

**PENGARUH PENILAIAN PELANGGAN, HARGA, DAN KEPUASAN PELANGGAN
TERHADAP LOYALITAS PENGGUNAAN GAS ELPIJI PADA
PT. PIRANTINUSA ENERGI PERSADA
(Studi kasus pada Pelanggan PT.Pirantinusa Energi Persada)**

SKRIPSI

**Untuk Memenuhi Sebagian Dari Syarat-Syarat
Guna Mencapai Gelar Sarjana Ekonomi dan Bisnis**



Disusun Oleh :

JUWITA SARI

NIM. 1901110031

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS TRIDINANTI

PALEMBANG

2023

UNIVERSITAS TRIDINANTI
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
PALEMBANG

HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : JUWITA SARI
Nomor Pokok/ NIM : 19.01.11.00.31
Jurusan/ Program Studi : Ekonomi/ Manajemen
Mata Kuliah : Manajemen Pemasaran
Judul Proposal : Pengaruh Penilaian Pelanggan, Harga, dan
Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas
Penggunaan Gas Elpiji pada PT. Pirantinus
Energi Persada

Pembimbing Skripsi

Tanggal 4/9/2023 Pembimbing I : Dr. Ir. Hj. Yusrof Hakimah, MM
NIDN : 0212116401

Tanggal 5/9/2023 Pembimbing II : Veny Mayasari, SE., MM
NIDN : 0204078902

Dekan Fak. Ekonomi,


Dr. Msy. Mikial, SE., M.Si, Ak, CA, CSRS
NIDN : 0205026401

G4 / PS / UTE / 23

Mengetahui :

Ka. Prodi Manajemen,



Marivany Zanariah, SE., MM
NIDN : 0222096301


**UNIVERSITAS TRIDINANTI
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
PALEMBANG**

HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : JUWITA SARI
Nomor Pokok/ NIM : 19.01.11.00.31
Jurusan/ Program Studi : Ekonomi/ Manajemen
Mata Kuliah : Manajemen Pemasaran
Judul Proposal : Pengaruh Penilaian Pelanggan, Harga, dan
Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas
Penggunaan Gas Elpiji pada PT. Pirantinus
Energi Persada.

Penguji Skripsi

Tanggal 4/9/2023 Ketua Penguji : 
Dr. Ir. Hj. Yustroh Hakimah, MM
NIDN : 021216401

Tanggal 5/9/2023 Penguji I : 
Venv Mavasari, SE., MM
NIDN : 0204078902

Tanggal 5/9/2023 Penguji II : 
Rudi Chairudin, SE., MP
NIDN : 0202026201

Mengesahkan:

Dekan Fak. Ekonomi Dan Bisnis

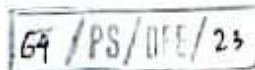
Ketua Prodi Manajemen,

Tanggal :

Tanggal :



Dr. Msv. Mikial, SE., M.Si, Ak, CA, CSRS
NIDN : 0205026401



Muriyam Zanariah, SE., MM
NIDN : 0222096301

PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Juwita Sari
Nomor Induk Mahasiswa : 19.01.11.00.31
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, 28 Februari 2023

Peneliti

METRAL
TEMPER
530AKX318175429
Juwita Sari

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT	iii
HALAMAN MOTTO DAN PERSEMBAHAN	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
ABSTRAK.....	xiii
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	
Bab I Pendahuluan	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	7
1.3 Tujuan Penelitian.....	8
1.4 Manfaat Penelitian.....	8
Bab II Tinjauan Pustaka	
2.1 Kajian Teoritis.....	10
2.1.1 Pemasaran	10
2.1.1.1 Pengertian Pemasaran	10
2.1.1.2 Bauran Pemasaran	11
2.1.2 Penilaian Pelanggan	13
2.1.2.1 Pengertian Nilai Pelanggan	13
2.1.2.2 Indikator Nilai Pelanggan	14
2.1.3 Harga	16

2.1.3.1 Pengertian Harga	17
2.1.3.2 Peranan Harga	17
2.1.3.3 Strategi Penetapan Harga	18
2.1.3.4 Strategi Penyesuaian Harga	21
2.1.4 Kepuasan Pelanggan	23
2.1.4.1 Pengertian Kepuasan Pelanggan	23
2.1.4.2 Pengukuran Kepuasan Pelanggan	23
2.1.4.3 Dimensi Kepuasan Pelanggan	25
2.1.4.4 Strategi Kepuasan Pelanggan	26
2.1.5 Loyalitas Penggunaan Gas Elpiji	28
2.1.5.1 Pengertian Loyalitas Pelanggan	28
2.1.5.2 Jenis-jenis Loyalitas Pelanggan	29
2.1.5.3 Karakteristik Pelanggan	30
2.1.5.4 Faktor-faktor yang Mempengaruhi Loyalitas	30
2.1.5.5 Indikator Loyalitas Pelanggan	32
2.2 Penelitian Terdahulu.....	32
2.3 Kerangka Berfikir.....	34
2.4 Hipotesis.....	35

Bab III Metode Penelitian

3.1 Tempat dan Waktu Penelitian	37
3.1.1 Tempat Penelitian	37
3.1.2 Waktu Penelitian.....	37
3.2 Sumber dan Teknik Pengumpulan Data.....	38
3.2.1 Sumber Data.....	38
3.2.2 Teknik Pengumpulan Data.....	39
3.3 Populasi, Sampel, dan Sampling	39
3.3.1 Populasi.....	39
3.3.2 Sampel.....	39
3.3.3 Sampling	40
3.4 Rancangan Penelitian	40
3.5 Variabel dan Definisi Operasional	41
3.5.1 Variabel Penelitian	41
3.5.2 Definisi Operasional	42

3.6 Instrumen Penelitian	43
3.6.1 Uji Validitas	43
3.6.2 Uji Reliabilitas	44
3.7 Teknik Analisis Data	44
3.7.1 Uji Normalitas	44
3.7.2 Uji Asumsi Klasik	45
3.7.3 Regresi Linier Berganda	46
3.7.4 Koefisien Korelasi	47
3.7.5 Koefisien Determinasi	48
3.8 Uji Hipotesis Statistik	48
3.8.1 Uji Parsial (Uji t)	48
3.8.2 Uji Simultan (Uji F)	49

Bab IV Hasil Penelitian dan Pembahasan

4.1 Gambaran Umum Perusahaan	51
4.1.1 Profil Singkat PT. Pirantinusa Energi Persada	51
4.1.2 Visi dan Misi PT. Pirantinusa Energi Persada	52
4.1.3 Logo PT. Pirantinusa Energi Persada	52
4.1.4 Struktur Organisasi PT. Pirantinusa Energi Persada	53
4.2 Karakteristik Responden	60
4.2.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	60
4.2.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	61
4.2.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan	61
4.3 Uji Statistik	62
4.3.1 Hasil Uji Validitas	62
4.3.2 Hasil Uji Reliabilitas	65
4.3.3 Hasil Uji Asumsi Klasik	66
4.3.3.1 Uji Multikolinearitas	66
4.3.3.2 Uji Heteroskedastisitas	67
4.3.3.3 Uji Autokorelasi	68
4.3.3.4 Uji Normalitas	69
4.3.4 Hasil Analisa Regresi Linier Berganda	71
4.4 Uji Koefisien Korelasi	72
4.4.1 Uji Koefisien Determinasi	74

4.5 Uji Hipotesis	75
4.5.1 Uji secara Parsial (Uji t)	75
4.5.2 Uji Simultan	78

Bab V Hasil Penelitian dan Pembahasan

5.1 Kesimpulan	80
5.2 Saran	80

Daftar Pustaka

Kuesioner

Lampiran

DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
1.1 Pengguna Gas Elpiji di PT. Pirantinusa Energi Persada	3
1.2 Harga Gas Elpiji di PT. Pirantinusa Energi Persada	3
2.1 Penelitian Terdahulu	32
3.1 Waktu Penelitian	36
3.2 Operasional Variabel	41
3.3 Interpretasi Nilai (r)	46
4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	60
4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	61
4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan	61
4.4 Hasil Uji Validitas Variabel Penilaian Pelanggan (X_1)	63
4.5 Hasil Uji Validitas Variabel Harga (X_2)	63
4.6 Hasil Uji Validitas Variabel Kepuasan Pelanggan (X_3)	64
4.7 Hasil Uji Validitas Variabel Loyalitas Penggunaan Gas Elpiji	65
4.8 Hasil Uji Reliabilitas	66
4.9 Uji Multikolinearitas	67
4.10 Uji Heteroskedastisitas	68
4.11 Uji Autokorelasi	69
4.12 Uji Normalitas	70
4.13 Analisis Regresi Linier Berganda	71
4.14 Koefisien Korelasi	73
4.15 Hasil Analisis Koefisien Determinasi	74
4.16 Hasil Uji Parsial (Uji t)	76
4.17 Hasil Uji Simultan (Uji F)	78

DAFTAR GAMBAR

Tabel	Halaman
2.1 4P dalam Bauran Pemasaran	10
2.2 Strategi Bauran Pemasaran	11
2.3 Kerangka Berfikir	34
4.1 Logo PT. Pirantinus Energi Persada	53
4.2 Struktur Organisasi PT. Pirantinus Energi Persada	53

ABSTRAK

Juwita Sari. Pengaruh Penilaian Pelanggan, Harga, dan Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Penggunaan Gas Elpiji pada PT. Pirantinsa Energi Persada. (Dibawah bimbingan Ibu Dr. Ir. Hj. Yusroh Hakimah,MM dan Ibu Veny Mayasari,SE., MM).

Penelitian ini bertujuan untuk memperoleh bukti empiris tentang pengaruh penilaian pelanggan, harga, dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas penggunaan gas elpiji. Variabel independen yang digunakan adalah penilaian pelanggan, harga, dan kepuasan pelanggan. Variabel dependen yang digunakan adalah loyalitas penggunaan gas elpiji.

Populasi dalam penelitian adalah pelanggan yang membeli gas elpiji di agen-agen gas elpiji sebanyak 45 orang pelanggan. Metode analisis data dalam penelitian ini menggunakan uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, regresi linier berganda, koefisien korelasi, dan koefisien determinasi.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara parsial variabel penilaian pelanggan, harga, dan kepuasan pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas penggunaan gas elpiji. Secara simultan, ketiga variabel independen yaitu penilaian pelanggan, harga, dan kepuasan pelanggan berpengaruh terhadap loyalitas penggunaan gas elpiji. Sementara hasil koefisien determinasi menunjukkan sebesar 31,1%. Hasil tersebut menandakan bahwa kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen dan sisanya 68,9% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak ada dalam penelitian ini.

Kata Kunci : Penilaian Pelanggan, Harga, Kepuasan Pelanggan, dan Loyalitas Penggunaan Gas Elpiji

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dalam kegiatan sehari-hari, masyarakat harus memenuhi kebutuhan pokoknya yaitu sandang, pangan, dan papan dimana dalam rangka memenuhi kebutuhan tersebut maka masyarakat membutuhkan sebuah perusahaan dengan produk yang menunjang untuk kebutuhan mereka terutama untuk memenuhi kebutuhan pangan. Masyarakat dalam hal ini adalah seorang pelanggan bagi sebuah perusahaan karena perusahaan tersebut menjual produk atau jasanya kepada mereka.

Di era digitalisasi saat ini, perusahaan atau organisasi dituntut untuk terus melakukan perkembangan demi kepercayaan masyarakat. Dengan demikian sebuah perusahaan didirikan pasti mempunyai tujuan tertentu agar dapat mempertahankan keberlangsungan hidup perusahaan dalam jangka panjang. Salah satu tujuan suatu perusahaan adalah memaksimalkan laba untuk meningkatkan pertumbuhan perusahaan, disamping itu perusahaan harus dapat mewujudkan loyalitas pelanggan agar produk atau jasa yang diproduksi oleh perusahaan terus digunakan oleh pelanggan atau dilakukannya pembelian ulang oleh masyarakat.

Menurut Tjiptono dan Diana (2019:129), loyalitas pelanggan merupakan kombinasi antara kemungkinan pelanggan untuk membeli ulang dari pemasok yang sama di kemudian hari dan kemungkinan untuk membeli produk atau jasa perusahaan pada berbagai tingkat harga. Loyalitas bisa diartikan sebagai kesetiaan yang timbul tanpa adanya paksaan dari pihak manapun, tetapi timbul karena adanya kebiasaan dan kesadaran dari diri sendiri. Sikap loyal tersebut merupakan tujuan akhir dari perusahaan dan merupakan aset penting bagi perusahaan dalam meningkatkan laba dan prospek perusahaan di masa yang akan datang.

Pembelian ulang atau loyalitas pelanggan bisa menjadi acuan penting bagi perusahaan untuk mengukur seberapa pentingnya produk atau jasa yang dihasilkan itu digunakan oleh pelanggan. Pelanggan bisa saja tidak melakukan pembelian ulang dikarenakan berbagai faktor, contohnya seperti penilaian pelanggan terhadap pemasok, perbandingan harga antara penjual atau pemasok satu dengan yang lainnya, hingga tingkat kepuasan baik itu pelayanan yang diberikan ataupun produk yang dibelinya. Akan tetapi, pelanggan yang setia atau loyal dengan satu agen juga bisa berpaling ke agen lainnya yang dikarenakan berbagai faktor dan faktor penting yang mempengaruhinya yaitu harga yang akan dikeluarkan oleh pelanggan untuk mendapatkan produk tersebut.

Terkadang pelanggan bersikap ragu untuk membeli ulang jika munculnya merk atau penjual baru yang membuat strategi lebih menarik untuk memikat pembeli yang akan berdampak pada tingkat penjualan perusahaan sehingga laba yang dihasilkan akan menurun. Sama halnya dengan PT. Pirantinus Energi Persada yang merupakan perusahaan yang bergerak dibidang pelayanan, penyimpanan dan pengisian LPG, yang beralamatkan di Jalan Raya Palembang Indaralaya KM 17 Kelurahan Sungai Rambutan Kecamatan Indralaya Utara Kabupaten Ogan Ilir. PT. Pirantinus Energi Persada merupakan pemasok gas elpiji ke agen-agen kecil untuk memenuhi kebutuhan masyarakat. Di era saat ini, pembeli jauh lebih kritis saat membeli suatu produk tanpa terkecuali saat membeli gas elpiji. Pembeli sering merasa tertipu dengan isi gas elpiji yang berkurang dari isi timbangan awalnya. Ketika pembeli bertanya maka penjual hanya bisa menjawab tidak tau atau bahkan hanya menjawab kami hanya sebagai pemasok bukan distributor pertama jadi penjual tidak mengetahuinya. Hal tersebut membuat penilaian pelanggan terhadap agen tersebut berkurang atau bahkan akan berdampak ke pembelian ulangnya.

Penilaian pelanggan sangat dibutuhkan oleh agen karena tanpa disadari penilaian pelanggan ini merupakan bagian dari promosi yang tak terlihat oleh agen untuk mengait para

pembeli baru sehingga pembeli tersebut bisa dikatakan sebagai pelanggan jika mereka melakukan pembelian ulang atau kesetiaan pembelian di agen tersebut. Akan tetapi, agen-agen yang dimiliki PT. Pirantinus Energi Persada tidak sadar akan hal itu sehingga agen-agen tersebut mengesampingkan peran penilaian pelanggan seperti tidak memberikan kemudahan bagi pembeli baru untuk mendapatkan gas elpiji maka pembeli baru tersebut tidak sesuai dengan ekspektasi atau tidak sesuai dengan apa yang dikatakan oleh pelanggan tetapnya.

Berikut tabel yang menunjukkan data gas elpiji yang digunakan oleh pelanggan.

Tabel 1.1
Pengguna Gas Elpiji di PT. Pirantinus Energi Persada

Isi Berat Tabung	Pengguna (Orang)	Persentase
3 Kg	34	75,6
5,5 Kg	7	15,6
12 Kg	4	8,8
Jumlah	45	100 %

Sumber : PT. Pirantinus Energi Persada

Berdasarkan tabel di atas bahwa hampir seluruh sampel (studi kasus karyawan PT. Pirantinus Energi Persada) sebanyak 34 orang atau 75,6% dari 45 orang sampel menggunakan gas elpiji 3kg. Hal ini dikarenakan gas elpiji 3kg merupakan gas subsidi dari pemerintah untuk skala rumah tangga dengan harga yang terjangkau sehingga mereka bisa dengan mudah mendapatkannya. Sedangkan untuk gas elpiji dengan berat 5,5kg diperoleh 7 orang dari 45 orang yang dijadikan sampel atau sebesar 15,6% orang yang menggunakan, biasanya yang menggunakan gas elpiji 5,5kg ini yaitu penjual makanan dan orang-orang kelas menengah ke atas.

Tabel 1.2
Perbandingan Harga Gas Elpiji di PT. Pirantinus Energi Persada

No.	Isi Berat Tabung Gas	Harga (Rp)		
		Agen 1	Agen 2	Agen 3
1	3 Kg	20.000	22.000	23.500
2	5,5 Kg	91.000	94.000	100.000
3	12 Kg	150.000	189.000	190.000

Sumber : Data diolah, 2022

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa untuk gas elpiji 3kg dari ketiga agen sampel diperoleh agen 1 dengan harga terendah yaitu Rp 20.000,- dan secara otomatis pembeli akan membeli gas elpiji 3kg tersebut di agen 1 dan apabila tidak adanya kenaikan harga maka bisa dikatakan agen 1 akan tetap menjadi penjual dengan pembelian ulang oleh pembeli atau pelanggan akan bersikap loyal terhadap agen 1. Akan tetapi jika agen 1 tidak bisa mempertahankan harga terendahnya dibandingkan kedua agen yang lain maka pembeli akan berpaling dan bisa jadi akan melakukan pembelian di agen 2 atau bahkan agen 3.

Harga gas elpiji sangat menjadi faktor penting bagi pembeli karena setiap pembeli pasti telah melakukan survei harga disetiap agen. Agen dengan harga yang terjangkau atau bisa lebih murah dibanding agen lainnya akan diuntungkan karena tanpa disadari pembeli tersebut akan mempromosikan ke pembeli-pembeli lainnya untuk membeli gas elpiji di tempat yang ia tawarkan dengan catatan tidak adanya perbedaan antara pembeli satu dengan pembeli lainnya.

Pembelian gas elpiji skala rumah tangga dilakukan di agen-agen yang dimiliki oleh PT. Pirantinus Energi Persada memiliki kendala yang berdampak pada loyalitas pelanggan yaitu penilaian yang diberikan pelanggan, harga ditetapkan oleh agen, serta kepuasan yang dirasakan pelanggan.

Saat ini konsumsi gas bumi domestik terus meningkat setiap tahunnya, terutama di sektor industri dalam rangka menekan biaya produksi dan meningkatkan efisiensi mesin sehingga dapat bersaing dengan produk negara-negara lain. Alasan lain adanya pengalihan bahan bakar ke gas yaitu harga sangat kompetitif dan relatif stabil serta ramah lingkungan. Selain penilaian pelanggan, PT. Pirantinus Energi Persada selaku distributor tidak mengetahui harga yang dijual oleh agen-agensya sehingga terkadang perusahaan tidak mencapai target yang ditentukan. Harga menjadi pertimbangan penting bagi pelanggan untuk

membeli sehingga pelanggan memerlukan pertimbangan khusus untuk menentukan harga terkait jumlah uang yang akan dibayarkan. Peranan harga sangatlah penting, jika agen tidak memiliki strategi harga yang sesuai dengan pelanggan maka pelanggan tidak akan melakukan pembelian ulang. Agen tersebut memberikan harga yang berbeda didasarkan pada skala pembelian, loyalitas pembelian, dan cara pengambilan produk.

Agen akan memberikan harga yang bisa dikatakan murah atau agen hanya memperoleh sedikit keuntungan jika skala atau jumlah gas elpiji yang dibeli berjumlah banyak, pembeli tersebut sering atau bisa dikatakan sebagai pelanggan setia, serta pelanggan tersebut mengambil sendiri bukan harus diantar oleh agen.

Jika pelanggan telah mendapatkan gas elpiji sesuai keinginan mereka baik dari kualitas maupun harga maka selanjutnya apakah pelanggan tersebut merasa puas atau tidak terhadap gas elpiji dan agen tersebut. Pelanggan merasa puas apabila harapannya terpenuhi atau akan sangat puas jika harapan pelanggan terlampaui. Tjiptono dan Chandra (2017:146) menyatakan bahwa kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara persepsi terhadap kinerja (hasil) suatu jasa dengan harapan-harapannya. Persaingan yang semakin ketat dalam pemenuhan kebutuhan pelanggan, perusahaan harus menempatkan orientasi pada kepuasan pelanggan, maka sangat penting bagi perusahaan untuk memenangkan persaingan salah satunya adalah dengan memuaskan pelanggannya.

Terdapat agen-agen yang dimiliki PT. Pirantinus Energi Persada tidak memenuhi kepuasan pelanggan lewat penjualan gas elpiji seperti pelayanan penjual yang hanya melayani pelanggan lama sehingga terkadang adanya pembeli baru tidak dihiraukan oleh mereka padahal pembeli baru tersebut merupakan target utama untuk melebarkan penjualan gas elpiji. Dalam pembelian gas elpiji skala rumah tangga sangat dibutuhkan tingkat kepuasan ini karena rumah tangga merupakan target utama penjualan gas elpiji, rumah tangga

tersebut jugalah yang bisa menjadi media promosi gratis melalui mulut ke mulut antar rumah tangga.

Adanya pernyataan di atas, maka agen-agen selaku penerima produk gas elpiji dari PT. Pirantinus Energi Persada perlu menyadari akan pentingnya harga yang ditawarkan dengan kualitas produk sehingga penilaian pelanggan bisa lebih baik untuk produk tersebut dimana hal ini untuk mengetahui puas tidaknya pelanggan dengan tujuan munculnya loyalitas. Jika pelanggan memahami bahwa harga yang diberikan agen memenuhi harapan, maka akan memberikan manfaat dalam hal adanya hubungan baik antar agen dengan pelanggan. Salah satu faktor yang menentukan tingkat keberhasilan dan kualitas adalah kemampuan perusahaan dalam memberikan pelayanan yang bermutu kepada pelanggannya.

Berdasarkan uraian di atas maka dari itu penulis tertarik untuk mengambil judul **“Pengaruh penilaian pelanggan, harga, dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas penggunaan gas elpiji pada PT. Pirantinus Energi Persada”**.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas maka dapat dirumuskan permasalahan sebagai berikut :

1. Apakah penilaian pelanggan, harga, dan kepuasan pelanggan berpengaruh secara simultan terhadap loyalitas penggunaan gas elpiji pada PT. Pirantinus Energi Persada ?
2. Apakah penilaian pelanggan berpengaruh secara parsial terhadap loyalitas penggunaan gas elpiji pada PT. Pirantinus Energi Persada ?
3. Apakah harga berpengaruh secara parsial terhadap loyalitas penggunaan gas elpiji pada PT. Pirantinus Energi Persada ?
4. Apakah kepuasan konsumen berpengaruh secara parsial terhadap loyalitas penggunaan gas elpiji pada PT. Pirantinus Energi Persada ?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan dilakukan penelitian ini yaitu sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui pengaruh secara simultan antara penilaian pelanggan, harga, dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas penggunaan gas elpiji.
2. Untuk mengetahui pengaruh penilaian pelanggan terhadap loyalitas penggunaan gas elpiji secara parsial.
3. Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap loyalitas penggunaan gas elpiji secara parsial.
4. Untuk mengetahui pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas penggunaan gas elpiji secara parsial.

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian ini yaitu sebagai berikut :

1. Bagi Penulis

Penelitian ini diharapkan dapat menambahkan ilmu pengetahuan dan pengalaman bagi penulis khususnya di bidang ilmu manajemen pemasaran serta dapat menerapkan sebagian ilmu pengetahuan yang telah diperoleh selama masa perkuliahan ke dunia luar.

2. Bagi Perusahaan

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi bagi perusahaan sebagai bahan pertimbangan meningkatkan loyalitas penggunaan gas elpiji pada PT. Pirantinus Energi Persada yang ditinjau dari penilaian pelanggan, harga, dan kepuasan pelanggan sebagai titik tolak ukur dalam perusahaan.

3. Bagi Akademis

Hasil dari penelitian ini diharapkan untuk menambah ilmu pengetahuan serta menjadi bahan referensi atau masukan dalam penelitian selanjutnya yang dilakukan oleh peneliti lainnya yang terkhusus dibidang manajemen pemasaran.

DAFTAR PUSTAKA

- Alma, Buchari. (2019). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: CV Alfabeta.
- Amstrong Dan Kotler. (2017). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Assauri, Sofyan. (2019). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Daryanto, & Setyobudi, I. (2019). *Konsumen dan pelayanan prima*. Yogyakarta: Gava Media.
- Griffin, Jill, (2019). *Customer Loyalty: Menumbuhkan dan Mempertahankan Kesetiaan Pelanggan*. Jakarta: Erlangga.
- Hurriyati, Ratih. (2018). *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*. Bandung: Alfabeta.
- Juwandi, Hendy Irawan. (2019). *Kepuasan Pelayanan Jasa*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler dan Keller. (2017). *Manajemen Pemasaran*. Jilid 1. Edisi 12. Jakarta: PT. Indeks Gramedia.
- Lamarto. (2019). *Prinsip Pemasaran, Edisi ke Tujuh, Alih Bahasa Y.Lamarto*, Jakarta : Erlangga.
- Maulana, Hidayah, Khoim. (2018). *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, dan Nilai Pelanggan terhadap Loyalitas Melalui Kepuasan pada Penumpang BRT Trans Semarang*. Skripsi.
- Oliver, R. L. (2019). *Satisfaction : A Behavioral Perspective on the Consumer*. Routledge.
- Putri, Y. L., & Utomo, H. (2019). *Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan dengan Kepuasan sebagai Variabel Intervening (Studi Persepsi Pada Pelanggan Dian Compp Ambarawa)*. Skripsi.
- Ranupandojo dan Husnan. (2018). *Organisasi dan Motivasi : Pasar Peningkatan Produktivitas*. Jakarta: Bumi Angkasa.
- Saraswati, Arifin dan Yulianto. (2018). *Pengaruh Experiential Marketing Terhadap Loyalitas*. Malang: Universitas Brawijaya.
- Stanton, William J. (2019). *Prinsip Pemasaran, alih bahasa : Yohanes Lamarto*, Jakarta: Erlangga.
- Sugiyono. (2018). *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Swasta,Basu. (2020). *Manajemen Pemasaran Modern*.Edisi 13. Yogyakarta: Liberty.
- Sweeney, J. And Soutar, G. (2019). *Consumer perceived value: the development of a multiple item scale. Journal of Retailing*, Vol. 77.

Tjiptono, Fandy. (2017). Pemasaran Jasa – Prinsip, Penerapan, dan Penelitian. Andi Offset. Yogyakarta.

Tjiptono, Fandy., & Anastasia Diana. (2019) Kepuasan Pelanggan. Yogyakarta: Andi offset.