

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN OPERATOR DAN
KEPUASAN PELANGGAN TERHADAP LOYALITAS
PELANGGAN CV. FIRSHA MULYA MANDIRI
DI KOTA PALEMBANG**

SKRIPSI

Untuk Memenuhi Sebagian dari Syarat- syarat

Guna Mencapai Gelar Sarjana Ekonomi



Diajukan Oleh :

NURMALA SARI

NPM. 1411110709

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS TRIDINANTI
PALEMBANG
2020**

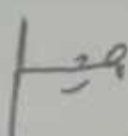
UNIVERSITAS TRIDINANTI
FAKULTAS EKONOMI
PALEMBANG

TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI


Nama : Nurmala Sari
Nomor Pokok Mahasiswa : 14.11.11.0709
Fakultas/Jurusan : Ekonomi/Manajemen
Jenjang Pendidikan : Strata I
Mata Kuliah Pokok : Manajemen Pemasaran
Judul proposal :
PENGARUH KUALITAS PELAYANAN OPERATOR DAN
KEPUASAN PELANGGAN TERHADAP LOYALITAS
PELANGGAN CV. FIRRSA MULYA MANDIRI DI KOTA
PALEMBANG

Pembimbing Skripsi :

Tanggal 5 Mei 2020 Pembimbing I :


Lusia Nargis, SE, M.Si
NIDN. 0222036101

Tanggal 5 Mei 2020 Pembimbing II :


Herman Efrizal, SE, MM
NIDN. 0202066602

Mengetahui :

Dekan Fakultas Ekonomi

Tanggal: 5 Mei 2020

18 / PS / DFE / 20


Dr. Msy. Mikial, SE, M.Si, Ak.CA, CSRS

NIDN : 0205026401



MOTTO DAN PERSEMBAHAN

Motto :

- ❖ *Hari ini harus lebih baik dari hari kemarin dan hari esok adalah harapan.*
- ❖ *Setiap pekerjaan dapat diselesaikan dengan mudah bila dikerjakan.*
- ❖ *Harapan kosong itu lebih menyakitkan dari pada kenyataan yang pahit sekalipun.*
- ❖ *Tanyakan kepada orang yang lebih berpengalaman karena hal itu akan menambah wawasan serta informasi yang kita butuhkan dalam memulai satu pekerjaan.*

Dengan segenap rasa hormat dan cinta ku persembahkan kepada :

- ❖ *Ibuku Nyayu Noni sang pahlawan pertama yang selalu memberikan motivasi dalam hidupku.*
- ❖ *Ketiga saudariku yang selalu memberikan inspirasi*
- ❖ *Ibu Lusia Nargis, SE.M.SI yang selalu iklas dan sabar dalam membimbing akademik maupun penyelesaian skripsi ini.*
- ❖ *Bapak Herman Efrizal, SE,MM yang selalu mengajarkan dengan setulus hati dalam akademik maupun penyelesaian skripsi ini.*
- ❖ *osen yang telah berjasa mendidik dan membantu dalam akademik,*
- ❖ *Teman-teman seperjuanganku*
- ❖ *Serta, Almamaterku.*

PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Nurmala Sari

NIM : 14.11.11.0709

Fakultas : Ekonomi

Jurusan : Manajemen

Menyatakan bahwa skripsi ini telah ditulis dengan sungguh-sungguh dan tidak ada bagian yang merupakan penjiplakan karya orang lain.

Apabila dikemudian hari terbukti bahwa pernyataan ini tidak benar, maka saya sanggup menerima sanksi berupa pembatalan skripsi dengan segala konsekuensinya.

Palembang, Maret 2020

Penulis,



METERAI
TEMPEL
97317AHF3132 7827
6000
ENAM RIBU RUPIAH

Nurmala Sari

KATA PENGANTAR

Puji syukur kita panjatkan kehadirat Allah subhanahu wata'ala atas segala rahmat, taufik, dan hidayah-Nya penulis telah dapat menyelesaikan Skripsi ini guna memenuhi salah satu dari persyaratan untuk mendapatkan gelar sarjana ekonomi.

Penulis menyadari bahwa dalam skripsi ini yang berjudul **“Pengaruh kualitas pelayanan operator dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan CV. Firrsha mulya mandiri di kota Palembang”**, masih jauh dari sempurna. Untuk itu kritik dan saran yang membangun sangat penulis harapkan untuk penyempurnaan Skripsi ini.

Pada Kesempataan ini penulis menyampaikan ucapan terima kasih yang setulusnya kepada :

1. Dr. Ir. Hj. Nyimas Manisah, M.P. selaku Rektor Universitas Tridinanti Palembang.
2. Dr. Msy. Mikial, SE, M.SI,Ak.CA. selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Tridinanti Palembang.
3. Ibu Mariyam Zanariah, SE., M.M. selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Tridinanti Palembang.
4. Ibu Noviarni, SE, M.SI. selaku Dosen pembimbing akademik
5. Ibu Lusia Nargis, SE,M.SI. selaku Dosen pembimbing 1 Dalam penyelesaian skripsi ini.

6. Bapak Herman Efrizal, SE,MM. selaku Dosen pembimbing II Dalam penyelesaian skripsi ini.
7. Seluruh Staff Pengajar dan Staff Administrasi Universitas Tridinanti Palembang.
8. Pimpinan serta karyawan Perusahaan CV.Firrsha mulya mandiri yang telah bersedia memberikan izin penelitian.
9. Ibukku tersayang yang selalu memberikan *support*, motivasi dan bimbingan kepadaku.
10. Teman-teman seperjuanganku.
11. Semua pihak yang berpartisipasi dalam penyelesaian skripsi ini.
12. Almamaterku.

Penulis banyak mengucapkan terima kasih, semoga Allah subhanahu wata'ala akan membalas segala kebaikan yang telah diberikan kepada penulis dan semoga skripsi ini dapat bermanfaat untuk kita semua serta mendapat berkah dan ridho dari Allah subhanahu wata'ala. Amiin.

Palembang, 27 April 2020

Penulis,



DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
MOTO DAN PERSEMBAHAN	iii
PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT	iv
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
ABSTRAK	xv
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	xvi
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	8
1.3. Tujuan Penelitian	9
1.4. Manfaat Penelitian	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	11
2.1. Kajian Teoritis.....	11
2.1.1. Manajemen	11
2.1.2. Pemasaran	11
2.1.3. Manajemen Pemasaran	12
2.2. Kualitas Pelayanan	13

2.2.1. Pengertian Kualitas	13
2.2.2. Pengertian Pelayanan	15
2.2.3. Pengertian Kualitas Pelayanan	15
2.2.4. Konsep Kualitas Pelayanan	17
2.2.5. Indikator Kualitas Pelayanan	19
2.2.6. Penilaian Kualitas Pelayanan Jasa	22
2.2.7. Membangun Kualitas Pelayanan.....	22
2.3. Kepuasan Pelanggan	23
2.3.1. Kepuasan.....	23
2.3.2. Konsumen	23
2.3.3. Kepuasan Pelanggan	24
2.3.4. Metode Mengukur Kepuasan Pelanggan	24
2.3.5. Tipe kepuasan pelanggan.....	25
2.3.6. Indikator Kepuasan Pelanggan	26
2.3.7. Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan.....	27
2.4. Loyalitas Pelanggan	28
2.4.1. Pengertian Loyalitas Pelanggan.....	28
2.4.2. Karakteristik Loyalitas Pelanggan	28
2.4.3. Faktor yang Mempengaruhi Loyalitas Pelanggan	28
2.4.4. Tahapan Loyalitas Pelanggan	29
2.5. Hubungan Antar Variabel	30
2.5.1. Hubungan Kualitas Pelayanan dengan Loyalitas Pelanggan	30
2.5.2. Hubungan Kualitas Pelayanan dengan Kepuasan.....	30

2.6. Penelitian yang Relevan.....	31
2.7. Kerangka Berpikir.....	34
2.8. Hipotesis.....	37
BAB III METODE PENELITIAN	38
3.1. Tempat dan Waktu Penelitian	38
3.1.1. Tempat Penelitian	38
3.1.2. Waktu Penelitian	38
3.2. Sumber dan Teknik Pengumpulan Data.....	39
3.2.1. Sumber Data	39
3.2.2. Teknik Pengumpulan Data	40
3.3. Populasi dan Sampel	41
3.3.1. Populasi.....	41
3.3.2. Sampel.....	41
3.3.3. Teknik Sampling	42
3.4. Rancangan Penelitian.....	43
3.5. Variabel dan Definisi Operational	43
3.5.1. Variabel Penelitian.....	43
3.5.2. Definisi Operasional	44
3.6. Instrumen Penelitian.....	45
3.7. Teknik Analisis Data.....	49
3.7.1. Uji Instrumen	49
3.7.1.1. Uji Validitas	49
3.7.1.2. Uji Reliabilitas.....	49

3.7.2. Metode Analisis Data	50
3.7.2.1. Analisis kualitatif	50
3.7.2.2. Analisis Kualitatif	50
3.7.2.3. Uji Asumsi Klasik	51
3.7.2.4. Analisis Regresi Linier Berganda	52
3.7.3. Analisis Koefisien Korelasi	53
3.7.4. Analisis Koefisien Determinasi	53
3.7.5. Uji Hipotesis	54
3.7.5.1. Uji Simultan (Uji F)	54
3.7.5.2. Uji Parsial (Uji t)	55
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	57
4.1. Hasil penelitian.....	57
4.1.1. Sejarah singkat CV. Firrsha mulya mandiri.....	57
4.1.2. Visi dan Misi CV. Firrsha mulya mandiri.....	59
4.1.3. Struktur Organisasi	59
4.1.4. Tugas dan tanggung jawab	60
4.2. Profil pelanggan/Responden	62
4.3. Uji Validitas dan Reliabilitas	64
4.3.1. Uji Validitas	64
4.3.2. Uji Reliabilitas	68
4.4. Uji Asumsi klasik	68
4.4.1. Uji Normalitas.....	68
4.4.2. Uji Multikolinieritas.....	71

4.4.3. Uji Heteroskedastisitas.....	72
4.5. Analisis data	73
4.5.1. Analisis regresi linier berganda.....	73
4.5.2. Koefesien Kolerasi (r).....	74
4.5.3. Koefesien Determinasi	76
4.6. Uji Hipotesis	76
4.6.1. Uji F (Simultan)	76
4.6.2. Uji t (Parsial).....	78
4.7. pembahasan	80
BAB V KESIMPULAN	83
5.1. Kesimpulan	83
5.2. Saran	84
DAFTAR PUSTAKA	85
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1. Data total Reseller pada tahun 2018	5
Tabel 1.2. Data total Reseller pada tahun 2019	5
Tabel 3.1. Jadwal Penelitian.....	38
Tabel 3.2. Definisi Operasional Variabel.....	45
Tabel 3.3. Skala Likert	46
Tabel 3.4. kisi-kisi Instrumen Variable Kualitas Pelayanan (X1)	47
Tabel 3.5. kisi-kisi Instrumen Variable Kepuasan Pelanggan (X2).....	48
Tabel 3.6. kisi-kisi Instrumen Variable Loyalitas Pelanggan (Y).....	48
Tabel 3.7. Interpretasi Nilai (r).....	53
Tabel 4.1. Karakteristik Umur Responden.....	63
Tabel 4.2. Karakteristik Jenis kelamin Responden	63
Tabel 4.3. Karakteristik Pekerjaan Responden	64
Tabel 4.4. Hasil Uji Validasi Kualitas pelayanan operator	65
Tabel 4.5. Hasil Uji Validitas Kepuasan pelanggan	66
Tabel 4.6. Hasil Uji Validitas Loyalitas pelanggan	67
Tabel 4.7. Hasil Uji Reliabilitas Kuesioner	68
Tabel 4.8. Hasil Uji Normalitas	69
Tabel 4.9. Hasil Uji Multikolinieritas	71
Tabel 4.10. Hasil Regresi Linier berganda	73
Tabel 4.11. Hasil koefisien kolerasi	74
Tabel 4.12. pedoman interpretasi koefisien Kolerasi	75

Tabel 4.13. Hasil Uji determinasi	76
Tabel 4.14. Uji F (Simultan)	77
Tabel 4.15. Uji t (Parsial)	78

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1. Grafik perbedaaan total Reseller pada Tahun 2018 dan 2019	
.....	6
Gambar 2.1. Kerangka Berpikir	36
Gambar 4.1. struktur organisasi	59
Gambar 4.2. Hasil Uji Normalitas	70
Gambar 4.3. Hasil Uji Heteroskedastisitas	72

ABSTRAK

NURMALA SARI. Pengaruh Kualitas pelayanan Operator dan Kepuasan pelanggan terhadap Loyalitas pelanggan CV. Firrsha mulya mandiri di Kota Palembang. (Di bawah bimbingan ibu Lusia Nargis.SE,M.SI dan Bapak Herman Efrizal.SE,MM).

Skripsi ini membahas tentang pengaruh Kualitas pelayanan Operator dan Kepuasan pelanggan terhadap Loyalitas pelanggan CV. Firrsha mulya mandiri di Kota Palembang. Data yang di gunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan membagikan kuesioner kepada seluruh Reseller CV. Firrsha mulya mandiri di Kota Palembang berjumlah 86 orang yang dijadikan sebagai sampel dengan menggunakan metode *sampling purposive*.

Dari hasil penelitian ini terdapat pengaruh signifikansi Kualitas pelayanan Operator dan Kepuasan pelanggan secara simultan terhadap Loyalitas pelanggan CV. Firrsha mulya mandiri di Kota Palembang, dengan di tunjukan melalui uji F yang di peroleh F hitung 16,991 lebih besar dari F tabel 3,11 atau nilai F *Significant* 0,000 lebih kecil dari 0,05, artinya Kualitas pelayanan Operator dan Kepuasan pelanggan secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas pelanggan. Sedangkan uji t Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap Loyalitas pelanggan, hal ini di tunjukan oleh nilai t hitung 3,053 lebih besar dari nilai t tabel 1,663 atau nilai t *Significant* 0,03 lebih kecil dari 0,05. Dan Kepuasan Pelanggan berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap Loyalitas pelanggan, hal ini di tunjukan oleh nilai t hitung lebih besar dari nilai t tabel 1,663 atau nilai t *Significant* 0,000 lebih kecil dari 0,05. Koefesien korelasi (R) Kualitas pelayanan Operator dan Kepuasan pelanggan terhadap Loyalitas pelanggan CV. Firrsha mulya mandiri di Kota Palembang diperoleh sebesar 0,539 dan Koefesien determinasi diperoleh 0,473, artinya Loyalitas pelanggan (Y) dapat di jelaskan atau dipengaruhi oleh Kualitas pelayanan Operator (X1) dan Kepuasan pelanggan (X2) sebesar 47,3% sedangkan sisanya 52,7% di pengaruhi oleh faktor lai yang tidak dibahas dalam penelitian ini.

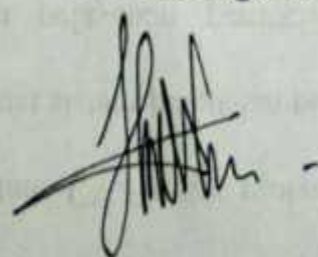
Kata kunci : Kualitas Pelayanan Operator, Kepuasan dan Loyalitas

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Nurmala Sari, dilahirkan di kota Palembang pada tanggal 04 November 1994 dari ayah Alm. Ishar Ismail dan Ibu Nyayu Noni, adalah anak ke empat dari empat bersaudara.

Sekolah dasar diselesaikan pada tahun 2007 di SD Negeri 21 Palembang. Sekolah menengah pertama di selesaikan pada tahun 2010 di SMP Tri dharma Palembang dan Selanjutnya menyelesaikan sekolah Menengah atas pada tahun 2013 di SMA Srijaya Negara Palembang. Pada tahun 2014 memasuki Fakultas Ekonomi program studi Manajemen Universitas Tridianti Palembang.

Palembang, Maret 2020



Nurmala Sari

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Manajemen pemasaran merupakan suatu proses, penekanan pada efisiensi dan efektifitas erat hubungannya dengan pengertian produktivitas. Mali dalam Alma (2013:131). Untuk keberhasilan kegiatan manajemen pemasaran pada sebuah perusahaan, maka diperlukan masukan. Masukan ini misalnya berasal dari informasi kegiatan yang berjalan dilapangan. Manajemen pemasaran akan lebih meningkatkan efesiensi dan efektifitas jika kegiatan pemasaran pada sebuah perusahaan, harus dikoordinasi, dikelola dengan sebaik-baiknya dan manajemen pemasaran, harus memainkan peran penting dalam perencanaan perusahaan.

Dengan demikian, meskipun perusahaan telah berusaha memberikan yang terbaik untuk pelanggan perusahaan belum tentu dapat menjamin akan hasil yang efisiensi dan efektifitas, karena setiap pelanggan memiliki selera dan keinginan yang berbeda-beda. Maka dari itu setiap perusahaan memiliki strategi pemasaran yang di terapkan untuk mendapat strategi terbaik di setiap perusahaan. Jadi jelaslah bahwa pemasaran itu penting sekali bagi perusahaan, terutama dalam masa globalisasi ekonomi sekarang ini juga sangat berpengaruh dalam kegiatan marketing. Globalisasi perekonomian seakan-akan tidak mengenal lagi batas-batas antar negara yang menyebabkan semua kegiatan secara cepat dan tepat. Melalui pemasaran, hasil produksinya baik, dapat menimbulkan kepuasan di hati

konsumen maka mereka akan menjadi langganan ini harus menjadi titik sentral dari strategi pemasaran setiap produsen.

Indonesia sebagai salah satu negara dengan penduduk terbesar di Asia setelah Cina dan India, menjadi suatu pasar yang menarik dan menjanjikan bagi perkembangan industri jasa. Salah satu industri jasa yang berkembang pesat dalam kurun waktu terakhir adalah industri jasa telekomunikasi selular baik dari segi pesaing pasar, pendapatan usaha maupun pertumbuhan perusahaan dengan melakukan inovasi yang berkelanjutan, pembangunan infrastruktur yang terus menerus serta industri operator selular sudah menjangkau kehidupan masyarakat sampai ke pelosok tanah air. Selain itu, industri ini berperan sangatlah penting dalam membangun perekonomian suatu negara terutama di dalam menghadapi persaingan bisnis yang semakin luas termasuk di Indonesia. Industri telekomunikasi di Indonesia merupakan ujung tombak dalam membangun perekonomian nasional guna memberikan kontribusi yang maksimal bagi pendapatan negara. Hal inilah yang menarik perhatian penulis guna memilih industri telekomunikasi.

Salah satu bentuk perkembangan teknologi adalah bentuk dari alat telekomunikasi jarak jauh yang mudah di gunakan dimana saja. Alat ini bernama telepon selular. Telepon selular berfungsi mempermudah komunikasi jarak jauh dengan pengguna lainnya. Telepon selular tidak hanya digunakan untuk berkomunikasi, kemajuan pada bidang teknologi menjadikan telepon selular menjadi sebuah alat yang mempunyai fasilitas mendekati personal komputer. Penggunaan telepon selular membutuhkan pulsa untuk beban pembiayaan.

Pulsa adalah media penghubung untuk berkomunikasi, sistem perhitungan dalam menentukan tarif atau biaya. Fungsi pulsa adalah sebagai satuan biaya untuk melakukan komunikasi, mengirim pesan *short message service*, dan multimedia message service yang digunakan pada telepon selular. Pulsa juga berfungsi untuk pembayaran listrik, telepon rumah, dan PPOB *payment point online bank*. Pulsa juga digunakan pada alat penghubung, yaitu telepon selular. Pengisian pulsa dilakukan dengan sistem pengisian pulsa elektronik. Sistem pengisian pulsa elektronik dilakukan dengan mengirim sms kepada server agen pulsa dengan menggunakan telepon selular, dengan melakukan pengiriman sms berupa format sms yang sudah ditentukan oleh tiap server.

Server pulsa merupakan perangkat komputer yang terinstal software pulsa yang sudah terhubung dengan modem berisi chip dari masing-masing owner operator. Owner operator yang dimaksud diantaranya M-KIOS untuk (telkomsel), M-TRONIK untuk (indosat), DOMPET PULSA untuk (xl), VTRI untuk (Three) dan operator lainnya. Sehingga semua produk operator tersebut tersedia dalam bentuk chip yang dimiliki oleh seseorang yang bekerja pada server pulsa. Pada intinya, server pulsa berperan untuk memudahkan pekerjaan agen pulsa dalam menjual pulsa.

Seiring berkembangnya produk pulsa seluler, server pulsa tidak hanya menyediakan layanan pembelian pulsa saja. Namun, saat ini server pulsa sudah banyak yang menyediakan layanan pembelian produk lain seperti paket internet, voucher game, token PLN, tagihan PDAM, PLN pasca bayar dan produk-produk

PPOB lainnya. Hal ini tentu saja menjadikan bisnis server pulsa semakin dilirik oleh para pembisnis profesional maupun yang masih pemula.

CV. Firrsha mulya mandiri merupakan salah satu perusahaan server pulsa yang berada di Kota Palembang, Sumatera Selatan. CV. Firrsha mulya mandiri disebut server pulsa karena perusahaan ini membuat sistem pengisian pulsa untuk semua operator. Dengan tujuan menyediakan pelayanan pembelian pulsa elektronik HP dengan cepat dan mudah terhadap pelanggan maka kesan seorang pelanggan terhadap perusahaan memberikan dampak yang signifikan bagi perusahaan terutama dalam hal pelayanan operator. Telah disadari bahwa dalam persaingan operator seluler yang pada dasarnya bergerak dibidang jasa, layanan dan kepuasan pelanggan merupakan aspek vital dalam rangka bertahan dan memenangkan persaingan. Namun demikian, banyaknya pesaing yang sekelas seperti Union 2000, Paytren, Tokopedia dan Olx membuat pelanggan terbagi-bagi. CV. Firrsha mulya mandiri juga memiliki harga yang cukup tinggi bila dibandingkan dengan server-server pada umumnya. Hal ini tentu dapat menimbulkan masalah dalam menciptakan loyalitas pelanggan, banyaknya usaha sejenis dengan menawarkan harga lebih murah dan kualitas pelayanan yang lebih beragam seperti menjanjikan transaksi 24jam non stop agar terciptanya kepuasan pelanggan. Berikut tabel dan grafik jumlah reseller pada perusahaan CV. Firrsha mulya mandiri Palembang pada tahun 2018 dan 2019 :

Tabel 1.1

Data total reseller CV. Firrsha mulya mandiri di luar maupun di dalam kota Palembang pada tahun 2018

NO	AREA	TOTAL
1	APK LOKAL	9
2	BANDUNG	1
3	BANYU ASIN	9
4	H2H	20
5	PALEMBANG	559
6	RS LAMPUNG	10
TOTAL RESELLER		608

Sumber : CV.Firrsha mulya mandiri palembang

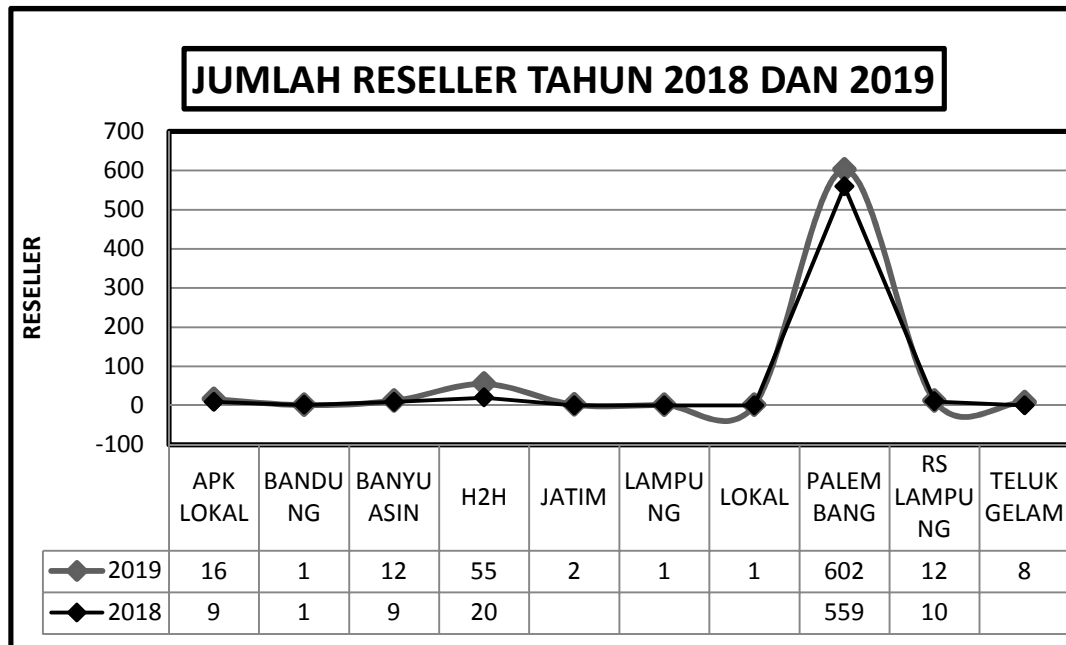
Tabel 1.2

Data total reseller CV. Firrsha mulya mandiri di luar maupun di dalam kota Palembang pada tahun 2019

NO	AREA	TOTAL
1	APK LOKAL	16
2	BANDUNG	1
3	BANYU ASIN	12
4	H2H	55
5	JATIM	2
6	LAMPUNG	1
7	LOKAL	1
8	PALEMBANG	602
9	RS LAMPUNG	12
10	TELUK GELAM	8
TOTAL RESELLER		710

Sumber : CV.Firrsha mulya mandiri palembang

Grafik 1.1
Data perbandingan jumlah reseller pada tahun 2018 - 2019 pada
CV. Firrsha mulya mandiri kota Palembang



Adapun dengan kondisi pelanggan CV. Firrsha mulya mandiri yang semakin meningkat saat ini perusahaan seharusnya dapat mempertahankan pelanggannya, terlebih dapat menjadikan para pelanggan menjadi loyal terhadap perusahaan dengan menjaga kualitas layanan Operator. Dipertahankannya pelanggan yang loyal dapat mengurangi usaha mencapai pelanggan baru yang berarti memberikan umpan balik positif kepada perusahaan. Perusahaan dapat lebih melakukan penghematan biaya dalam mempertahankan konsumen yang lama dari pada mencari konsumen baru Menurut Kartajaya dalam Eko Putro widoyoko (2009:91).

Griffin dalam Alma (2013:274) Menyatakan bahwa loyalitas adalah pembentukan sikap dan pola perilaku seorang konsumen terhadap pembelian dan penggunaan produk hasil dari pengalaman mereka sebelumnya.

Dengan demikian loyalitas pelanggan adalah salah satu variabel yang sangat penting karena loyalitas pelanggan secara positif mempengaruhi laba perusahaan melalui efek pengurangan biaya dan penambahan pendapatan per pelanggan. Loyalitas akan memberikan banyak keuntungan bagi perusahaan termasuk didalamnya perulangan pembelian dan rekomendasi mengenai jasa tersebut kepada teman dan kenalan. Adapun Salah satu faktor yang mempengaruhi loyalitas pelanggan ialah kualitas pelayanan. Kualitas dalam sebuah pelayanan merupakan kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan. Menurut Lawrence dalam Eko Putro widoyoko (2009:98).

Ada lima dimensi Kualitas pelayanan Menurut Parasuraman dalam Rambat Lupiyoadi (2018:234). yaitu : *Reliability* (keandalan), *Responsiveness* (ketanggapan), *Assurance* (jaminan), *Emphaty*, serta *Tangibles* (berwujud nyata).

Faktor lain yang mempengaruhi loyalitas pelanggan adalah adanya kepuasan pelanggan. Menurut Kotler dalam Eko Putro widoyoko (2009:114). Kepuasan pelanggan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang di rasakan seseorang setelah membandingkan dengan harapan perusahaan perlu memonitor dan meningkatkan kepuasan pelanggannya karena semakin tinggi kepuasan pelanggan Berarti semakin besar pula kemungkinan pelanggan tetap setia.

Dengan melihat beberapa definisi tersebut perusahaan perlu memahami dan mengelola tentang kualitas pelayanan operator agar tercipta kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan. Berdasarkan latar belakang diatas maka penulis tertarik untuk melakukan mengetahui penelitian dengan judul

“Pengaruh Kualitas Pelayanan Operator dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan CV. Firrsha Mulya Mandiri di Kota Palembang. “

1.2. Rumusan masalah

Berdasarkan dari uraian, konsep dan latar belakang masalah yang di kemukakan di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah kualitas pelayanan operator dan kepuasan pelanggan berpengaruh secara simultan terhadap loyalitas pelanggan pada CV. Firrsha Mulya Mandiri Palembang?
2. Apakah kualitas pelayanan operator berpengaruh secara parsial terhadap loyalitas pelanggan pada CV. Firrsha mulya mandiri Palembang?
3. Apakah kepuasan pelanggan berpengaruh secara parsial terhadap loyalitas pelanggan pada CV. Firrsha mulya mandiri Palembang?

1.3. Tujuan penelitian

Sesuai dengan rumusan masalah di atas, maka tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan operator dan kepuasan pelanggan secara simultan terhadap loyalitas pelanggan pada CV. Firrsha Mulya Mandiri Palembang?
2. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan operator secara parsial terhadap loyalitas pelanggan pada CV. Firrsha Mulya Mandiri Palembang?
3. Untuk mengetahui pengaruh kepuasan pelanggan secara parsial terhadap loyalitas pelanggan pada CV. Firrsha Mulya Mandiri Palembang?

1.4. Manfaat penelitian

Manfaat yang diharapkan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagi penulis

Untuk mengetahui penerapan teori yang di peroleh di bangku kuliah dengan realita yang terjadi di lapangan, mengenai masalah-masalah yang ada dalam pemasaran khususnya tentang pengaruh kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan.

2. Bagi perusahaan

Hasil dari penelitian diharapkan mampu memberikan masukan dan informasi baru bagi perusahaan dalam meningkatkan kualitas pelayanan guna meningkatkan kepuasan pelanggan serta loyalitas pelanggan di CV. Firrsha Mulya Mandiri Palembang

3. Bagi lembaga (universitas)

Dengan adanya penelitian ini kiranya dapat dijadikan sebagai referensi dan bacaan bagi mahasiswa-mahasiswi, dan dapat dijadikan acuan bagi peneliti selanjutnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Aviliani, R dan Wilfridus, L. 2002. *Membangun Kepuasan Pelanggan Melalui Kualitas Pelayanan* . Usahawan.
- Alma, Buchari. 2013. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung; Alfabeta.
- Aaker, D. 2014. *Building Strong Brands*. (A. Baderi, Trans.) Jakarta; Bumi Aksara
- Bela, Srikandi, Kadarisman, 2016. *Pengaruh kualitas Pelayanan terhadap kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan pada Bengkel PT.Astra Internasional Tbk Malang*. di Akses dari <https://www.e-jurnal.com/2017/03/engaruh-kualitas-pelayanan-terhadap-3.html> pada Tanggal 20 Desember 2019
- Danang, Sunyoto. 2013. *Teori Kuesioner dan Analisi Data untuk Pemasaran dan Prilaku Konsumen*. Yogyakarta; Graha Ilmu.
- Evans, J.R. and Lindsay.W.M. 2005. *The Management and Control of Quality*, Singapore; Thomson
- Fandy, Djiptono. 2005. *Pemasaran Jasa*. Edisi pertama, Yogyakarta; Penerbit Banyu media publisng.
- Ghozali, Imam. 2011. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Kusuma, wijayanto, 2015. *pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan nasaba bank* Di Akses dari http://eprints.ums.ac.id/31350/19/NASKAH_PUBLIKASI.pdf pada Tanggal 20 desember 2019
- Melani, 2019. *pengaruh kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan pada toko kosmetik aman pekalongan*. Di Akses dari http://repository.usd.ac.id/32989/2/142214061_full.pdf Pada Tanggal 20 Desember 2019
- Lupioadi, Rambat. 2013. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta; Salemba Empat.
- Marcel. 2003. *Pengantar Manajemen*. Yogyakarta; Penerbit Jalasutra
- M. Nur Nasution. 2004. *Manajemen Jasa Terpadu*. Bogor; Ghalia Indonesia.
- Oliver, R. 2010. *Whence Consumer Loyalty*. New York; MC Graw Hill

- Parasuraman A Valerie. 2001. *Delivering Quality Service*. (diterjemahkan oleh Sutanto). New York;The free press.
- Philip, Kotler. 2002.*Manajemen Pemasaran*, PT Prenhallindo;Jakarta
- Philip, Kotler. 2005. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta;PT Indeks.Gramedia
- Philip, Kotler dan Keller, Kevin Lane . 2014. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta; PT Indeks.
- Philip, Kotler dan Keller, Kevin Lane . 2016. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta; PT Indeks.
- Rangkuti. 2002. *Measuring Customer Satisfaction*, Penerbit PT Gramedia Pustaka Utama;Jakarta
- Seyhmun, Baloglu. 2002. *Dimension of Customer Loyalty*. Well Wisher;Cornell University.
- Solihin, Ismail. 2009. *Pengantar Manajemen*. Jakarta;Erlangga
- Sugiyono. 2014. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung; Alfabeta.
- Wijaya Tony. 2011. *Manajemen Kualitas Jasa*, Jakarta ;PTIndeks
- Widoyoko, Eko putro. 2009. *Evaluasi program pembelajaran*. Yogyakarta; Pustaka belajar
- Yamit, Zulian.2010. *Manajemen Kualitas Produk dan Jasa*. Yogyakarta;Ekonesia
- Yong C.Z, Yun y.w Loh L. 2003. *The Quest Of Global Quality*. (diterjemahkan oleh Sutanto). Jakarta;Pustaka Delapratasa.