalam kategori sangat baik dapat dilihat dari hasil jawaban kuesioner sangat setuju, setuju, dan netral lebih besar dari jawaban tidak setuju dan sangat tidak setuju.

Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan Pada penelitian Rini Sugiarsih Duki Saputri (2019) dalam jurnalnya yang berjudul “Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Grab Semarang.” Dari hasil penelitiannya harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Dari pembahasan diatas dapat diketahui bahwa hasil penelitian penulis mendukung dan hasil penelitian terdahulu yaitu variabel harga memiliki pengaruh sangat penting terhadap loyalitas pelanggan.

4. Pengaruh Kepuasan Terhadap Loyalitas Pelanggan

Hasil pengujian hipotesis menemukan bahwa variabel kepuasan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada jasa foto copy. Variabel kepuasan terhadap pelanggan menjadi faktor pendukung yang membentuk pelanggan menjadi loyal. Ketika bisnis atau pelayanan jasa tidak sesuai harapan konsumen, kepuasan konsumen terhadap kinerja suatu layanan sangat sulit didapat. Dalam hal ini usaha harus menjaga pelanggan dengan memberi kepuasan sehingga dapat meningkatkan loyalitas terhadap pelanggan dengan memberikan pelayanan prima terhadap pelanggan.

Menurut Hawkins dan Lonney yang dikutip dalam Tjiptono (2015:101) adapun variabel kepuasan memiliki beberapa item indikator yaitu kesesuaian harapan, minat berkunjung kembali, kesediaan merekomendasi.

Variabel kepuasan ini terdiri dari beberapa item pernyataan yaitu, pelanggan merasa puas atas kinerja jasa yang telah diberikan oleh karyawan Foto Copy Ujung Bulu Uepai, pelanggan tidak akan berpindah dan kembali menggunakan jasa Foto copy, pelanggan akan merekomendasikan untuk menjadi pilihan dalam menggunakan jasa foto copy. Indikator-indikator tersebut dinyatakan sudah berada pada tingkat baik dan memuaskan bagi pelanggan pengguna jasa Foto Copy. Ujung Bulu Uepai yaitu dilihat dari hasil jawaban kuesioner sangat setuju, setuju dan netral lebih besar daripada jawaban tidak setuju dan sangat tidak setuju. Pada penelitian ini secara parsial variabel kepuasan telah memberikan pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas pelanggan pengguna jasa Fotocopy Ujung Bulu Uepai. Pengaruh signifikan ini menunjukkan bahwa secara parsial variabel kepuasan mampu mempengaruhi loyalitas pelanggan pengguna jasa Foto copy meskipun tanpa ditunjang dari variabel lain.

Hal ini sesuai dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Tulus Rohana yang berjudul “Pengaruh Kepuasan terhadap Loyalitas Pelanggan.” Dari hasil penelitiannya kepuasan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Dari pembahasan diatas dapat diketahui bahwa hasil penelitian penulis mendukung teori dan hasil penelitian yang terdahulu yaitu variabel kepuasan. Variabel ini menjadi penentu yang sangat penting dalam meningkatkan loyalitas pelanggan.

KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan dalam penelitian ini, maka dapat disimpulkan bahwa:

1. Berdasarkan hasil analisis data yang telah diperoleh dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas pelayanan, harga, dan kepuasan secara simultan dan parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada Foto Copy Ujung Bulu Uepai.
2. Disimpulkan bahwa secara parsial variabel kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada Foto Copy Ujung Bulu Uepai.
3. Disimpulkan bahwa secara parsial variabel harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada Foto Copy Ujung Bulu Uepai.
4. Disimpulkan bahwa secara parsial variabel kepuasan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada Foto Copy Ujung Bulu Uepai. Artinya dengan meningkatnya kepuasan maka loyalitas pelanggan pada Foto Copy Ujung Bulu akan mengalami peningkatan terutama dalam meningkatkan kualitas produk jasa yang memuaskan dalam menjaga hubungan yang baik kepada pelanggan.

Berdasarkan kesimpulan yang diperoleh, maka diajukan beberapa saran sebagai berikut ini:

1. Bagi Foto Copy Ujung Bulu Uepai yaitu menjaga dan meningkatkan kualitas pelayanan yang baik, dan juga harus memperhatikan harga dan kepuasan pada pelanggan, karena dengan kualitas pelayanan, harga dan kepuasan tersebut, akan menghasilkan capaian yang sangat positif dalam rangka membentuk loyalitas pelanggan dan pengembangan usaha Foto Copy Ujung Bulu Uepai.
2. Untuk penelitian selanjutnya, dari penelitian ini dapat dijadikan referensi untuk melakukan penelitian lanjutan khususnya di bidang jasa dan sebaiknya dapat mengembangkan lagi variabel – variabel lainnya yang dapat mempengaruhi loyalitas pelanggan seperti variabel kualitas produk agar dapat memperoleh penelitian yang lebih baik.

DAFTAR REFERENSI

- Fandi Tjiptono dan Gregorius Chandra 2016. Manajemen Pelayanan Jasa. erenbit Andi Yogyakarta
- Ferdinand, Augusty. 2014. *Metode Penelitian Manajemen*. BP Universitas Diponegoro. Semarang. Ghozali, Imam, 2012. *Analisis multivariate dengan SPSS*. Semarang: UNDIP PRESS
- Hummel, John W. and Ronald Savitt.1998. Integrated Customer Service and Retail Strategy. *International Journal of Retailing*. 3(2), 5-21.

- Husein Umar. 2013. *Metode Penelitian untuk Skripsi dan Tesis*. Jakarta: Rajawali Hutapea dan Nuriana. 2008. *Pengaruh Komunikasi Pemasaran Terhadap Keputusan pembelian Teh Kotak Ultra Rasa Melati Oleh Remaja di Kota Bandung*. *Jurnal Proceeding Of Management*. Volume: 3-3
- Haryono, R. (2013) *Analisis Pengaruh Servqual, Kpuasan dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Nasabah Pengguna Layanan Internet Bangking dengan Menggunakan Metode Structural Equation Modelling (Studi Kasus : Bank X)*. *Jurnal Sains dan Seni Pomits Vol. 2 No. 2, (2013) 2337-3520 (2301-928x Print)*
- Harjati, Lily dan Yurike Venesia. 2015 *Pengaruh Kualitas Layanan dan Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan pada Maskapai Penerbangan Tiger Air Madala*. *E-journal WIDYA Ekonomika*. 1(1): 67-68
- Irham, Fahmi. 2013. *Perilaku Organisasi Teori, Aplikasi dan Kasus*. Bandung: Alfabeta CV
- Kotler, P., Kartajaya, H., Setiawan, I. (2019). *Marketing 4.0 Bergerak dari Tradisional Ke Digital*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama
- Kuncoro, Mudrajad. 2007. *Metode Kuantitatif: Teori dan Aplikasi Untuk Bisnis dan Ekonomi*. Yogyakarta: UPP STIM YKPN.
- Kotler, Philip. 2014. *Manajemen Pemasaran: Analisis, Perencanaan dan Implmentasi dan Pengendalian*. Jilid II. Jakarta. Erlangga.
- Lupiyoadi, Rahmat dan A. Hamdani. 2006. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Salemba Empat. Lupiyoadi, R. 2001. *Manajemen Pemasaran Jasa Teori dan Praktek*. Edisi 1. Jakarta: Salemba Empat.
- Muhardi, 2007. *Strategi Daya Saing Transportasi Pada PT. Jaya Prima Utama Lestari Bandung*. Thesis (S2) Thesis, Perpustakaan Pascasarjana.
- Magdalena, M. (2014) *Pengaruh Keputusan Nasabah Terhadap Loyalitas Nasabah KPR BTN Pada PT. Bank Tabungan Negara Tbk. Cabang Padang*. *Jurnal KBP Vol 2 No. 2, Juni 2014*.
- Parasuraman, A., V. A Zeithhaml, and L.L Berry. 2013. *SERVQUAL. A Multiple Item Scale for Mesuring Consumer Perseptions of Service Quality*. *Journal of Retailing*. Vol.64.
- Sukandarrumidi. 2012. *Metodologi Penelitian: Petunjuk Praktis untuk Peneliti Pemula*. Yogyakarta : Gadjah Mada University Press.
- Supranto. 2006. *Mengukur Tingkat Kepuasan Pelanggan atau Konsumen*. Jakarta: Rineka Cipta. Wawan Siswinarko (2006). *Analisis Implementasi Strategi promosi pada PT. Layang Mega Scurites Galeri Efek Malang*.
- Sugiyono. 2010. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta