

## Peningkatan Loyalitas Pelanggan Pupuk Bersubsidi PT. PUSRI Melalui Kualitas Pelayanan dan Kepuasan di Kabupaten Boyolali

Ajeng Fitriani

Program Magister Manajemen STIE "AUB" Surakarta

Email: [ajengfitriani84@gmail.com](mailto:ajengfitriani84@gmail.com)

### ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui, menguji dan menganalisis pengaruh bukti langsung, keandalan, daya tanggap, jaminan, empati terhadap loyalitas pelanggan pupuk bersubsidi dengan kepuasan sebagai variabel intervening pada PT. PUSRI Kabupaten Boyolali. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis jalur, dimana akan diuji dengan uji t, uji F dan uji R<sup>2</sup>, Correlations, pengaruh langsung dan pengaruh tidak langsung dan total pengaruh. Teknik pengumpulan data dengan menggunakan kuesioner. Pengambilan sampel menggunakan teknik sampling dan ditetapkan sebanyak 10% dari populasi, dengan perhitungan :  $650 \times 10\% = 65$  sampel. Hasil uji t menunjukkan keandalan, jaminan, empati berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan dan bukti langsung berpengaruh negatif dan signifikan terhadap kepuasan sedangkan daya tanggap berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap kepuasan; bukti langsung, keandalan, jaminan, empati berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas dan kepuasan berpengaruh negatif dan signifikan terhadap loyalitas sedangkan daya tanggap berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap loyalitas. Dari hasil koefisien determinasi total dapat dijelaskan bahwa Nilai R<sup>2</sup> total sebesar 0,974 dapat diartikan variasi loyalitas dijelaskan oleh variabel bukti langsung, keandalan, daya tanggap, jaminan, empati, dan kepuasan sebesar 97,4% sisanya sebesar 2,6% dijelaskan oleh variabel lain di luar model penelitian, seperti harga, kepercayaan dan lain-lain. Hasil analisis jalur dapat diketahui bahwa pengaruh langsung keandalan terhadap loyalitas merupakan jalur yang paling efektif atau dominan untuk meningkatkan loyalitas karena memiliki nilai koefisien terbesar diantara yang lain.

**Kata Kunci :** bukti langsung, keandalan, daya tanggap, jaminan, empati, kepuasan dan loyalitas

### ABSTRACT

This study aims to determine, test and analyze the effect of direct evidence, reliability, responsiveness, assurance, empathy for subsidized fertilizer customer loyalty with satisfaction as an intervening variable at PT. PUSRI Boyolali Regency. The data analysis technique used is path analysis, which will be tested by t test, F test and R<sup>2</sup> test, Correlations, direct effects and indirect and total effects. Data collection techniques using a questionnaire. Sampling using a sampling technique and determined as much as 10% of the population, with the calculation:  $650 \times 10\% = 65$  samples. T test results show reliability, assurance, empathy have a positive and significant effect on satisfaction and direct evidence has a negative and significant effect on satisfaction while responsiveness has a positive and not significant effect on satisfaction; direct evidence, reliability, guarantee, empathy have a positive and significant effect on loyalty and satisfaction have a negative and significant effect on loyalty while responsiveness has a positive and not significant effect on loyalty. From the results of the total determination coefficient can be explained that the total R<sup>2</sup> value of 0.974 can be interpreted as variations in loyalty explained by the variables of direct evidence, reliability, responsiveness, assurance, empathy, and satisfaction of 97.4% while the remaining 2.6% is explained by other variables in outside the research model, such as price, trust and others. The path analysis results can be seen that the direct effect of reliability on loyalty is the most effective or dominant pathway to increase loyalty because it has the largest coefficient value among others.

**Keywords:** direct evidence, reliability, responsiveness, assurance, empathy, satisfaction and loyalty

### PENDAHULUAN

Sektor pertanian merupakan sektor yang memiliki peran strategis dalam pembangunan Nasional. Pembangunan Nasional pada dasarnya merupakan suatu proses perubahan struktural dalam bidang sosial dan ekonomi. Proses perubahan tersebut merupakan suatu proses yang dinamis dan menuju yang lebih baik dari suatu tahap ke tahap yang berikutnya yang berorientasi kepada bagaimana memenuhi kebutuhan pokok (*basic good*) yang seiring dengan perkembangan teknologi yang ada.

Seiring perkembangan teknologi yang semakin maju saat ini perkembangan dalam bidang pertanian dalam hal obat-obatan pertanian seperti pupuk, persaingan antar perusahaan juga semakin tajam terutama dalam hal ini adalah perusahaan sejenis, semua ini dapat ditunjukkan dengan persaingan harga yang semakin kompetitif dan persaingan dalam hal inovasi-inovasi produk yang

dengan kualitas hampir sama baiknya yang secara tidak langsung akan membingungkan konsumen dalam menentukan pilihan untuk membeli produk apalagi untuk loyal terhadap perusahaan. Loyalitas pelanggan merupakan faktor penting dalam kelangsungan hidup bisnis dan pengembangan lingkungan yang kompetitif (Bilika *et al*, 2016). Pada dasarnya kesetiaan pelanggan sangat dibutuhkan oleh perusahaan untuk meningkatkan kualitas pelayanan. Pelanggan setia akan cenderung membeli lebih banyak produk pada perusahaan, tidak lebih memilih perusahaan, tidak mencoba produk lain, dan mendorong orang lain untuk menjadi pelanggan. Sekarang banyak perusahaan telah menyadari nilai dari pelanggan saat ini dan mencoba untuk menemukan cara untuk meningkatkan loyalitas pelanggan.

Menurut Hasan (2009 : 1) Pemasaran (*marketing*) merupakan sebuah konsep ilmu dalam strategi bisnis yang bertujuan untuk mencapai kepuasan berkelanjutan bagi *stakeholder* (pelanggan, karyawan, pemegang saham), dalam pemasaran biasanya dihadapkan kepada masalah produk, harga, distribusi, promosi yaitu berapa dan bagaimana bauran tersebut ditetapkan, hal ini supaya tujuan yang diinginkan dapat tercapai, disamping masalah tersebut biasanya masalah yang lain yaitu tentang keputusan pembelian konsumen.

Setiap perusahaan yang ingin memperluas usahanya dalam persaingan haruslah memandang pemasaran sebagai kunci utama dalam mencapai tujuan perusahaan. Pemasaran diarahkan untuk mengetahui kebutuhan pembeli kemudian memuaskan kebutuhan tersebut. Kegiatan perusahaan itu tidak berakhir sampai dengan terjadinya transaksi saja, tetapi juga berusaha agar hasil produksinya dapat memuaskan konsumen dan mampu bersaing dengan produk lain yang sejenis. Untuk itu perusahaan harus dapat bersaing dalam memproduksi barang dengan sebaik-baiknya, sesuai dengan selera pembeli, Jadi jelas bahwa pemasaran itu sangat penting bagi perusahaan, terutama dalam masa *globalisasi* ekonomi sekarang ini yang juga sangat berpengaruh dalam kegiatan pemasaran. Globalisasi perekonomian seakan-akan tidak mengenal lagi batas-batas antar negara yang menyebabkan semua kegiatan berlaku secara cepat dan tepat, melalui pemasaran, hasil produksi dapat diperkenalkan, dan dibeli oleh para pelanggan.

Sementara loyalitas pelanggan telah menjadi isu menarik dalam bidang pemasaran. Penelitian empiris membuktikan bahwa kepuasan pelanggan saja tidak cukup membuat pelanggan loyal terhadap suatu produk (oliver, 2010). Loyalitas pelanggan ini muncul karena adanya pengaruh dari kepuasan yang dirasakan pelanggan, seperti penelitian oleh Samuel dan Wijaya (2011), Wenny dan Halim (2013), Palilati (2014), Karsono (2015), Eva Monica (2014), Kristian Suhartadi (2014), Budiarti, Anindhyta (2014), Suasana dkk (2013), Pramana (2010), Rosinta dkk (2010), Sri Fitriani (2014) menunjukkan bahwa kepuasan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas. Loyalitas pelanggan adalah kondisi dimana pelanggan mempunyai sikap positif terhadap sebuah produk, mempunyai komitmen terhadap produk tersebut dan bermaksud melakukan pembelian ulang di masa yang akan datang. Terciptanya loyalitas pelanggan memungkinkan perusahaan mengembangkan hubungan jangka panjang dengan pelanggan. Selain itu biaya yang dibutuhkan untuk menarik pelanggan baru juga jauh lebih besar dibandingkan biaya untuk mempertahankan pelanggan yang loyal pada perusahaan (Kotler, 2011).

Loyalitas pelanggan sendiri tidak dapat dipisahkan dari kepuasan loyalitas terkait secara erat dan tak terpisahkan. Tetapi pola hubungan antara keduanya bersifat *asimetri* mengingat konsumen yang loyal kebanyakan konsumen yang terpuaskan, tetapi tidak semua kepuasan konsumen bermakna loyalitas (Oliver, 2010).

Kepuasan merupakan fungsi dari persepsi atau kesan atas kinerja dan harapan, pelanggan puas dan jika kinerja melebihi harapan pelanggan, maka mereka akan merasa puas dan senang. Pelanggan yang puas terhadap barang dan jasa, kemungkinan besar akan membeli ulang dari penyedia barang dan

jasa tersebut. Dengan demikian, perusahaan yang mampu memuaskan pelanggan akan dapat meningkatkan keuntungan dan pangsa pasarnya karena ada pembelian ulang dari pelanggan.

Faktor lain yang mempengaruhi Loyalitas pelanggan adalah kualitas pelayanan pelanggan (*customer services*) yang baik kepada pelanggan. Pelayanan pelanggan merupakan unsur yang sangat penting untuk menumbuhkan kepuasan pelanggan yang mana pada akhirnya menumbuhkan loyalitas pada pelanggan. Kualitas pelayanan merupakan hal mutlak yang harus dimiliki oleh perusahaan atau instansi yang menawarkan jasa, karena dengan kualitas pelayanan kepada pelanggan, perusahaan atau instansi dapat mengukur tingkat kinerja yang telah dicapai. Tinggi rendahnya suatu kualitas pelayanan tergantung pada bagaimana penerimaan pelanggan akan pelayanan nyata yang diperolehnya sehubungan dengan apa yang mereka harapkan. Dengan kata lain kualitas pelayanan merupakan selisih antara pengharapan pelanggan atau keinginan mereka dengan persepsi mereka (Baihaqi, 2009: 15).

Hasil penelitian didukung oleh Semuel dan Wijaya (2011), Wenny dan Halim (2013), Palilati (2014), Karsono (2015), Eva Monica (2014), Kristian Suhartadi (2014), Budiarti, Anindhyta (2014), Suasana dkk (2013), Pramana (2010), Rosinta dkk (2010), Sri Fitriani (2014) menunjukkan bahwa kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan dan loyalitas pelanggan.

Fenomena di era globalisasi saat ini terutama dalam bidang ekonomi yang semakin terbuka membuka peluang bagi perusahaan untuk turut berkompetisi dalam menjangkau pelanggan. Pengaruh dari hal tersebut yaitu banyak sekali bermunculan inovasi baru yang menawarkan berbagai kelebihan dan keunikan dari masing-masing jasa layanan. Hal ini membuat pelanggan mempunyai banyak alternatif pilihan dalam memilih produk jasa/barang terutama dalam hal produk pupuk yang ditawarkan, oleh adanya kemajuan dan beragamnya inovasi secara tidak langsung menuntut perusahaan untuk menciptakan penawaran suatu jasa layanan yang diinginkan oleh pelanggan. Diantara bentuk jasa layanan didukung kualitas pelayanan sehingga menciptakan kepuasan terhadap loyalitas pelanggan antara lain diharapkan mampu menangani masalah kebutuhan pelanggan dengan cepat dan akurat, oleh karena itu dibutuhkan keramahan dan kesigapan para petugas dan manajemen, kecepatan pelayanan para petugas yang bersangkutan, sehingga diharapkan akan terbentuk kepuasan dan loyalitas pada pengguna jasa dan produk akan menaruh kepercayaan dan komitmen terhadap perusahaan dan akhirnya akan kembali menggunakan jasa/produk di perusahaan khususnya PT. PUSRI Kabupaten Boyolali di masa mendatang. Oliver (2010:45) menyatakan bahwa loyalitas pelanggan merupakan suatu komitmen yang dipegang secara kuat untuk membeli kembali atau menggunakan produk atau layanan yang disukai dimasa mendatang meskipun ada pengaruh situasional dan upaya-upaya pemasaran yang memiliki potensi dapat mengubah perilaku.

Ciri khas dari sikap dan sifat loyalitas pelanggan di Perusahaan didasarkan pada keterikatan pelanggan atas jasa yang disediakan Perusahaan yang dihubungkan secara silang menyilang dengan pola penggunaan jasa secara berulang. Adapun keberadaan pelanggan yang mempunyai sikap dan sifat loyal, mereka tidak hanya bersedia menggunakan jasa/produk ketika pelanggan tersebut membutuhkan, tetapi juga kesediaannya untuk menyarankan produk atau jasa tersebut kepada orang lain, teman, atau saudara, dan anggota keluarga serta kolega mereka. Keuntungan loyalitas bersifat jangka panjang dan *kumulatif*, yaitu meningkatnya loyalitas pelanggan dapat menyebabkan sumber pendapatan atau keuntungan yang lebih meningkat, retensi pegawai yang lebih tinggi, dan basis keuangan yang lebih stabil. Selain itu menurut Tjiptono (2011), bahwa keuntungan lain dari loyalitas yaitu menurunkan biaya pemasaran, mempersingkat waktu dan biaya transaksi, menurunkan biaya *turn over*, dan *word of much* yang positif.

Pada penelitian ini memfokuskan pada pelayanan produk pupuk bersubsidi di PT. PUSRI Kabupaten Boyolali. Mengamati permasalahan tersebut, maka dalam memenuhi harapan pelanggan pihak manajemen Perusahaan PT. PUSRI Kabupaten Boyolali dapat bertindak sesuai dengan

kemauannya sendiri dalam memutuskan semua kebijakan operasionalnya, tetapi harus mampu mewujudkan pelayanan yang terbaik pada pelanggannya jika tidak ingin ditinggalkan oleh masyarakat sebagai pelanggan utamanya di masa yang akan datang.

Berdasarkan fenomena dan teori tentang kepuasan dan loyalitas di atas menunjukkan adanya kesenjangan (gap) bahwa realitas ternyata tidak mesti sesuai dengan teori-teori yang ada, peneliti berkeinginan untuk melakukan pengujian terkait dengan kualitas pelayanan yang diberikan oleh PT. PUSRI Kabupaten Boyolali dalam hubungannya dengan kepuasan pelanggan dengan mengadakan penelitian di PT. PUSRI Kabupaten Boyolali. Selain itu, kualitas pelayanan juga berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan sehingga pelanggan dapat mengandalkan PT. PUSRI Kabupaten Boyolali untuk kebutuhan produk pupuk. Selain hubungan langsung antara kualitas pelayanan terhadap loyalitas, dapat juga berhubungan secara tidak langsung melalui kepuasan. Penelitian ini dengan mengambil judul **“Peningkatan Loyalitas Pelanggan Pupuk Bersubsidi PT. PUSRI Melalui Kualitas Pelayanan dan Kepuasan di Kabupaten Boyolali”**.

### HIPOTESIS

Hipotesis (Sugiyono, 2011:49) dapat diartikan sebagai jawaban sementara terhadap rumusan masalah. Karena sifatnya masih sementara, maka perlu dibuktikan kebenarannya melalui data empiris yang terkumpul. Dari uraian sebelumnya, maka dapat ditarik hipotesis sebagai berikut:

- H<sub>1</sub>: Bukti Langsung (*Tangible*) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada PT. PUSRI Kabupaten Boyolali.
- H<sub>2</sub>: Keandalan (*Reliability*) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada PT. PUSRI Kabupaten Boyolali.
- H<sub>3</sub>: Daya tanggap (*Responsibility*) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada PT. PUSRI Kabupaten Boyolali
- H<sub>4</sub>: Jaminan (*Assurance*) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada PT. PUSRI Kabupaten Boyolali.
- H<sub>5</sub>: Empati (*Empathy*) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada PT. PUSRI Kabupaten Boyolali.
- H<sub>6</sub>: Bukti Langsung (*Tangible*) berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada PT. PUSRI Kabupaten Boyolali
- H<sub>7</sub>: Keandalan (*Reliability*) berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada PT. PUSRI Kabupaten Boyolali
- H<sub>8</sub>: Daya Tanggap (*Responsibility*) berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada PT. PUSRI Kabupaten Boyolali
- H<sub>9</sub>: Jaminan (*Assurance*) berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada PT. PUSRI Kabupaten Boyolali
- H<sub>10</sub>: Empati (*Empathy*) berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada PT. PUSRI Kabupaten Boyolali
- H<sub>11</sub>: Kepuasan pelanggan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada PT. PUSRI Kabupaten Boyolali

### METODE

Pengambilan sampel menggunakan teknik *simple random sampling* dan ditetapkan sebanyak 10% dari populasi, sehingga diperoleh sampel dengan perhitungan berikut:  $650 \times 10\% = 65$  sampel. Penelitian ini menggunakan alat analisis berupa uji validitas, uji reliabilitas, uji linieritas, analisa jalur, analisa regresi linier berganda, uji t, uji F dan koefisien determinasi.

Analisis regresi jalur adalah, analisis jalur merupakan pengembangan langsung bentuk regresi berganda dengan tujuan untuk memberikan estimasi tingkat kepentingan (*magnitude*) dan signifikansi (*significance*) hubungan sebab akibat hipotetikal dalam seperangkat variabel.

Hubungan kausalitas akan digunakan analisis jalur dan intervening. Penelitian ini tentang persepsi pelanggan mengenai kualitas pelayanan yang terdiri dari *tangible* (bukti langsung), *reliability* (keandalan), *responsibility* (daya tanggap), *assurance* (jaminan), *empathy* (empati) terhadap loyalitas dengan kepuasan ditempatkan sebagai variabel intervening.

Analisis regresi linear berganda digunakan untuk menganalisa pengaruh beberapa variabel bebas atau independen variabel (X) terhadap satu variabel tidak bebas atau dependen variabel (Y) sebagai berikut:

Persamaan Regresi I :

$$Y_1 = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + b_3 X_3 + b_4 X_4 + b_5 X_5 + e_1$$

Persamaan Regresi II :

$$Y_2 = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + b_3 X_3 + b_4 X_4 + b_5 X_5 + b_6 X_6 + e_1$$

Keterangan :

$Y_2$  = Loyalitas pelanggan

$Y_1$  = Kepuasan pelanggan

$X_1$  = Bukti langsung / *Tangible*

$X_2$  = Keandalan / *Reliability*

$X_3$  = Daya tanggap / *Responsibility*

$X_4$  = Jaminan / *Assurance*

$X_5$  = Empati / *Empathy*

$b_1 \dots b_5$  = Koefisien regresi

$e_1$  = residual

$a$  = Konstanta

## HASIL PENELITIAN

Tabel 1.  
Hasil Regresi Persamaan Pertama

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1,740	1,411		1,233	,222
	Bukti Langsung	-,600	,089	-,654	-6,772	,000
	Keandalan	,326	,060	,396	5,404	,000
	Daya Tanggap	,068	,081	,063	,839	,405
	Jaminan	,362	,119	,324	3,034	,004
	Empati	,956	,129	,733	7,401	,000

a. Dependent Variable: Kepuasan

Tabel 2.  
Hasil Regresi Persamaan Kedua

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	,252	1,334		,189	,851
	Bukti Langsung	,238	,110	,259	2,156	,035
	Keandalan	,361	,069	,440	5,251	,000
	Daya Tanggap	,088	,077	,082	1,156	,252
	Jaminan	,284	,120	,253	2,367	,021
	Empati	,389	,167	,298	2,320	,024
	Kepuasan	-,312	,122	-,312	-2,569	,013

a. Dependent Variable: Loyalitas

Tabel 3  
 Hasil Uji F Persamaan kedua

ANOVA <sup>b</sup>

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	311,004	6	51,834	54,880	,000 <sup>a</sup>
	Residual	54,781	58	,944		
	Total	365,785	64			

a. Predictors: (Constant), Kepuasan , Bukti Langsung, Daya Tanggap, Keandalan, Jaminan, Empati

b. Dependent Variable: Loyalitas

Tabel 4  
 Koefisien Determinan (R<sup>2</sup>) Persamaan Pertama

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,908 <sup>a</sup>	,825	,810	1,041

a. Predictors: (Constant), Empati, Keandalan, Daya Tanggap, Bukti Langsung, Jaminan

Tabel 5  
 Koefisien Determinan (R<sup>2</sup>) Persamaan Kedua

Model Summary <sup>b</sup>

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,922 <sup>a</sup>	,850	,835	,972

a. Predictors: (Constant), Kepuasan , Bukti Langsung, Daya Tanggap, Keandalan, Jaminan, Empati

b. Dependent Variable: Loyalitas

Tabel 6  
 Koefisien Korelasi

Correlations

		Bukti Langsung	Keandalan	Daya Tanggap	Jaminan	Empati	Kepuasan	Loyalitas
Bukti Langsung	Pearson Correlation	1	,619 **	,642 **	,748 **	,665 **	,362 **	,859 **
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000	,000	,003	,000
	N	65	65	65	65	65	65	65
Keandalan	Pearson Correlation	,619 **	1	,484 **	,452 **	,551 **	,572 **	,740 **
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000	,000	,000	,000
	N	65	65	65	65	65	65	65
Daya Tanggap	Pearson Correlation	,642 **	,484 **	1	,605 **	,613 **	,480 **	,647 **
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000	,000	,000	,000
	N	65	65	65	65	65	65	65
Jaminan	Pearson Correlation	,748 **	,452 **	,605 **	1	,801 **	,639 **	,735 **
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000		,000	,000	,000
	N	65	65	65	65	65	65	65
Empati	Pearson Correlation	,665 **	,551 **	,613 **	,801 **	1	,815 **	,711 **
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000		,000	,000
	N	65	65	65	65	65	65	65
Kepuasan	Pearson Correlation	,362 **	,572 **	,480 **	,639 **	,815 **	1	,477 **
	Sig. (2-tailed)	,003	,000	,000	,000	,000		,000
	N	65	65	65	65	65	65	65
Loyalitas	Pearson Correlation	,859 **	,740 **	,647 **	,735 **	,711 **	,477 **	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	65	65	65	65	65	65	65

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

Berdasarkan hasil analisa jalur dapat diperoleh hasil sbb:

Persamaan 1 yaitu :

$$Y_1 = -0,654 X_1 + 0,396 X_2 + 0,063 X_3 + 0,324 X_4 + 0,733 X_5 + 1$$

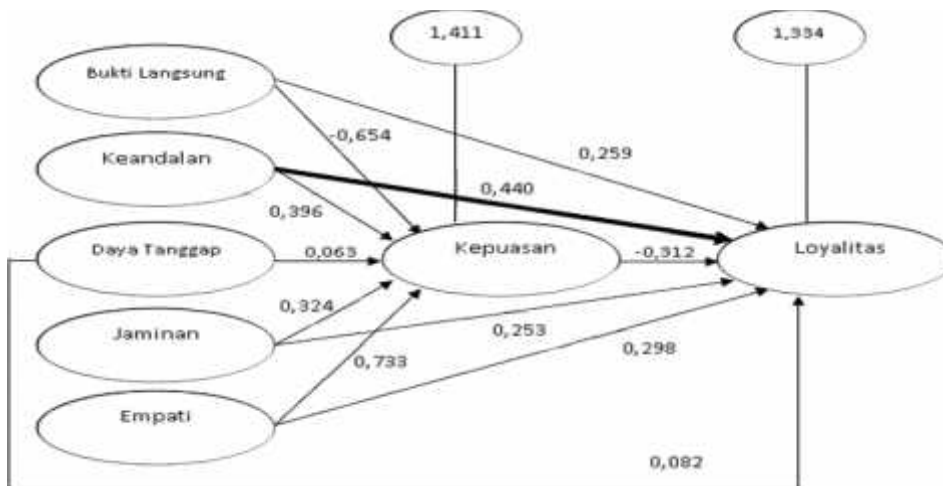
$$\text{Sig } (0,000)** \quad (0,000)** \quad (0,405) \quad (0,004)** \quad (0,000)**$$

Persamaan 2 yaitu :

$$Y_2 = 0,259 X_1 + 0,440 X_2 + 0,082 X_3 + 0,253 X_4 + 0,298 X_5 - 0,312 X_6 + 1$$

$$\text{Sig } (0,035)** \quad (0,000)** \quad (0,252) \quad (0,021)** \quad (0,024)** \quad (0,013)**$$

**Model Hasil Analisis:**



**Gambar 1.**  
Pengaruh langsung, Tidak Langsung, dan Total Pengaruh

**PEMBAHASAN**

**1. Pengaruh Keandalan terhadap loyalitas**

Hasil analisis jalur menunjukkan bahwa pengaruh langsung keandalan terhadap loyalitas Pelanggan Pupuk Bersubsidi lebih besar dibanding dengan pengaruh tidak langsung, sehingga untuk meningkatkan loyalitas Pelanggan Pupuk Bersubsidi lebih efektif melalui jalur langsung dan keandalan merupakan pengaruh yang paling dominan dalam mempengaruhi loyalitas Pelanggan Pupuk Bersubsidi PT. PUSRI di Kabupaten Boyolali. Hasil ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Semuel dan Wijaya (2011), Wenny dan Halim (2013), Karsono (2015), Eva Monica (2014), Suasana dkk (2013), yang menunjukkan bahwa kendalan berpengaruh terhadap loyalitas Pelanggan Pupuk Bersubsidi

Keandalan berpengaruh positif terhadap loyalitas, maka upaya untuk meningkatkan keandalan dengan cara melihat hasil analisis validitas variabel keandalan dapat diketahui nilai r tertinggi yaitu pada nomor 3, 2, 5, 4, 1 adalah sebagai berikut:

- Meningkatkan sikap Petugas PT. PUSRI Kabupaten Boyolali yang sangat sopan dan ramah
- Meningkatkan pelayanan yang sama terhadap pelanggan
- Meningkatkan keandalan dan kepercayaan
- Meningkatkan ketepatan dalam melayani pelanggan
- Meningkatkan pelayanan dengan prosedur pelayanan kepada pelanggan dengan cepat

**2. Pengaruh Empati terhadap loyalitas**

Hasil analisis jalur menunjukkan bahwa pengaruh langsung Empati terhadap loyalitas Pelanggan Pupuk Bersubsidi lebih besar dibanding dengan pengaruh tidak langsung, sehingga untuk

meningkatkan loyalitas Pelanggan Pupuk Bersubsidi lebih efektif melalui jalur langsung. Hasil ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Samuel dan Wijaya (2011), Wenny dan Halim (2013), Karsono (2015), Eva Monica (2014), Suasana dkk (2013) yang menunjukkan bahwa Empati sebagai salah satu dimensi kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas Pelanggan Pupuk Bersubsidi

Upaya untuk meningkatkan Empati dengan cara melihat hasil analisis variabel Empati diketahui skor tertinggi yaitu pada nomor 3, 1, 2, 4. Langkah-langkah yang perlu dilakukan adalah sebagai berikut:

- a. Meningkatkan pelayanan sesuai dengan urutannya
- b. Meningkatkan Empati khusus pada pelanggan
- c. Meningkatkan disiplin waktu yang tinggi
- d. Meningkatkan pelayanan yang nyaman dan sesuai dengan keinginan pelanggan

### **3. Pengaruh Bukti Langsung terhadap loyalitas**

Hasil analisis jalur menunjukkan bahwa pengaruh langsung Bukti Langsung terhadap loyalitas Pelanggan Pupuk Bersubsidi melalui kepuasan lebih besar dibanding dengan pengaruh tidak langsung, sehingga untuk meningkatkan loyalitas Pelanggan Pupuk Bersubsidi lebih efektif melalui jalur langsung. Hasil ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Samuel dan Wijaya (2011), Wenny dan Halim (2013), Karsono (2015), Eva Monica (2014), Suasana dkk (2013), yang menunjukkan bahwa Bukti Langsung berpengaruh terhadap loyalitas Pelanggan Pupuk Bersubsidi.

Bukti Langsung berpengaruh positif terhadap loyalitas, maka upaya untuk meningkatkan Bukti Langsung dengan cara melihat hasil analisis validitas yaitu dari 5 item pertanyaan, skor tertinggi yaitu nomor 2, 4, 1, 5, 3 adalah sebagai berikut:

- a. Meningkatkan Lingkungan yang bersih di PT. PUSRI Kabupaten Boyolali
- b. Meningkatkan perlengkapan komputer yang canggih sehingga menunjang kinerja petugas
- c. Meningkatkan Lingkungan yang nyaman dan rapi di PT. PUSRI Kabupaten Boyolali
- d. Meningkatkan Kerapian dan kebersihan penampilan Petugas PT. PUSRI Kabupaten Boyolali
- e. Meningkatkan Fasilitas penunjang yang memadai (parkir, mushola, dan toilet) sudah tersedia di PT. PUSRI Kabupaten Boyolali

### **4. Pengaruh Jaminan terhadap loyalitas**

Hasil analisis jalur menunjukkan bahwa pengaruh langsung jaminan terhadap loyalitas Pelanggan Pupuk Bersubsidi lebih besar dibanding dengan pengaruh tidak langsung, sehingga untuk meningkatkan loyalitas Pelanggan Pupuk Bersubsidi lebih efektif melalui jalur langsung. Hasil ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Samuel dan Wijaya (2011), Wenny dan Halim (2013), Karsono (2015), Eva Monica (2014), Suasana dkk (2013) yang menunjukkan bahwa jaminan berpengaruh terhadap loyalitas Pelanggan Pupuk Bersubsidi

Upaya untuk meningkatkan jaminan dengan cara melihat hasil analisis variabel jaminan diketahui nilai r tertinggi pada nomor 5, 4, 3, 1, 2 adalah sebagai berikut:

- a. Meningkatkan ketrampilan yang lebih
- b. Meningkatkan kemampuan yang baik
- c. Meningkatkan hubungan yang efektif dengan pelanggan
- d. Meningkatkan tanggungjawab terhadap keamanan pelanggan
- e. Meningkatkan pengetahuan yang sesuai bidangnya

### **5. Pengaruh Daya Tanggap terhadap loyalitas**

Hasil analisis jalur menunjukkan bahwa pengaruh langsung daya tanggap terhadap loyalitas Pelanggan Pupuk Bersubsidi lebih besar dibanding dengan pengaruh tidak langsung tetapi tidak signifikan, sehingga untuk meningkatkan loyalitas tidak efektif dengan variabel daya tanggap.

Hasil ini tidak sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Samuel dan Wijaya (2011), Wenny dan Halim (2013), Karsono (2015), Eva Monica (2014), Suasana dkk (2013), yang menunjukkan bahwa daya tanggap berpengaruh signifikan terhadap kepuasan dan kepuasan terhadap loyalitas Pelanggan Pupuk Bersubsidi. Upaya untuk yang dilakukan agar mempertahankan daya tanggap yang sudah ada saat ini

## PENUTUP

### Simpulan

1. Berdasarkan analisis data dan kesimpulan pengujian hipotesis, maka dalam penelitian ini dapat diambil kesimpulan dari uji t sebagai berikut:
  - a. Bukti Langsung berpengaruh negatif dan signifikan terhadap kepuasan Pelanggan Pupuk Bersubsidi PT. PUSRI di Kabupaten Boyolali.
  - b. Keandalan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan Pelanggan Pupuk Bersubsidi PT. PUSRI di Kabupaten Boyolali.
  - c. Daya Tanggap berpengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap kepuasan Pelanggan Pupuk Bersubsidi PT. PUSRI di Kabupaten Boyolali.
  - d. Jaminan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan Pelanggan Pupuk Bersubsidi PT. PUSRI di Kabupaten Boyolali.
  - e. Empati berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan Pelanggan Pupuk Bersubsidi PT. PUSRI di Kabupaten Boyolali.
  - f. Bukti Langsung berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas Pelanggan Pupuk Bersubsidi PT. PUSRI di Kabupaten Boyolali.
  - g. Keandalan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas Pelanggan Pupuk Bersubsidi PT. PUSRI di Kabupaten Boyolali.
  - h. Daya Tanggap berpengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap loyalitas Pelanggan Pupuk Bersubsidi PT. PUSRI di Kabupaten Boyolali.
  - i. Jaminan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas Pelanggan Pupuk Bersubsidi PT. PUSRI di Kabupaten Boyolali.
  - j. Empati berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas Pelanggan Pupuk Bersubsidi PT. PUSRI di Kabupaten Boyolali.
  - k. Kepuasan berpengaruh negatif dan signifikan terhadap loyalitas Pelanggan Pupuk Bersubsidi PT. PUSRI di Kabupaten Boyolali.
2. Dari hasil uji ANOVA atau F test, model regresi dapat dipakai untuk memprediksi loyalitas Pelanggan Pupuk Bersubsidi PT. PUSRI di Kabupaten Boyolali atau dengan kata lain bukti langsung, daya tanggap, keandalan, jaminan, empati, kepuasan secara simultan/bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap loyalitas Pelanggan Pupuk Bersubsidi PT. PUSRI di Kabupaten Boyolali.
3. Nilai  $R^2$  total sebesar 0,974 dapat diartikan variasi loyalitas Pelanggan Pupuk Bersubsidi PT. PUSRI di Kabupaten Boyolali dijelaskan oleh variabel bukti langsung, keandalan, daya tanggap, jaminan, empati, dan kepuasan pelanggan sebesar 97,4% sisanya sebesar 2,6% dijelaskan oleh variabel lain di luar model penelitian, seperti harga, kepercayaan dan lain-lain
4. Kesimpulan pengaruh langsung dan tidak langsung
  - a. Bukti Langsung lebih efektif melalui jalur langsung, karena hasil pengaruh langsung lebih besar dari pada pengaruh tidak langsung.
  - b. Keandalan lebih efektif melalui jalur langsung, karena hasil pengaruh langsung lebih besar dari pada pengaruh tidak langsung.
  - c. Daya Tanggap tidak efektif untuk meningkatkan loyalitas.

- d. Jaminan lebih efektif melalui jalur langsung, karena hasil pengaruh langsung lebih besar dari pada pengaruh tidak langsung.
- e. Empati lebih efektif melalui jalur langsung, karena hasil pengaruh langsung lebih besar dari pada pengaruh tidak langsung.
- f. Hasil analisis jalur dapat diketahui bahwa pengaruh langsung keandalan terhadap loyalitas Pelanggan Pupuk Bersubsidi di PT. PUSRI di Kabupaten Boyolali merupakan jalur yang paling efektif atau dominan.

## SARAN

Berdasarkan hasil penelitian, maka saran yang dapat diberikan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil penelitian yang sudah dilakukan, diketahui pengaruh variabel keandalan terhadap loyalitas mempunyai nilai paling tinggi diantara yang lain dan paling efektif dalam peningkatan loyalitas pelanggan, sehingga variabel ini dapat lebih menjadi perhatian bagi PT. PUSRI di Kabupaten Boyolali dalam meningkatkan kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan. Keandalan berpengaruh positif terhadap loyalitas, maka upaya untuk meningkatkan keandalan dengan cara adalah sebagai berikut:
  - a. Meningkatkan sikap Petugas PT. PUSRI Kabupaten Boyolali yang sangat sopan dan ramah  
Komunikasi dengan pelanggan harus dilakukan dengan sikap yang baik dan sopan agar pelanggan nyaman dengan pelayanan yang diberikan. Sikap yang baik dan sopan harus selalu di kedepankan, walaupun yang dihadapi adalah pelanggan yang membuat kesal. Jika perlu adakan training terutama untuk mengajarkan nilai-nilai kesopanan terhadap semua karyawan, terutama yang terlibat langsung dengan pelanggan.
  - b. Meningkatkan pelayanan yang sama terhadap pelanggan  
Beberapa pelanggan mungkin ada yang marah, memiliki banyak pertanyaan, dan terkadang memiliki sikap yang menjengkelkan. Sebagai seorang karyawan bagian *customer service*, harus mengetahui bagaimana cara untuk menangani sikap yang dilakukan para pelanggan dan memberikan pelayanan yang sama kepada mereka tanpa pandang bulu atau pilih kasih.
  - c. Meningkatkan keandalan dan kepercayaan  
Apabila dapat terus menerus mempertahankan dan meningkatkan kualitas pelayanan maka diharapkan akan berdampak terhadap peningkatan nilai tambah bagi pelanggan. Semakin banyak pelanggan yang mendapatkan nilai tambah pelayanan yang baik dari perusahaan sudah dipastikan bahwa kepercayaan pelanggan juga akan meningkat
  - d. Meningkatkan ketepatan dalam melayani pelanggan  
Pahami inti bila ada permasalahan yang dihadapi pelanggan, kemudian menawarkan solusi yang tepat untuk mengatasinya. Sampaikan solusi - solusi kepada pelanggan dan konfirmasi apakah solusi tersebut dapat menyelesaikan masalah pelanggan tersebut
  - e. Meningkatkan pelayanan dengan prosedur pelayanan kepada pelanggan dengan cepat  
Pastikan karyawan sudah terlatih sebelum mulai bekerja, agar mereka mengetahui tugas serta kewajibannya dalam pelayanan kepada pelanggan. Jika perlu, agendakan training atau pelatihan secara rutin setiap beberapa bulan sekali, agar mereka lebih memahami lagi tentang tugas dan kewajibannya dalam pelayanan kepada pelanggan

2. Empati berpengaruh positif terhadap loyalitas, maka upaya untuk meningkatkan Empati Langkah-langkah yang perlu dilakukan adalah sebagai berikut:
  - a. Meningkatkan pelayanan sesuai dengan urutannya  
Menunjukkan apa dan bagaimana melalui tata cara dan teknik dalam melayani pelanggan dan memenuhi kebutuhan mereka. Setiap karyawan yang dimiliki harus tahu cara ini, karena tidak menutup kemungkinan mereka akan bertemu dengan salah satu pelanggan.
  - b. Meningkatkan Empati khusus pada pelanggan  
Berempati tidak hanya sekedar simpati. Terlebih dari itu untuk kondisi-kondisi tertentu seorang karyawan harus bisa memberikan kepedulian dan perhatian yang mendalam terhadap pelanggan. Senyum adalah hal sepele namun terkadang sangat sulit untuk dilakukan. Dengan tersenyum otomatis memancarkan energi positif terhadap orang lain.
  - c. Meningkatkan disiplin waktu yang tinggi  
Dengan datang ke kantor secara tertib, tepat waktu dan teratur maka disiplin kerja dikatakan baik. Mengingat bahwa disiplin erat kaitannya dengan waktu. Jika seseorang lebih menghargai waktu maka dia akan dapat menerapkan disiplin pada dirinya.
  - d. Meningkatkan pelayanan yang nyaman dan sesuai dengan keinginan pelanggan  
Seorang karyawan harus mampu untuk mengikuti alur pembicaraan saat berkomunikasi dengan pelanggan. Komunikasi yang lancar dapat terwujud di saat Seorang karyawan customer service dapat memahami apa kemauan dan permintaan yang diinginkan para pelanggan. Jika kamu tidak memahami maksud yang diinginkan para pelanggan, maka bukan tidak mungkin kamu tidak bisa melakukan aksi yang tepat terhadap apa yang diinginkan pelanggan
3. Bukti Langsung berpengaruh positif terhadap loyalitas, maka upaya untuk meningkatkan Bukti Langsung dengan cara adalah sebagai berikut:
  - a. Meningkatkan Lingkungan yang bersih di PT. PUSRI Kabupaten Boyolali  
Peningkatan dengan menjaga kebersihan tempat pelayanan dan peletakan barang - barang sehingga tidak terlihat berantakan. Pastikan juga bahwa segala hal yang tidak dibutuhkan (termasuk sampah) untuk selalu rajin dibersihkan. Simpan juga dengan barang - barang yang tidak perlu dibuang, namun mungkin dibutuhkan di lain waktu supaya tempat tetap terlihat rapi dan bersih
  - b. Meningkatkan perlengkapan komputer yang canggih sehingga menunjang kinerja petugas  
Dalam era seperti saat ini, begitu banyak sektor kehidupan yang tidak terlepas dari peran serta dan penggunaan teknologi komputer, terkhusus pada bidang-bidang dan lingkup pekerjaan. Semakin hari, kemajuan teknologi komputer, baik dibidang piranti lunak maupun perangkat keras berkembang dengan sangat pesat, disisi lain juga berkembang kearah yang sangat mudah dari segi pengaplikasian dan murah dalam biaya. Solusi untuk bidang kerja apapun akan ada cara untuk dapat dilakukan melalui media komputer, dengan catatan bahwa pengguna juga harus terus belajar untuk mengiringi kemajuan teknologi.
  - c. Meningkatkan Lingkungan yang nyaman dan rapi di PT. PUSRI Kabupaten Boyolali  
Peningkatan lingkungan ruang yang bersih dan rapi, berpenyejuk udara (AC) yang dingin, serta suasana yang tidak berisik membuat pelanggan merasa nyaman. Demikian juga dengan penempatan kursi yang banyak yang membuat pelanggan tidak berdesak - desakan menunggu saat antrian
  - d. Meningkatkan Kerapian dan kebersihan penampilan Petugas PT. PUSRI Kabupaten Boyolali  
Penampilan fisik adalah hal yang penting. Meningkatkan penampilan yang rapi, bersih dan profesional akan memberikan kesan yang baik bagi pelanggan. Selalu berpenampilan rapi, bersih dan profesional akan membuat lebih percaya diri saat akan bertemu dengan pelanggan

- e. Meningkatkan Fasilitas penunjang yang memadai (parkir, mushola, dan toilet) sudah tersedia di PT. PUSRI Kabupaten Boyolali  
Peningkatan fasilitas fisik merupakan kewajiban yang dilakukan PT. PUSRI dalam menunjukkan eksistensinya kepada para pelanggan, penampilan dan kemampuan sarana dan prasarana fisik dan keadaan lingkungan sekitarnya adalah bukti nyata dari pelayanan yang diberikan oleh pemberi jasa. Bukti fisik tersebut meliputi fasilitas parkir, mushola, toilet dll
4. Jaminan berpengaruh positif terhadap loyalitas, maka upaya untuk meningkatkan jaminan dengan cara adalah sebagai berikut:
  - a. Meningkatkan ketrampilan yang lebih  
Meningkatkan keterampilan kerja dengan mengikuti kursus di lembaga pendidikan non-formal. Kursus yang diikuti bisa membantu untuk mengembangkan pengetahuan teoritis dan praktis yang dibutuhkan untuk meningkatkan kemampuan pengetahuan ketrampilan.
  - b. Meningkatkan kemampuan yang baik  
Seseorang karyawan yang memiliki kemampuan, pengetahuan dan keilmuan di bidangnya, jika dalam pelayanan terhadap para pelanggan terdapat masalah tertentu maka setidaknya mulai lebih mawas diri dan mempelajari apapun yang belum dikuasai.
  - c. Meningkatkan hubungan yang efektif dengan pelanggan  
Kunci untuk membangun hubungan jangka panjang adalah penciptaan nilai dan kepuasan pelanggan yang setia dengan memberikan pelayanan terbaik, dan pelanggan yang setia lebih cenderung akan memberi perusahaan pangsa yang lebih besar dari bisnis mereka
  - d. Meningkatkan tanggungjawab terhadap keamanan pelanggan  
Seorang atasan harus mendorong karyawan agar selalu bertanggung jawab penuh atas setiap tugas yang diberikan dan memberikan target dan standar pekerjaan yang diharapkan terhadap keamanan pelanggan
  - e. Meningkatkan pengetahuan yang sesuai bidangnya  
Agar semua karyawan yang ada dapat meningkatkan pengetahuan tentang tugas serta kewajibannya dalam pelayanan kepada pelanggan, agendakan training atau pelatihan secara rutin sesuai bidangnya, agar mereka lebih memahami lagi tentang tugas dan kewajibannya dalam pelayanan kepada pelanggan
5. Hasil analisis jalur menunjukkan bahwa pengaruh langsung daya tanggap terhadap loyalitas Pelanggan Pupuk Bersubsidi lebih besar dibanding dengan pengaruh tidak langsung tetapi tidak signifikan, sehingga untuk meningkatkan loyalitas tidak efektif dengan variabel daya tanggap. Upaya untuk yang dilakukan agar mempertahankan daya tanggap yang sudah ada saat ini

## DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, Suharsimi, 2011. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*, Edisi Ketiga. pp.109
- Baihaqi & Sugirman. 2009. *Memahami dan membantu Anak ADHD*. Bandung: Refika Aditama.
- Basu, Swastha. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga
- Budiarti, Anindhyta, 2014. Pengaruh Kualitas Layanan Dan Penanganan Keluhan Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Nasabah Bank Umum Syariah Di Surabaya. *Jurnal Bisnis dan Manajemen Vol. 4 No. 10, Pp. 45-56*
- Bungin, Burhan. 2010. *Metode Penelitian Kualitatif*. Rajawali Pers. Jakarta.
- Bilika, F., Safari, M., Mansori, S., 2016. Service Quality and Customer Satisfaction in, Mozambique Banking System. *Journal of Marketing Management and Consumer Behavior. Vol. 1*

- Daryanto. 2011. *Manajemen Pemasaran*: Sari Kuliah. Bandung: Satu Nusa
- Eva Monica 2014, Analisis Hubungan Antara Kualitas Pelayanan, Kepuasan Konsumen Dan Loyalitas Konsumen Apotek Viva Generik Di Semarang, *Electronic Thesis or Dissertation (ETD)*, Universitas Gadjah Mada, 2014
- Ferdinand, A. 2010, *structural Equation modeling Dalam penelitian Manajemen*, Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, Imam, 2010, *Analisis Multivariat*, Badan penerbit Undip, Semarang.
- Gujarati, Damador, 2013. *Ekonometrika Dasar Terjemahan Sumarno Zain*, Cetakan ke-6. Jakarta: Gelora Aksara Pratama.
- Griffin, Jill. 2010. *Customer Loyalty, Menumbuhkan dan Mempertahankan Kesetiaan Pelanggan*. Alih Bahasa Dwi Kartini Yahya. Jakarta: Erlangga.
- Hasan. Ali, 2009, *Marketing*, Yogyakarta : MedPress (Anggota IKAPI)
- Juanim, 2014, *Statistik Induktif*, BPFE UGM, Yogyakarta.
- Karsono. 2015. Kualitas pelayanan terhadap loyalitas anggota dengan kepuasan anggota sebagai variabel mediasi. *Jurnal Bisnis & Manajemen*, Vol. 5, No. 2, hal. 183-196
- Kotler, Philip, 2011, *Manajemen Pemasaran*, Edisi Millenium, Jakarta Prenhalindo.
- Lupiyoadi, Rambat 2013; *Manajemen Pemasaran Jasa, Teori dan Praktek*, Jakarta.
- Moenir, H.A.S. 2010. *Manajemen Pelayanan Umum di Indonesia*. Bumi Aksara.Jakarta
- Oliver, Richard L. 2010, “ *Satisfaction : A Behavioral Perspective on the Customer*”, McGraw-Hill, New York, NY
- Parasuraman, A.,V.AZeityhaml, and L.L Berry. 2010, “ A Conceptual Model of Service Quality And Implication For Futrure Research”, *Journal of Marketing*, Vo.49, p.40.50
- Parasuraman, V. A. 2010. *A Conceptual Model of Service Quality and Its Implication forr Future Reaserch*. Service Quality, 2015-220
- Palilati. 2014, Persepsi Nilai Masyarakat, Kepuasan Terhadap Loyalitas Nasabah Tabungan Perbankan di Sulawesi Selatan. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, Vol. 9, No. 1, Hal. 73 – 81
- Pramana. 2010. Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan dan loyalitas siswa di RSUD Karanganyar. *Jurnal Ilmu Administrasi Dan Organisasi, Mei—Agus 2010*, Volume 17, Nomor 2 Hlm. 104-128
- Riduwan, 2014, *Skala pengukuran Variabel-Variabel Penelitian*, Cetakan Ketiga, Alfabeta, Bandung.
- Rosinta dkk. 2010. Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Dalam Membentuk Loyalitas Pelanggan. *Jurnal Ilmu Administrasi Dan Organisasi, Mei—Agus 2010*, Volume 17, Nomor 2 Hlm. 114-126
- Sarwono, 2009.*Metodologi Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*, Bandung : CV Alfabeta.
- Semuel dan Wijaya. 2011, *Service Quality, Perceive Value, Satisfaction, Trust dan Loyalty Pada PT. Kereta Api Indonesia Menurut Penilaian Masyarakat Surabaya*. *Jurnal Manajemen Pemasaran* Vol. 4, No. 1, hal. 23 – 37

- Suasana dkk. 2013. Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan Garuda Indonesia di Denpasar. *Jurnal Manajemen, Strategi Bisnis, dan Kewirausahaan. Volume 7, Nomor 1*
- Sugiyono, 2012. *Metodologi Penelitian Bisnis*, Cetakan Keenam, CV. Alfabeta, Bandung.
- Supriatna, 2010. *Manajemen Pelayanan*, Pustaka Pelajar, Yogyakarta.
- Sri Fitriani, 2014. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Melalui Kepuasan Pasien Pengguna BPJS Di Rawat jalan RSUD Dr. Moewardi. *Naskah Publikasi Program Studi Magister Manajemen Program Pascasarjana Universitas Muhammadiyah Surakarta 2014*.
- Tjiptono, Fandi, 2011, *Strategi Pemasaran*, Andi Offset, Yogyakarta.
- Tjiptono, Fandi, 2012, *Prinsip-prinsip Total Quality Service (TQS)* , Andi Offset, Yogyakarta.
- Wenny dan Halim. 2013, Analisis Hubungan antara Service Quality, Customer Satisfaction dan Switching Cost terhadap Customer Loyalty: Studi Kasus Perpindahan GSM ke CDMA Mahasiswa di Depok. *Usahawan, No. 3 TH XXXVII, hal. 42 -52*