

## **ANALISIS PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PEMBELI PADA TOKO PAKAIAN WANITA ADI CAHAYA PANTON LABU**

**Zakaria Yahya**

Program Studi Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Bumi Persada Lhokseumawe

### **ABSTRAK**

*Toko Pakaian Wanita Adi Cahaya Panton Labu adalah bisnis yang bergerak di bidang baju dan fashion khusus wanita yang telah berdiri sejak tahun 2000, beralamat di Jl. Mesjid Raya Pase No.2, Kota Panton Labu, Kabupaten Aceh Utara, Provinsi Aceh. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pembeli, yang mana di ukur dengan lima variabel bebas yaitu Kehandalan (reliability)  $X_1$ , Tanggap (responsiveness)  $X_2$ , Jaminan (assurance)  $X_3$ , Empati (empathy)  $X_4$ , Bukti fisik (tangible)  $X_5$ . Untuk melihat sejauh mana pengaruh dan hubungan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada Toko Pakaian Wanita Adi Cahaya Panton Labu, dilakukan pengolahan data melalui persamaan regresi linier berganda dengan menggunakan program komputer statistik SPSS 20. Hasil pengolahan data dengan uji  $t$  menunjukkan untuk Kehandalan ( $X_1$ ), diperoleh nilai  $t$  hitung  $>$   $t$  tabel ( $2.051 > 1.989$ ) dan  $Sig > 0.025$  ( $0.043 > 0.025$ ) yang artinya berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan. Untuk variabel Tanggap ( $X_2$ ), diperoleh nilai  $t$  hitung  $>$   $t$  tabel ( $2.090 > 1.989$ ) dan  $Sig > 0.025$  ( $0.039 > 0.025$ ) yang artinya berpengaruh positif dan terhadap kepuasan pelanggan. Untuk Jaminan ( $X_3$ ), diperoleh nilai  $t$  hitung  $>$   $t$  tabel ( $2.179 > 1.989$ ) dan  $Sig > 0.025$  ( $0.032 > 0.025$ ) yang artinya berpengaruh yang positif terhadap kepuasan pelanggan. Untuk Empati ( $X_4$ ), diperoleh nilai  $t$  hitung  $>$   $t$  tabel ( $2.121 > 1.989$ ) dan  $Sig > 0.025$  ( $0.037 > 0.025$ ). Ini berarti variabel empati berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan serta untuk Bukti fisik ( $X_5$ ), diperoleh nilai  $t$  hitung  $>$   $t$  tabel ( $2.364 > 1.989$ ) dan  $Sig > 0.025$  ( $0.020 > 0.025$ ). Ini berarti variabel bukti fisik berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan dan merupakan variabel yang paling dominan dibandingkan dengan variabel yang lainnya. Hasil dengan uji  $F$  didapatkan nilai  $F$  hitung lebih besar dari nilai  $F$  tabel ( $5.005 > 2.31$ ), dan nilai signifikansi ( $sig$ ) = 0,000 yang lebih kecil dari nilai  $\alpha = 0.05$ . Hasil ini membuktikan bahwa secara simultan atau bersama-sama variabel kualitas pelayanan yang terdiri dari kehandalan, ketanggapan, jaminan, empati dan bukti fisik mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kualitas pelayanan.*

**Kata Kunci:** *kepuasan pembeli, kehandalan, tanggap, jaminan, empati, bukti fisik.*

### **PENDAHULUAN**

Bisnis pakaian merupakan salah satu jenis bisnis yang cukup laris dimininati konsumen setelah bisnis makanan. Kebutuhan akan sandang merupakan kebutuhan primer setiap orang. Selain peran pentingnya bagi manusia, pakaian pun bisa menambah rasa percaya diri dan membuat seseorang terlihat modis. Bisnis penjualan pakaian sekarang ini memang semakin berkembang terutama di Indonesia, ini terbukti dengan semakin banyaknya muncul *outlet* (toko) dan *distroyang* menjual berbagai jenis pakaian. Seiring dengan perkembangan *fashion* pakaian ini maka persaingan untuk memperoleh pelanggan dan keuntungan juga semakin meningkat.

Usaha bisnis pakaian lebih menuntut kreatifitas yang tinggi oleh para pelakunya agar konsumen selalu berminat membeli produk pakaian. Dengan aneka modelnya, pakaian seolah perburuan wajib ketika berbelanja. Selain untuk melindungi dirinya, manusia membutuhkan pakaian sebagai eksistensi diri di dunia *fashion*. Alasan inilah yang menimbulkan munculnya berbagai *fashion* atau gaya berpakaian.

Semakin ketatnya persaingan bisnis yang ada, terutama persaingan yang berasal dari perusahaan sejenis, membuat perusahaan semakin dituntut agar bergerak lebih cepat dalam hal menarik konsumen. Sehingga perusahaan yang menerapkan konsep pemasaran perlu mencermati perilaku konsumen dan faktor yang mempengaruhi keputusan pembeliannya dalam usaha pemasaran sebuah produk yang dilakukan. Salah satu cara untuk mencapai

tujuan perusahaan adalah dengan mengetahui apa kebutuhan dan keinginan konsumen atau pasar sasaran serta memberikan kepuasan yang diharapkan secara lebih efektif dan efisien dibandingkan para pesaing.

Dalam penelitian ini, peneliti mengambil studi pada Toko Pakaian Wanita Adi Cahaya Pantan Labu. Toko Adi Cahaya merupakan jenis toko pakaian yang menjual berbagai jenis pakaian seperti baju, busana muslim, kebaya, dan lain-lain khusus perempuan. Dengan keanekaragaman produk dan model pakaian membuat Toko Adi Cahaya memiliki keunggulan bersaing tersendiri terhadap toko lain sejenis. Hal ini yang membuat Toko Adi Cahaya banyak diminati serta menjadi pilihan yang tepat bagi konsumennya dibandingkan toko sejenis lainnya.

Fenomena yang terjadi pada Toko Pakaian Wanita Adi Cahaya Pantan Labu adalah semakin menurunnya tingkat penjualan dari tahun ketahun hal ini mengindikasikan adanya masalah pada toko tersebut. Selain itu target penjualan pertahun juga belum memenuhi target yang ditentukan oleh Toko Pakaian Wanita Adi Cahaya Pantan Labu. Jika adanya penjualan mengindikasikan bahwa adanya penurunan keputusan pembelian. Hal ini disebabkan oleh adanya faktor-faktor yang mempengaruhi konsumen dalam melakukan keputusan pembelian di Toko Pakaian Wanita Adi Cahaya Pantan Labu.

Kepuasan bisa diartikan sebagai upaya pemenuhan sesuatu atau membuat sesuatu memadai. Dari pengertian tersebut dapat dipahami bahwa peran kualitas pelayanan yang baik merupakan hal sangat penting dan sangat berpengaruh, tanpa adanya pelayanan yang tepat produk akan kurang diminati oleh konsumen. Oleh karena itu, kualitas pelayanan harus meliputi lima dimensi pokok diantaranya adalah Keandalan (*reliability*) sebagai kemampuan perusahaan dalam melaksanakan jasa yang dijanjikan secara tepat dan terpercaya, Daya tanggap (*responsiveness*) yang menunjukkan kemauan untuk membantu pelanggan dan memberikan jasa dengan cepat atau tanggap, Jaminan (*assurance*) yang menunjukkan sejauh mana kemampuan dalam menciptakan *image* atau persepsi yang baik bagi perusahaan, Empati (*empathy*) yang merupakan syarat untuk peduli dan memberikan perhatian secara pribadi bagi pelanggan dan Bukti fisik (*tangible*) berupa penampilan fasilitas fisik, peralatan, personel, dan media komunikasi.

Atas dasar penjabaran pemikiran di ataslah, berdasarkan faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan yang dilihat dari tingkat pelayanan, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pembeli Pada Toko Pakaian Wanita Adi Cahaya Pantan Labu”.

## **METODE PENELITIAN**

### **Lokasi dan Objek Penelitian**

Kegiatan penelitian ini dilaksanakan di Toko Pakaian Wanita Adi Cahaya Pantan Labu, beralamat di Jl. Mesjid Raya Pase No.2, Kota Pantan Labu, Kabupaten Aceh Utara, Provinsi Aceh. Sedangkan objek penelitian adalah semua pembeli yang berkunjung di Toko Pakaian Wanita Adi Cahaya Pantan Labu.

### **Populasi dan Sampel**

#### **Populasi**

Menurut Arikunto (2006), populasi adalah keseluruhan subjek penelitian. Sedangkan menurut Sugiyono (2012) menyatakan bahwa populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.

Adapun populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pelanggan di Toko Pakaian Wanita Adi Cahaya Pantan Labu. Populasi ini bersifat heterogen yang dapat dilihat dari keberagaman usia, jenis kelamin, jenis pekerjaan dan tingkat pendidikan.

### **Sampel**

Sampel adalah bagian dari jumlah karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Responden yang dipilih dalam penelitian ini adalah berbagai kalangan usia dan latar belakang yang berbeda-beda. Responden yang dipilih oleh penulis dalam penelitian ini adalah pengunjung Toko Pakaian Wanita Adi Cahaya Pantan Labu dengan karakteristik sudah pernah berbelanja di Toko Pakaian Wanita Adi Cahaya Pantan Labu dalam kurun waktu 1 (satu) bulan di bulan Juni 2017.

Untuk menentukan ukuran sampel penelitian dari populasi tersebut dapat digunakan rumus 15 atau 20 kali variabel bebas (Joseph F. Hair, 1998 dalam Zacoeb, 2015), sehingga jumlah sampel didapatkan  $20 \times 5$  (jumlah variable bebas) = 100. Dengan demikian, berdasarkan perhitungan tersebut diperoleh jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebanyak 100 responden.

### **Uji Validitas dan Reliabilitas**

#### **Uji Validitas**

Uji validitas merupakan sebagai suatu uji derajat ketepatan alat ukur penelitian tentang isi atau arti sebenarnya yang diukur (Umar, 2005). Uji validitas kuesioner bertujuan untuk mengetahui apakah pernyataan dalam kuesioner memenuhi syarat, atau tidak untuk dijadikan instrumen dalam penelitian. Teknik yang dipakai untuk menguji validitas kuesioner adalah teknik korelasi *Product Moment Pearson* berikut :

$$r = \frac{n(\sum xy) - (\sum x \sum y)}{\sqrt{[(n \sum x^2 - (\sum x)^2)(n \sum y^2 - (\sum y)^2)]}}$$

Keterangan:

- $r_{xy}$  = Korelasi antara X dan Y.
- n = Jumlah responden.
- X = Skor masing-masing pertanyaan.
- Y = Skor total.

Uji validitas akan dilakukan pada responden dimana nilai yang dihitung dinyatakan valid apabila nilai  $r_{hitung} \geq r_{tabel}$ . Pengujian dilakukan dengan menggunakan aplikasi SPSS Statistics 20.

#### **Uji Reliabilitas**

Uji reliabilitas merupakan derajat ketepatan, ketelitian atau keakuratan yang ditunjukkan oleh alat pengukuran. Reliabilitas dalam bentuk skala dapat dicari dengan menggunakan teknik *Alpha Cronbach*. *Alpha Cronbach* digunakan untuk menguji reliabilitas instrumen Skala *Likert* (1-5). Rumus untuk menghitung koefisien reliabilitas *Alpha Cronbach* berikut :

$$r_{11} = \left( \frac{k}{k-1} \right) \left( 1 - \frac{\sum \sigma^2}{\sigma_1^2} \right)$$

Keterangan:

- $r_{11}$  = Reliabilitas instrument.
- k = Banyaknya butir pertanyaan.
- $\sum \sigma^2$  = Jumlah ragam butir.
- $\sigma_1^2$  = Jumlah ragam total.

Selanjutnya untuk mencari nilai ragam digunakan rumus sebagai berikut:

$$\sigma^2 = \frac{\sum x^2 - \frac{(\sum x)^2}{n}}{n}$$

Keterangan:

- n = Jumlah responden.
- k = Banyaknya butir pertanyaan.
- $\sum \sigma^2$  = Jumlah ragam butir.

Nilai korelasi yang dihitung dianggap sah, apabila nilai r lebih dari 0.196 dan akan semakin sah (*valid*) jika mendekati angka 1.00. Pengujian dilakukan dengan menggunakan aplikasi SPSS versi 20.

### **Metode Analisis Data**

Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu analisis deskriptif dan analisis Regresi Linier Berganda, sebagaimana diuraikan berikut ini:

#### **Analisis Deskriptif**

Mengetahui karakteristik responden, pola komunikasi dan lingkungan kerja digunakan analisis secara kualitatif, yaitu analisis deskriptif dengan menggunakan analisis tabel rata-rata skor hasil kuesioner yang diolah.

#### **Analisis Regresi Linier Berganda**

Regresi merupakan suatu alat ukur yang dapat digunakan untuk mengukur ada, atau tidaknya korelasi antar peubah. Jika memiliki dua (2) buah peubah atau lebih, maka sudah selayaknya, apabila ingin mempelajari bagaimana peubah-peubah itu berhubungan atau dapat diramalkan. Analisis regresi mengaitkan hubungan yang diperoleh yang dinyatakan dalam persamaan matematika, yaitu hubungan fungsional antara peubah-peubah. Hubungan fungsional antara satu peubah prediktor dengan lebih dari satu peubah kriterium sebagai analisis regresi linear berganda. Melalui analisis regresi, peramalan nilai peubah terikat pada nilai peubah bebas lebih akurat.

Persamaan regresi linear berganda dari Y terhadap X dirumuskan sebagai berikut:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \beta_4 X_4 + \beta_5 X_5 + e$$

Dimana:

- Y = Variabel dependen, yaitu Minat Beli
- $\alpha$  = Konstanta
- $\beta$  = Koefisien regresi
- X<sub>1</sub> = Keandalan (*reliability*)
- X<sub>2</sub> = Tanggap (*responsiveness*)
- X<sub>3</sub> = Jaminan (*assurance*)
- X<sub>4</sub> = Empati (*empathy*)
- X<sub>5</sub> = Bukti fisik (*tangible*)
- e = Standar error

#### **Pengujian Hipotesis**

Pengujian hipotesis dalam penelitian ini menggunakan dua (2) pengujian, yaitu pengujian hipotesis menggunakan Uji t dan dilanjutkan dengan pengujian F sebagaimana uraikan dibawah ini:

## Uji t

Uji t digunakan untuk menguji parameter koefisien regresi setiap peubah bebas secara parsial. Hal ini dapat mengetahui apakah peubah bebas individu mempunyai pengaruh berarti terhadap peubah respons. Pengujiannya adalah :

$H_0 : \beta_i = 0$  (faktor  $X_1, X_2, X_3, X_4, X_5$  mempengaruhi Y)

$H_1 : \beta_i \neq 0$  (faktor  $X_1, X_2, X_3, X_4, X_5$  tidak mempengaruhi Y)

Untuk melihat pengaruh faktor X terhadap Y digunakanlah uji t dengan rumus :

$$t_{hitung} = \frac{\beta_1 - \beta_0}{SE}$$

Keterangan:

$\beta_1$  = Koefisien regresi faktor  $X_i$ .

$\beta_0$  = Koefisien regresi konstanta.

SE = Standar error.

Suatu faktor X mempunyai pengaruh terhadap Y, jika nilai  $t_{hitung}$  lebih besar  $t_{tabel}$ , atau nilai probabilitas hitung lebih kecil dari  $\alpha$  ( $\alpha = 5\%$ ). Pengaruh disini berarti bahwa terjadi penolakan terhadap  $H_1$ . Sedangkan kebalikannya, jika nilai  $t_{hitung}$  lebih kecil  $t_{tabel}$ , atau nilai peluang hitung lebih besar dari  $\alpha$  ( $\alpha = 5\%$ ), yang menunjukkan factor X tidak mempunyai pengaruh terhadap Y.

$t_{hitung} > t_{tabel}$  atau P value  $< \alpha$  ; tolak  $H_0$

$t_{hitung} < t_{tabel}$  atau P value  $> \alpha$  ; terima  $H_0$

## Uji F

Uji F digunakan untuk menguji kesesuaian model secara serentak apakah *store atmosphere* dan lokasi Toko Pakaian Wanita Adi Cahaya Pantan Labu berpengaruh terhadap minat beli konsumen.

$$F = \frac{JKK \times k(n - 1)}{JKG \times k - 1}$$

Keterangan:

JKK = Jumlah kuadrat untuk nilai tengah kolom.

JKG = Jumlah kuadrat galat.

k = Jumlah faktor yang dianalisis.

n = Jumlah contoh.

Suatu faktor X memengaruhi faktor Y secara bersama-sama dapat dilihat dari nilai Fhitung. Jika Fhitung lebih besar dari Ftabel, maka minimal ada satu X yang mempengaruhi Y dan jika Fhitung lebih kecil dari Ftabel, maka dipastikan tidak satupun X yang memengaruhi Y.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Hasil Penelitian

#### Gambaran Umum Toko Pakaian Wanita Adi Cahaya Pantan Labu

Toko Pakaian Wanita Adi Cahaya Pantan Labu adalah bisnis yang bergerak di bidang baju dan *fashion* khusus wanita yang telah berdiri sejak tahun 2000, beralamat di Jl. Mesjid Raya Pase No.2, Kota Pantan Labu, Kabupaten Aceh Utara, Provinsi Aceh. Nama Adi Cahaya diambil dari nama pemilik Toko yaitu Adi. Toko ini mempunyai pegawai sebanyak 2 orang

perempuan untuk membantu jalannya bisnis ini, karyawan pertama bertugas sebagai kasir, dan karyawan kedua bertugas melayani pelanggan mencari dan memilih baju.

Seiring berjalannya waktu Toko Pakaian Wanita Adi Cahaya Pantan Labu tidak hanya menjual pakaian wanita saja, akan tetapi menjual segala perlengkapan *fashion* wanita dari mulia jilbab, sepatu, sandal, aksesoris wanita dan beberapa produk lain yang berhubungan dengan perempuan yang selalu mengikuti model dan tren pasar dari tahun ke tahun serta harga dari setiap barang yang dijual di toko ini dianggap relatif murah dan bersaing dengan toko-toko pakaian lainnya di Pantan Labu sehingga Toko Pakaian Wanita Adi Cahaya Pantan Labu masih bertahan dan eksis sampai dengan saat ini.

## **Pembahasan**

Untuk melihat sejauh mana pengaruh dan hubungan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada Toko Pakaian Wanita Adi Cahaya Pantan Labu, maka selanjutnya dilakukan pengolahan data melalui persamaan regresi linier berganda dengan menggunakan program komputer statistik SPSS 20.

### **Analisis Regresi Linier Berganda**

Dalam penelitian ini, terdapat variabel kepuasan pelanggan yang merupakan variabel terikat (*dependent variable*) dan terdapat variabel bebas (*independent variable*) yang terdiri dari variabel Keandalan (*reliability*)  $X_1$ , Tanggap (*responsiveness*)  $X_2$ , Jaminan (*assurance*)  $X_3$ , Empati (*empathy*)  $X_4$ , Bukti fisik (*tangible*)  $X_5$ .

Dengan menggunakan aplikasi SPSS 20, dilakukan analisis Regresi Linier Berganda dengan hasil pengolahan data yang diperoleh dari hasil pengolahan data SPSS, maka dapat dijelaskan pengaruh antara variabel Keandalan (*reliability*)  $X_1$ , Tanggap (*responsiveness*)  $X_2$ , Jaminan (*assurance*)  $X_3$ , Empati (*empathy*)  $X_4$ , Bukti fisik (*tangible*)  $X_5$  terhadap Kepuasan pelanggan ( $Y$ ). Untuk lebih jelasnya adalah sebagai berikut:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \beta_4 X_4 + \beta_5 X_5 + e$$

$$Y = 7.335 + 0.209X_1 + 0.214X_2 + 0.228X_3 + 0.237X_4 + 0.286X_5 + e$$

Berdasarkan persamaan diatas, dapat diketahui bahwa ketika Keandalan (*reliability*) naik sebesar 1 satuan, maka skor Kepuasan pelanggan akan meningkat sebesar 0.209, ketika Tanggap (*responsiveness*) naik sebesar 1 satuan maka Kepuasan pelanggan akan meningkat sebesar 0.214, selanjutnya jika Jaminan (*assurance*) naik sebesar 1 satuan maka skor Kepuasan pelanggan akan meningkat sebesar 0.228, kemudian jika Empati (*empathy*) naik sebesar 1 satuan maka Kepuasan pelanggan akan meningkat sebesar 0.237 dan jika Bukti fisik (*tangible*) naik sebesar 1 satuan, maka skor Kepuasan pelanggan akan meningkat sebesar 0.286. Berdasarkan tabel 4.14, disajikan kembali nilai koefisien regresi untuk masing-masing variabel bebas

### **Pengujian Hipotesis**

Hasil penelitian menunjukkan bahwa dari Kualitas pelayanan yang diukur dengan variabel Keandalan (*reliability*), Tanggap (*responsiveness*), Jaminan (*assurance*), Empati (*empathy*), Bukti Fisik (*tangible*) mendapatkan hasil bahwa semua variabel tersebut mendapatkan nilai yang positif terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dapat berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan khususnya di Toko Pakaian Wanita Adi Cahaya Pantan Labu.

## **PENUTUP**

### **Simpulan**

Berdasarkan hasil penelitian, hasil analisis dan pembahasan yang telah dikemukakan oleh penulis terhadap kepuasan pelanggan pada bab-bab sebelumnya, maka dapat ditarik kesimpulan dari keseluruhan hasil analisis sebagai berikut:

1. Variabel kehandalan, ketanggapan, jaminan, empati dan bukti fisik berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada Toko Pakaian Wanita Adi Cahaya Pantan Labu.
2. Variabel bukti fisik (X5) merupakan variabel yang mempunyai pengaruh paling dominan terhadap kepuasan pelanggan karena variabel tersebut mempunyai nilai t hitung yang lebih besar jika dibandingkan dengan variabel yang lainnya, yaitu sebesar 2.364 dan angka Sig. yang paling kecil yaitu sebesar 0.020.

### **Saran**

Dari kesimpulan yang telah dikemukakan sebelumnya, maka selanjutnya penulis akan menyajikan saran-saran sebagai masukan bagi pihak toko yaitu sebagai berikut:

1. Untuk mendukung agar jumlah pelanggan pada Toko Pakaian Wanita Adi Cahaya Pantan Labu yang dicapai dapat lebih ditingkatkan sebaiknya untuk lebih meningkatkan lagi kualitas pelayanan, misalnya memberikan kesan pertama yang baik sejak pertama kali pelanggan datang, seperti memberikan senyuman dan sapaan kepada pelanggan, pegawai yang berbicara dengan sopan kepada pelanggan dalam berkomunikasi dan melengkapi fasilitas, seperti area parkir yang luas dan nyaman, AC dalam ruangan untuk mendinginkan ruangan agar lebih nyaman.
2. Pihak toko hendaknya benar-benar memperhatikan faktor kualitas pelayanan yaitu kehandalan, ketanggapan, jaminan, empati dan bukti fisik karena terbukti mempengaruhi kepuasan pelanggan dalam memenuhi kepuasan pelanggan, terutama faktor ketanggapan, mengingat faktor ini masih memungkinkan untuk lebih dievaluasi karena kurangnya respon dari pelanggan yang menjawab kurang puas akan ketanggapan pegawai Toko Pakaian Wanita Adi Cahaya Pantan Labu seperti menangani permintaan dari para pelanggan, demi untuk mempertahankan pelanggan yang sudah ada.

## **DAFTAR PUSTAKA**

- Ali, Muhammad dan Asrori, Muhammad. 2006. *Psikologi Remaja: Perkembangan Peserta Didik*. Bumi Aksara, Jakarta.
- Arikunto, S. 2006. *Prosedur Penelitian: Suatu pendekatan Praktik*. Rineka Cipta, Jakarta.
- Kotler dan Armstrong. 2008. *Prinsip-prinsip Pemasaran. Jilid 1 dan 2. Edisi 12*. Erlangga, Jakarta.
- Kotler, Philip, 2000, *Manajemen Pemasaran, Edisi Milenium*. Prehallindo, Jakarta.
- Lupiyoadi, Hamdani. 2006. *Manajemen Pemasaran Jasa, Edisi Kedua*. Penerbit Salemba Empat, Jakarta.
- Nanang, Tasunar. 2006. *Kualitas Pelayanan sebagai Strategi Menciptakan Kepuasan pada Pangkalan Pendaratan Ikan ( PPI ) Morodemak*. Jurnal Sains Pemasaran Indonesia, Vol. V, No. 1 Mei 2006, h. 41-62. Jakarta.
- Nasution. 2001. *Manajemen Mutu Terpadu (Total Quality Management)*, Anggota IKPI, Ghalia Indonesia, Jakarta.

- Rambat Lupiyoadi. 2001. *Manajemen Pemasaran Jasa: Teori dan praktik*. PT. Salemba Emban Patria, Jakarta.
- Roesanto. 2000. *Manajemen Pemasaran*. Buku 2. Salemba Empat. Jakarta.
- Sugiyono. 2012. *Memahami Penelitian Kualitatif*. Alfabeta, Bandung.
- Suratno, S., & Purnama, N. B. 2004. *Analisis Tingkat Kepuasan Wajib Pajak Terhadap Kualitas Layanan Kantor Pelayanan Pajak Yogyakarta Dua*. *Sinergi Kajian Bisnis dan Manajemen*, 7 (1), 69-87. Jakarta.
- Tjiptono, Fandy. 2006. *Manajemen Jasa, Edisi Pertama*. Andi, Jakarta.
- Tjiptono, Fandy. 2008. *Strategi Pemasaran. Edisi tiga*. Andi, Jakarta.
- Wisnalmawati. 2005. *Pengaruh Persepsi Dimensi Kualitas Layanan Terhadap Niat Pembelian Ulang*. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis* No. 3. Jilid 10, Yogyakarta.
- Zacoeb, A. 2015. *Metode Penelitian: Populasi dan Sampel*. Fakultas Teknik Universitas Brawijaya, Malang.