



PENGARUH PERSEPSI PELANGGAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN DENGAN KEPUASAN PELANGGAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING PADA TOKO KAIN TORAY PEMATANGSIANTAR

Vivi Wahana¹⁾ *, Robert Tua Siregar²⁾, Kartini Harahap³⁾, Debi Eka Putri⁴⁾

Program Studi Manajemen, STIE Sultan Agung, Jalan Surabaya No. 19, Kota Pematangsiantar, Sumatera Utara, 21118, Indonesia.

*E-mail: ¹vi.wahana@gmail.com, ²tuasir@stiesultanagung.ac.id, ³kartini@stiesultanagung.ac.id, ⁴debiekaputri@stiesultanagung.ac.id

Abstrak

Hasil penelitian ini dapat diringkas sebagai berikut: 1. persepsi pelanggan yang baik, kepuasan pelanggan yang baik, dan loyalitas pelanggan yang tinggi; 2. hasil analisis regresi adalah $Z = 13.598 + 0,981X$, artinya terdapat pengaruh positif antara persepsi pelanggan terhadap kepuasan pelanggan dan $Y = 13.017 + 0,954Z$ artinya terdapat pengaruh positif antara kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan; 3. hasil analisis korelasi mendapatkan nilai $r = 0,640$, artinya terdapat hubungan yang cukup tinggi antara persepsi pelanggan dengan kepuasan pelanggan dan $r = 0,763$, artinya terdapat hubungan yang cukup tinggi antara kepuasan pelanggan dengan loyalitas pelanggan. Tingkat kepuasan pelanggan dapat dijelaskan oleh persepsi pelanggan sebesar 41,0% dan tingkat loyalitas pelanggan dapat dijelaskan oleh kepuasan pelanggan sebesar 58,2%; 4. hasil pengujian hipotesis H_0 ditolak, artinya persepsi pelanggan memiliki berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan dengan kepuasan pelanggan sebagai variabel intervening.

Kata kunci: Persepsi Pelanggan, Kepuasan Pelanggan, Loyalitas Pelanggan

Abstract

The result of this study can be summarized as follows: 1. Good customer perception, good customer satisfaction, and high customer loyalty. 2. The results of regression analysis is $Z = 13,598 + 0,981X$, its means that there is positive influence between customer perception on customer satisfaction and $Y = 13,017 + 0,954Z$ its means that there is a positive influence between customer satisfaction on customer loyalty. 3. The results of the analysis correlations get value $r = 0,640$, its means that there is moderately high correlation between customer perception with customer satisfaction and $r = 0,763$, its means that there is moderately high correlation between customer satisfaction with customer loyalty. The level of customer satisfaction can be explained by customer perception as big as 41,0% and the level of customer loyalty can be explained by customer satisfaction as big as 58,2%. 4. The results of testing the hypothesis H_0 is rejected, its means the customer perception have positive and significant influence customer loyalty with customer satisfaction as intervening variable.

Keywords: Customer Perception, Customer Satisfaction, Customer Loyalty

Article History: Received 19 Nov 2019 Revised 03 Des 2019 Accepted 17 Des 2019

PENDAHULUAN

Toko Kain Toray Pematangsiantar merupakan toko yang bergerak pada bidang usaha dagang khususnya menjual bakal kain (*textile*), dasi, songket serta pakaian jadi khusus pria. Karena semakin banyak toko sejenis yang bersaing dalam menawarkan produknya, maka Toko Kain Toray Pematangsiantar selalu berusaha untuk mempertahankan dan meningkatkan volume penjualan dalam upaya memperhatikan loyalitas pelanggan. Dari fenomena loyalitas pelanggan tersebut dapat diketahui bahwa pada dimensi pembelian ulang dimana pelanggan tidak tiap kalinya melakukan pembelian di Toko Kain Toray Pematangsiantar. Begitu juga pada dimensi yakin bahwa produk tersebut adalah produk terbaik dikarenakan adanya persaingan antar toko sehingga membuat pelanggan dapat membandingkan dan memilih produk yang dirasa lebih bagus di toko lain.

Kepuasan pelanggan yang benar adalah kepuasan yang berlanjut menjadi loyalitas pelanggan sehingga perlu berusaha menciptakan kepuasan pelanggan melalui beberapa tahapan proses yang dapat diukur melalui beberapa dimensi, yaitu kualitas produk, harga produk, kenyamanan produk, dan dukungan pelanggan. Fenomena kepuasan pelanggan pada Toko Kain Toray Pematangsiantar terdapat pada dimensi harga produk karena ada pelanggan yang merasa harga yang ditawarkan masih terlalu mahal. Selain itu pada dimensi kenyamanan prosedur masih kurang optimal karena kurangnya fasilitas dalam proses pembayaran seperti penggunaan *Electronic Data Capture (EDC)*. Selain kepuasan pelanggan, persepsi pelanggan juga merupakan faktor yang dapat mempengaruhi persepsi pelanggan.

Pada penelitian ini, dimensi persepsi meliputi atensi selektif, distorsi selektif, dan retensi selektif. Fenomena persepsi pelanggan yang terdapat pada Toko Kain Toray Pematangsiantar, terdapat pada dimensi yang terlihat dari karyawan belum terlalu handal dalam menyampaikan informasi harga kepada pelanggan. Sedangkan pada dimensi distorsi selektif, dimana informasi yang diberikan oleh

karyawan kurang jelas sehingga beberapa pelanggan sering mengalihkan diri ke pemilik toko yang menyebabkan pemilik toko ikut menanggapi pelanggan tersebut walau sedang sibuk berjualan dan melayani pembeli lain. Adapun yang menjadi tujuan dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui gambaran dan pengaruh persepsi pelanggan terhadap kepuasan pelanggan kemudian gambaran dan pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan pada Toko Kain Toray Pematangsiantar.

LANDASAN TEORI

Manajemen dan Manajemen Pemasaran

Menurut Griffin (2004:8), “manajemen adalah suatu rangkaian kegiatan (termasuk perencanaan dan pengambilan keputusan, pengorganisasian, kepemimpinan, dan pengendalian) yang diarahkan bagi sumber-sumber daya organisasi (manusia, *financial*, fisik, dan informasi untuk mencapai tujuan organisasi dengan aturan yang efektif dan efisien)”. Lain halnya menurut Daff (2009:6), “manajemen adalah pencapaian tujuan organisasi dengan cara efektif dan efisien melalui perencanaan, pengorganisasian, dan pengendalian sumber daya organisasi”.

Menurut Kotler (2004:7), “pemasaran merupakan suatu proses dimana individu dan kelompok mencapai apa yang mereka butuhkan dan inginkan melalui penciptaan dan pertukaran produk serta nilai dengan pihak lain”. Sedangkan Tjiptono (2015:14), berpendapat bahwa, “pemasaran adalah teknik perencanaan dan pelaksanaan konsepsi, penetapan harga, promosi, dan distribusi barang dan jasa untuk menghasilkan pertukaran yang memuaskan tujuan individu dan organisasi”.

Persepsi Pelanggan

Menurut Schiffman dan Leslie (2007:137), berpendapat bahwa, “persepsi pelanggan didefinisikan sebagai tahap yang dilakukan individu untuk memilih, mengatur, dan menafsirkan stimuli ke dalam gambaran yang berarti dan masuk akal tentang dunia.”

Lain halnya dengan Kotler dan Kevin (2009:179), “persepsi konsumen adalah proses

dimana kita memilih, mengatur, dan menerjemahkan masukan informasi untuk menciptakan gambaran yang berarti”. Berdasarkan pendapat para ahli, penulis menyimpulkan bahwa persepsi pelanggan merupakan proses yang dilakukan seseorang untuk memilih, mengatur, menafsirkan masukan informasi yang diterima guna untuk menciptakan suatu gambaran dunia yang memiliki arti.

Kepuasan Pelanggan

Menurut Tjiptono dan Gregorius (2011:309), “kepuasan pelanggan adalah ukuran spesifik untuk setiap transaksi, situasi atau interaksi yang bersifat jangka pendek.” Berbeda dengan Kotler dan Kevin (2009:138) berpendapat bahwa “kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja atau hasil produk yang dipikirkan terhadap kinerja atau hasil yang diharapkan”. Dari pendapat para ahli tersebut, penulis menyimpulkan bahwa kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan hasil produk yang dipikirkan terhadap hasil yang didapatkan.

Loyalitas Pelanggan

Menurut Tjiptono (2005:110), “loyalitas pelanggan adalah komitmen pelanggan terhadap suatu merek produk yang ditawarkan kepada konsumen”. Sedangkan menurut Kotler dan Kevin (2009:8), “loyalitas pelanggan adalah suatu pembelian ulang yang dilakukan seorang pelanggan karena komitmen pada suatu merek atau suatu perusahaan”. Berdasarkan pendapat para ahli, penulis menyimpulkan bahwa loyalitas pelanggan adalah komitmen dari diri pelanggan terhadap suatu produk yang ditawarkan serta melakukan pembelian secara teratur, membeli antar lini produk atau jasa dan menunjukkan kekebalan terhadap tarikan dari pesaing.

METODE

Adapun desain penelitian yang digunakan dalam penulisan penelitian ini adalah penelitian kepustakaan (*library research*) dan penelitian lapangan (*field research*). Objek penelitian

adalah pelanggan Toko Kain Toray Pematangsiantar, tempat penelitian dilakukan di Toko Kain Toray Pematangsiantar yang berlokasi di jalan Sutomo No 189, Kelurahan Dwikora, Kecamatan Siantar Barat, Pematangsiantar. Jenis data yang digunakan adalah data kualitatif dan kuantitatif dan sumber data berasal dari data primer dan data sekunder. Data penelitian dikumpulkan dengan melakukan wawancara, dokumentasi, dan penyebaran kuesioner. Analisis data meliputi analisis data kualitatif dan analisis kuantitatif.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis

Deskriptif Kualitatif

Analisis deskriptif kualitatif dimaksudkan untuk mendapatkan gambaran atau deskripsi mengenai tanggapan dari pelanggan tentang persepsi pelanggan, kepuasan pelanggan, dan loyalitas pelanggan di Toko Kain Toray Pematangsiantar.

Adapun penetapan kriteria nilai rata-rata jawaban dari responden tersebut dimasukkan ke dalam kelas-kelas interval dengan memakai ketentuan sebagai berikut:

Tabel 1
Nilai Interval dan Kategori Jawaban Responden.

Nilai Interval	Kategori		
	Persepsi Pelanggan	Kepuasan Pelanggan	Loyalitas Pelanggan
1,00-1,80	Sangat Tidak Baik	Sangat Tidak Puas	Sangat Rendah
1,81-2,60	Tidak Baik	Tidak Puas	Rendah
2,61-3,40	Cukup Baik	Cukup Puas	Cukup Tinggi
3,41-4,20	Baik	Puas	Tinggi
4,21-5,00	Sangat Baik	Sangat Puas	Sangat Tinggi

Sumber: data diolah

Gambaran Persepsi Pelanggan pada Toko Kain Toray Pematangsiantar

Dari hasil analisis untuk dimensi atensi selekti pada indikator memperhatikan spanduk berada pada nilai rata-rata 3,94 dengan kriteria jawaban baik. Hal ini disebabkan spanduk yang dipajang terlihat menarik pelanggan untuk diperhatikan dan dibaca. Pada indikator informasi harga yang disampaikan karyawan berada pada rata-rata 3,54 dengan kriteria jawaban baik. Hal ini dikarenakan pelanggan bersedia mendengar penyampaian informasi dari karyawan. Selanjutnya pada indikator informasi

harga yang tertera berada pada rata-rata 3,89 dengan kriteria jawaban baik. Hal ini dikarenakan pelanggan ingin secara langsung melihat informasi harga yang tertera pada rak.

Lalu pada dimensi distorsi selektif pada indikator spanduk menarik perhatian berada pada rata-rata 3,48 dengan kriteria jawaban baik. Hal ini disebabkan spanduk yang ada di toko memiliki bahasa yang mudah dimengerti oleh pelanggan. Pada indikator harga yang tertera jelas berada pada rata-rata 3,59 dengan kriteria jawaban baik. Hal ini disebabkan informasi harga yang tertera pada rak tertulis dengan jelas dan dapat dilihat langsung oleh pelanggan. Selanjutnya pada indikator informasi yang disampaikan karyawan jelas berada pada rata-rata 3,37 dengan kriteria jawaban cukup baik. Hal ini disebabkan volume suara karyawan saat berkomunikasi dengan pelanggan terlampaui kecil sehingga pelanggan mengalihkan diri ke pemilik toko, yang menyebabkan pemilik toko ikut menanggapi walau sedang sibuk melayani pembeli lain.

Pada dimensi retensi selektif pada indikator keyakinan tentang kualitas berada pada rata-rata 3,43 dengan kriteria jawaban baik. Hal ini disebabkan produk yang dijual di toko memiliki kualitas yang bagus. Pada indikator pengalaman sebelumnya berada pada rata-rata 3,48 dengan kriteria jawaban baik. Hal ini disebabkan kualitas produk yang dijual dan pelayanan yang diberikan kepada pelanggan adalah baik sehingga membuat beberapa pelanggan memiliki pengalaman berbelanja yang menyenangkan di toko. Selanjutnya pada indikator keunggulan berada pada rata-rata 3,51 dengan kriteria jawaban baik. Hal ini disebabkan pemilik toko dan karyawan selalu melayani pelanggan dengan ramah dan sopan sehingga membuat adanya keunggulan yang berbeda dari toko lain yang sejenis.

Secara keseluruhan dapat dilihat bahwa rata-rata persepsi pelanggan yang diberikan para responden berada pada nilai 3,59 dengan kriteria jawaban baik. Kemudian nilai rata-rata tertinggi sebesar 4,03 dengan kriteria jawaban baik pada dimensi atensi selektif dengan indikator memperhatikan spanduk. Sedangkan nilai rata-

rata terendah sebesar 3,37 dengan kriteria jawaban cukup baik pada dimensi distorsi selektif dengan indikator informasi yang disampaikan karyawan jelas.

Gambaran Kepuasan Pelanggan pada Toko Kain Toray Pematangsiantar

Dari hasil analisa dapat dilihat bahwa dimensi kualitas produk pada indikator produk yang didapatkan berada pada rata-rata 3,88 dengan kriteria jawaban puas. Hal ini dikarenakan produk yang dijual sesuai dengan permintaan pelanggan. Pada indikator kelengkapan produk berada pada rata-rata 4,29 dengan kriteria jawaban sangat puas. Hal ini dikarenakan Toko Kain Toray Pematangsiantar menjual berbagai ragam jenis bakal kain dengan berbagai merek pilihan yang tersedia. Selanjutnya pada indikator produk penggantian berada pada rata-rata 3,51 dengan kriteria jawaban puas. Hal ini disebabkan kerusakan pada produk yang dibeli oleh pelanggan dapat diganti kembali dengan produk baru.

Lalu pada dimensi harga produk pada indikator harga produk yang ditawarkan berada pada rata-rata 3,29 dengan kriteria jawaban cukup puas. Hal ini dikarenakan beberapa pelanggan menganggap harga produk yang ditawarkan masih terlampaui mahal. Pada indikator variasi harga produk berada pada rata-rata 3,48 dengan kriteria jawaban puas. Hal ini dikarenakan pihak toko menawarkan produk dengan variasi harga produk yang berbeda sesuai dengan merek produk yang berbeda kepada pelanggan. Selanjutnya pada indikator pemahaman karyawan tentang spesifikasi harga berada pada rata-rata 3,37 dengan kriteria jawaban cukup puas. Hal ini disebabkan kemampuan karyawan dalam menguasai harga produk yang dijual masih kurang.

Pada dimensi kenyamanan prosedur pada indikator kemudahan yang diberikan ketika berbelanja berada pada rata-rata 3,35 dengan kriteria jawaban cukup puas. Hal ini dikarenakan kurangnya fasilitas proses pembayaran seperti EDC (*Electronic Data Capture*). Pada indikator kenyamanan yang disediakan berada pada rata-rata 3,59 dengan kriteria jawaban puas. Hal ini dikarenakan Toko

Kain Toray Pematangsiantar menyediakan kamar mandi dan kursi duduk untuk pelanggan sehingga membuat pelanggan menjadi nyaman saat berbelanja. Selanjutnya, pada indikator prosedur pelayanan terdapat pada rata-rata 4,27 dengan kriteria jawaban sangat puas. Hal ini dikarenakan pemilik toko dan karyawan memiliki tata krama yang baik dalam melayani pelanggan.

Pada dimensi dukungan pelanggan pada indikator rasa bangga menggunakan produk terdapat pada rata-rata 3,94 dengan kriteria jawaban puas. Hal ini dikarenakan pelanggan memiliki rasa kebanggaan pada toko karena produk yang dibeli adalah produk yang bagus. Pada indikator kekaguman yang diterima ketika menggunakan produk berada pada rata-rata 4,41 dengan kriteria jawaban sangat puas. Hal ini dikarenakan beberapa pelanggan melihat bahwa bakal kain yang telah dijahit terlihat sangat cantik dipakai oleh pelanggan lain. Selanjutnya, pada indikator tingkat kepuasan ketika berbelanja pada rata-rata 4,05 dengan kriteria jawaban puas. Hal ini disebabkan penjual dapat mengerti apa keinginan dari pelanggan dan Toko Kain Toray memiliki ruang yang luas untuk pelanggan berbelanja.

Secara keseluruhan dapat dilihat bahwa rata-rata nilai kepuasan pelanggan berada pada nilai 3,76 dengan kriteria jawaban puas. Kemudian nilai rata-rata tertinggi sebesar 4,41 dengan kriteria jawaban sangat puas pada dimensi dukungan pelanggan dengan indikator kekaguman yang diterima ketika menggunakan produk. Sedangkan, nilai rata-rata terendah sebesar 3,29 dengan kriteria jawaban cukup puas pada dimensi harga produk dengan indikator harga produk yang ditawarkan.

Gambaran Loyalitas Pelanggan pada Toko Kain Toray Pematangsiantar

Dari hasil analisis, dapat dilihat pada dimensi pembelian ulang pada indikator frekuensi pembelian barang yang sama berada pada rata-rata 3,35 dengan kriteria jawaban cukup tinggi. Hal ini dikarenakan setiap pelanggan yang berbelanja ke Toko Kain Toray Pematangsiantar pada umumnya tidak selalu membeli produk yang sama melainkan produk

yang berbeda setiap datang berbelanja. Pada indikator frekuensi pembelian barang yang berbeda berada pada rata-rata 3,48 dengan kriteria jawaban tinggi. Hal ini dikarenakan pelanggan sering melakukan pembelian produk yang berbeda setiap kali berbelanja ke toko.

Selanjutnya pada indikator menjaga hubungan jangka panjang berada pada rata-rata 4,21 dengan kriteria jawaban sangat tinggi. Hal ini dikarenakan Toko Kain Toray Pematangsiantar selalu menjaga hubungan baik dengan para pelanggan serta ada memberikan kartu nama toko dan nomor telepon jadi jika ada pemesanan lebih lanjut bisa dihubungi ke pihak toko. Pada dimensi kebiasaan mengkonsumsi produk pada indikator membeli secara teratur berada pada rata-rata 4,29 dengan kriteria jawaban sangat tinggi. Hal ini dikarenakan pelanggan Toko Kain Toray Pematangsiantar melakukan pembelian secara teratur minimal 1 minggu sekali khususnya pembelian bakal kain putih dan kain satin. Pada indikator keyakinan untuk tetap membeli berada pada rata-rata 4,08 dengan kriteria jawaban tinggi. Hal ini dikarenakan produk yang dibeli oleh pelanggan selalu sesuai dengan harapannya sehingga pelanggan merasa yakin untuk membeli di Toko Kain Toray Pematangsiantar.

Selanjutnya pada indikator keunggulan produk berada pada rata-rata 4,21 dengan kriteria jawaban sangat tinggi. Hal ini dikarenakan walaupun ada beberapa pelanggan yang tidak merasa produk yang dijual di toko adalah produk terbaik namun produk yang ditawarkan oleh toko kepada pelanggan merupakan produk yang sudah diambil dari pemasok yang memiliki kualitas yang unggul.

Pada dimensi selalu menyukai produk tersebut pada indikator konsistensi membeli produk berada pada rata-rata 3,73 dengan kriteria jawaban tinggi. Hal ini dikarenakan beberapa pelanggan selalu konsisten untuk tetap datang dan membeli produk di Toko Kain Toray Pematangsiantar sesuai dengan kebutuhannya. Pada indikator kebanggaan pada toko berada pada rata-rata 3,48 dengan kriteria jawaban tinggi. Hal ini dikarenakan beberapa pelanggan memiliki rasa kebanggaan pada toko karena

produk yang dibeli adalah produk yang bagus. Selanjutnya pada indikator keuntungan yang diperoleh berada pada rata-rata 3,48 dengan kriteria jawaban tinggi. Hal ini dikarenakan pelanggan mendapatkan bonus seperti pemberian bakal batik, bakal celana ataupun dasi pria jika pembelian dalam jumlah yang banyak.

Pada dimensi yakin bahwa produk tersebut adalah produk terbaik pada indikator frekuensi pembelian terhadap produk apapun yang dijual berada pada rata-rata 3,48 dengan kriteria jawaban tinggi. Hal ini dikarenakan biasanya pelanggan lebih sering melakukan pembelian terhadap berbagai ragam produk. Pada indikator produk yang dijual adalah produk paling baik berada pada rata-rata 3,32 dengan kriteria jawaban cukup tinggi. Hal ini dikarenakan adanya persaingan antar toko sehingga pelanggan dapat membandingkan dan memilih produk yang dirasa lebih bagus di toko lain. Selanjutnya pada indikator mengabaikan usaha lain yang sejenis berada pada rata-rata 3,37 dengan kriteria jawaban cukup tinggi. Hal ini dikarenakan keinginan beberapa pelanggan yang masih ingin membandingkan harga produk dan kelengkapan produk yang dijual di toko lain yang sejenis.

Selain itu pada dimensi merekomendasikan produk tersebut kepada orang lain pada indikator menginformasikan kepada pihak lain berada pada rata-rata 4,08 dengan kriteria jawaban tinggi. Hal ini dikarenakan pelanggan dengan senang hati menginformasikan toko kepada keluarga, saudara atau temannya. Pada indikator merekomendasikan kepada pihak lain berada pada rata-rata 3,45 dengan kriteria jawaban tinggi. Hal ini dikarenakan adanya keinginan diri pelanggan untuk merekomendasikan toko secara *mouth to mouth* kepada keluarga, saudara atau temannya untuk berbelanja ke toko.

Selanjutnya pada indikator mengajak pihak lain berada pada rata-rata 4,18 dengan kriteria jawaban tinggi. Hal ini dikarenakan ada pelanggan yang membawa secara langsung keluarga, saudara atau temannya untuk

melakukan pembelian di Toko Kain Toray Pematangsiantar.

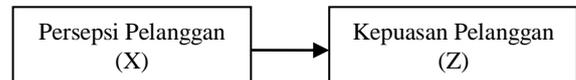
Secara keseluruhan dapat dilihat bahwa rata-rata loyalitas pelanggan berada pada nilai 3,75 dengan kriteria jawaban tinggi. Kemudian nilai rata-rata tertinggi sebesar 4,29 dengan kriteria jawaban sangat tinggi pada dimensi kebiasaan mengkonsumsi produk dengan indikator membeli secara teratur. Sedangkan nilai rata-rata terendah sebesar 3,32 dengan kriteria cukup tinggi pada dimensi yakin bahwa produk tersebut adalah produk terbaik dengan indikator produk yang dijual adalah produk paling baik.

Deskriptif Kuantitatif

Analisis Regresi Sederhana

Pengaruh Persepsi Pelanggan terhadap Kepuasan Pelanggan

Pada bagian ini dilakukan pengujian regresi linier sederhana untuk menganalisis besarnya pengaruh persepsi pelanggan terhadap kepuasan pelanggan pada Toko Kain Toray Pematangsiantar. Sebelum melakukan analisis tersebut diperlukan suatu alat bantu berupa gambar kerangka pikir dari variabel bebas dan variabel intervening pada gambar di bawah ini:



Gambar 1

Regresi Sederhana X (Persepsi Pelanggan) terhadap Z (Kepuasan Pelanggan)

Analisis dilakukan melalui tabulasi jawaban responden pada kuesioner yang telah dijalankan. Untuk melihat pengaruh variabel dengan persamaan regresi, maka digunakan perhitungan dengan menggunakan program aplikasi SPSS 21 untuk memperoleh nilai a dan b dengan notasi sebagai berikut:

Tabel 2
Hasil Analisis Regresi Sederhana
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients
		B	Std. Error	Beta
1	(Constant) Persepsi Pelanggan	13,598 ,981	6,459 ,199	.640

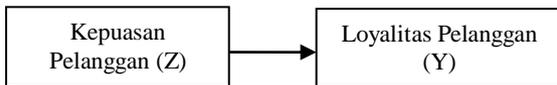
a. *Dependent Variable*: kepuasan Pelanggan

Sumber: hasil pengolahan kuesioner dengan SPSS Versi 21 (2019)

Berdasarkan hasil pengolahan data pada tabel 2 di atas dapat diperoleh persamaan regresi sebagai berikut: $Z = 13,598 + 0,981X$ artinya terdapat pengaruh positif antara persepsi pelanggan (X) terhadap kepuasan pelanggan (Z) pada Toko Kain Toray Pematangsiantar.

Pengaruh Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan

Pada bagian ini dilakukan pengujian regresi linier sederhana untuk menganalisis besarnya pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan pada Toko Kain Toray Pematangsiantar. Sebelum melakukan analisis tersebut diperlukan suatu alat bantu berupa gambar kerangka pikir dari variabel *intervening* dan variabel terikat pada gambar di bawah ini:



Gambar 2
Regresi Sederhana Z (Kepuasan Pelanggan) terhadap Y (Loyalitas Pelanggan)

Analisis dilakukan melalui tabulasi jawaban responden pada kuesioner yang telah dijalankan. Untuk melihat pengaruh variabel dengan persamaan regresi, maka digunakan perhitungan dengan menggunakan program aplikasi SPSS 21 untuk memperoleh nilai a dan b dengan notasi sebagai berikut:

Tabel 3
Hasil Analisis Regresi Sederhana coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients
	(Constant)	B	Std. Error	Beta
1	Kepuasan Pelanggan	13,017 ,954	6,222 ,137	.763

a. *Dependent Variable:* Loyalitas Pelanggan
Sumber: hasil pengolahan kuesioner dengan SPSS Versi 21 (2019)

Berdasarkan hasil pengolahan data pada tabel 3 di atas dapat diperoleh persamaan regresi sebagai berikut: $Y = 13,017 + 0,954Z$ artinya terdapat pengaruh positif antara kepuasan pelanggan (Z) terhadap loyalitas pelanggan (Y) pada Toko Kain Toray Pematangsiantar.

Analisis Koefisien Korelasi dan Koefisien Determinasi

Hubungan Persepsi Pelanggan dengan Kepuasan Pelanggan pada Toko Kain Toray Pematangsiantar

Untuk menghitung kekuatan hubungan persepsi pelanggan terhadap kepuasan pelanggan, dilakukan dengan menggunakan bantuan SPSS Versi 21 yang dapat dilihat melalui tabel berikut ini:

Tabel 4
Analisis Koefisien Korelasi dan Koefisien Determinasi Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.640	.410	.393	3.401

a. *Predictors:* (Constant), Persepsi Pelanggan
b. *Dependent Variable:* Kepuasan Pelanggan
Sumber: hasil pengolahan kuesioner dengan SPSS Versi 21 (2019)

Dari tabel 4 di atas diperoleh nilai korelasi $r = 0,640$ artinya terdapat hubungan yang kuat antara persepsi pelanggan dengan kepuasan pelanggan pada Toko Kain Toray Pematangsiantar sesuai dengan kriteria koefisien korelasi pada tabel 3.4. Kemudian nilai koefisien determinasi (KD) sebesar 0,410 artinya, tinggi rendahnya kepuasan pelanggan pada Toko Kain Toray Pematangsiantar sebesar 41,0% dapat dijelaskan oleh persepsi pelanggan, sedangkan sisanya 59,0% dijelaskan oleh faktor-faktor lain seperti kualitas pelayanan, harga, dan citra merek.

Hubungan Kepuasan Pelanggan dengan Loyalitas Pelanggan pada Toko Kain Toray Pematangsiantar

Untuk menghitung kekuatan hubungan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan, dilakukan dengan menggunakan bantuan SPSS Versi 21 yang dapat dilihat melalui tabel berikut ini:

Tabel 5
Analisis Koefisien Korelasi dan Koefisien
Determinasi
Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,763	,582	,570	3.580

a. Predictors: (Constant), Kepuasan Pelanggan

b. Dependent Variable: Loyalitas Pelanggan

Sumber: hasil pengolahan kuesioner dengan SPSS Versi 21 (2019)

Dari tabel 5 di atas diperoleh nilai korelasi $r = 0,763$ artinya terdapat hubungan yang kuat antara kepuasan pelanggan dengan loyalitas pelanggan pada Toko Kain Toray Pematangsiantar sesuai dengan kriteria koefisien korelasi pada tabel 3.4. Kemudian nilai koefisien determinasi (KD) sebesar 0,582 artinya tinggi rendahnya loyalitas pelanggan pada Toko Kain Toray Pematangsiantar sebesar 58,2% dapat dijelaskan oleh kepuasan pelanggan, sedangkan sisanya 41,8% dijelaskan oleh faktor-faktor lain seperti kualitas pelayanan, harga, dan citra merek.

Pengujian Hipotesis

Hipotesis 1: Pengaruh persepsi pelanggan terhadap kepuasan pelanggan pada Toko Kain Toray Pematangsiantar

Pengujian ini dilakukan secara parsial, yaitu dilakukan untuk menentukan diterima atau ditolaknya hipotesis. Pengujian hipotesis dilakukan untuk mengetahui apakah variabel persepsi pelanggan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Untuk menghasilkan suatu kesimpulan yang valid, maka harus dilakukan uji hipotesis. Dari hasil perhitungan koefisien korelasi diketahui bahwa persepsi pelanggan berhubungan dengan kepuasan pelanggan. Untuk menguji kebenarannya maka dilakukan pengujian hipotesis dengan menggunakan bantuan SPSS Versi 21.

Tabel 6
Perkiraan ^{hitung}
Coefficients^a

Model	t	Sig
1 (Constant)	2,105	,043
Persepsi Pelanggan	4,931	,000

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Sumber: hasil pengolahan kuesioner dengan SPSS Versi 21 (2019)

Dari tabel 6 di atas pada variabel persepsi pelanggan diperoleh thitung sebesar 4,931 > ttabel dengan ketentuan $n-2$ pada level kesalahan 5% atau 0,05 ($37-2=35$) sebesar 2,030 atau tarif signifikan 0,000 < dari α 0,05 maka H_0 ditolak, artinya persepsi pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada Toko Kain Toray Pematangsiantar.

2. Hipotesis 2: Pengaruh Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan pada Toko Kain Toray Pematangsiantar

Pengujian ini dilakukan secara parsial yaitu dilakukan untuk menentukan diterima atau ditolaknya hipotesis. Pengujian hipotesis dilakukan untuk mengetahui apakah variabel kepuasan pelanggan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan.

Untuk menghasilkan suatu kesimpulan yang valid, maka harus dilakukan uji hipotesis. Dari hasil perhitungan koefisien korelasi diketahui bahwa kepuasan pelanggan berhubungan dengan loyalitas pelanggan. Untuk menguji kebenarannya maka dilakukan pengujian hipotesis dengan menggunakan bantuan SPSS Versi 21.

Tabel 7
Perkiraan ^{hitung}
Coefficients^a

Model	t	Sig
1 (Constant)	2,092	,044
Kepuasan Pelanggan	6,983	,000

a. Dependent Variable: Loyalitas Pelanggan

Sumber: hasil pengolahan kuesioner dengan SPSS Versi 21 (2019)

Dari tabel 7. di atas pada variabel kepuasan pelanggan diperoleh thitung sebesar 6,983 > ttabel dengan ketentuan $n-2$ pada level kesalahan 5% atau 0,05 ($37-2=35$) sebesar 2,030 atau tarif signifikan 0,000 < dari α 0,05 maka H_0 ditolak, artinya kepuasan pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada Toko Kain Toray Pematangsiantar.

Evaluasi

Persepsi Pelanggan Pada Toko Kain Toray Pematangsiantar

Dari hasil rekapitulasi penyebaran kuesioner masih ada beberapa indikator yang perlu diperhatikan karena masih di bawah nilai

rata-rata keseluruhan, yaitu dimensi atensi selektif dengan indikator informasi harga yang disampaikan karyawan memiliki nilai rata-rata 3,54 dengan kriteria jawaban baik. Walaupun pelanggan bersedia mendengar penyampaian informasi harga dari karyawan, tetapi karyawan belum terlalu handal dalam menyampaikan informasi harga kepada pelanggan. Sebaiknya Toko Kain Toray Pematangsiantar dapat melatih dan memotivasi karyawannya agar dapat handal dalam menyampaikan informasi harga kepada pelanggan.

Pada dimensi distorsi selektif dengan indikator spanduk menarik perhatian memiliki nilai rata-rata 3,48 dengan kriteria jawaban baik. Walaupun spanduk yang ada di toko memiliki bahasa yang mudah dimengerti oleh pelanggan, tetapi warna latar belakang spanduk terlalu mencolok sehingga tulisan yang dibuat di spanduk tersebut tidak dapat dengan jelas dibaca oleh pelanggan. Sebaiknya spanduk pada Toko Kain Toray Pematangsiantar dibuat warna latar belakangnya tidak mencolok sehingga enak dipandang.

Pada indikator informasi yang disampaikan karyawan jelas memiliki nilai rata-rata 3,37 dengan kriteria jawaban cukup baik, hal ini karena volume suara karyawan saat berkomunikasi dengan pelanggan terlampaui kecil. Sebaiknya karyawan lebih memahami bagaimana sikap konsumen agar mampu lebih maksimal memberikan pelayanannya. Pada dimensi retensi selektif dengan indikator keyakinan tentang kualitas memiliki nilai rata-rata 3,43 dengan kriteria jawaban baik. Walaupun produk yang dijual di toko memiliki kualitas yang bagus, tetapi produk yang dijual di Toko Kain Toray Pematangsiantar belum tentu dibeli oleh pelanggan. Sebaiknya pemilik toko dan karyawan dapat mempengaruhi pelanggan dalam menyakinkan produk yang dijual di toko dengan harga yang bersaing memiliki kualitas yang bagus.

Pada indikator pengalaman sebelumnya memiliki nilai rata-rata 3,48 dengan kriteria jawaban baik. Walaupun kualitas produk yang dijual dan pelayanan yang diberikan kepada pelanggan adalah baik dan mampu membuat

pelanggan terus mengingat hal tersebut, tetapi masih ada beberapa pelanggan yang selalu berbelanja dengan produk yang berbeda sehingga pelanggan tersebut belum memiliki pengalaman dari produk baru yang belum pernah mereka beli. Sebaiknya pemilik toko dan karyawan selalu konsisten dalam memberikan informasi tentang spesifik produk terlebih dahulu agar dapat menjadi sebuah pengalaman yang menyenangkan bagi setiap pelanggan pada Toko Kain Toray Pematangsiantar.

Selanjutnya, pada indikator keunggulan memiliki nilai rata-rata 3,51 dengan kriteria jawaban baik. Walaupun pemilik toko dan karyawan toko saat melayani pelanggan sangat ramah dan sopan, tetapi karyawan toko masih kurang handal dalam berkomunikasi dengan pelanggan saat melayaninya. Sebaiknya karyawan toko dapat belajar melihat bagaimana pemilik toko berkomunikasi dengan pelanggan sehingga karyawan toko dapat menjadi handal dalam berkomunikasi dengan pelanggan saat melayani pelanggan.

Kepuasan Pelanggan Pada Toko Kain Pematangsiantar

Dari hasil rekapitulasi jawaban responden terkait dengan kepuasan pelanggan mendapatkan nilai rata-rata keseluruhan sebesar 3,76 dengan kriteria jawaban puas, tetapi masih terdapat beberapa dimensi yang memperoleh nilai di bawah rata-rata keseluruhan sehingga masih diperlukan peningkatan dan perbaikan. Pada dimensi kualitas produk dengan indikator produk pengganti yang tersedia memiliki nilai rata-rata 3,51 dengan kriteria jawaban puas. Walaupun ada kerusakan pada produk yang dibeli oleh pelanggan dapat diganti kembali dengan produk baru, tetapi tidak semua pelanggan mendapatkan produk pengganti dari toko. Sebaiknya Toko Kain Toray Pematangsiantar dapat memberikan produk pengganti kepada setiap pelanggannya setelah memastikan kerusakan produk yang terjadi berasal dari pihak toko.

Pada dimensi harga produk dengan indikator harga produk yang ditawarkan memiliki nilai rata-rata 3,29 dengan kriteria jawaban cukup puas. Hal ini karena harga

produk yang ditawarkan masih terlampau mahal. Sebaiknya Toko Kain Toray Pematangsiantar dapat menawarkan produk dengan harga yang lebih murah kepada pelanggan. Pada indikator variasi harga produk memiliki nilai rata-rata 3,48 dengan kriteria jawaban puas. Walaupun pihak toko menawarkan produk dengan variasi harga produk yang berbeda sesuai dengan merek produk berbeda kepada pelanggan, tetapi pihak toko menawarkan harga dengan variasi harga produk yang menengah ke atas sehingga pelanggan merasa masih mahal produk tersebut. Sebaiknya Toko Kain Toray lebih banyak menyediakan produk yang bagus dengan penawaran variasi harga produk yang lebih murah kepada pelanggan.

Selanjutnya pada indikator penjelasan karyawan memiliki nilai rata-rata 3,37 dengan kriteria jawaban cukup puas, hal ini karena kemampuan karyawan dalam menguasai harga produk yang dijual masih kurang. Sebaiknya Toko Kain Toray Pematangsiantar menyeleksi terlebih dahulu karyawan yang ingin bekerja apakah telah mempunyai pengalaman bekerja sebelumnya agar memudahkan pemilik toko dalam membina dan mengajari karyawannya dalam hal mengenai harga, produk dan cara berkomunikasi dengan pelanggan.

Pada dimensi kenyamanan prosedur dengan indikator kemudahan yang diberikan ketika berbelanja memiliki nilai rata-rata 3,35 dengan kriteria jawaban cukup puas, hal ini karena kurangnya fasilitas proses pembayaran seperti EDC (*Electronic Data Capture*). Sebaiknya Toko Kain Toray Pematangsiantar dapat memasang fasilitas proses pembayaran seperti EDC (*Electronic Data Capture*) sehingga pelanggan yang membeli produk dalam jumlah yang banyak dapat dengan mudah membayar kepada pihak toko daripada membawa uang tunai dalam jumlah yang banyak. Pada indikator kenyamanan yang disediakan memiliki nilai rata-rata 3,59 dengan kriteria jawaban puas. Walaupun tersedianya kamar mandi dan kursi duduk untuk pelanggan, tetapi terkadang kursi duduk yang disediakan pada toko tidak cukup banyak untuk pelanggan lainnya sehingga pelanggan lain hanya bisa mengalah dan berdiri.

Sebaiknya Toko Kain Toray Pematangsiantar menyediakan kursi tunggu lebih banyak untuk pelanggannya.

Loyalitas Pelanggan Pada Toko Kain Toray Pematangsiantar

Dari hasil rekapitulasi responden mengenai loyalitas pelanggan pada Toko Kain Toray Pematangsiantar sudah tergolong tinggi dengan nilai rata-rata keseluruhan 3,75 dengan kriteria jawaban tinggi. Tetapi masih ada terdapat beberapa indikator yang memperoleh nilai di bawah rata-rata sehingga masih diperlukan peningkatan dan perbaikan.

Dimensi pembelian ulang pada indikator frekuensi pembelian barang yang sama memiliki rata-rata 3,35 dengan kriteria jawaban cukup tinggi, hal ini karena setiap pelanggan yang berbelanja ke Toko Kain Toray Pematangsiantar, pada umumnya selalu membeli produk yang berbeda. Sebaiknya Toko Kain Toray Pematangsiantar dapat menawarkan produk yang pernah dibeli oleh pelanggan pada kesempatan kedua kalinya saat membeli produk yang berbeda.

Pada indikator frekuensi pembelian barang yang berbeda memiliki nilai rata-rata 3,48 dengan kriteria jawaban tinggi. Walaupun pelanggan sering melakukan pembelian produk yang berbeda setiap kali berbelanja, tetapi terkadang pelanggan tidak melakukan pembelian pada produk yang berbeda karena faktor ketidakcocokan selera dan keterbatasan ekonomi sehingga pelanggan hanya ingin melihat namun tidak ingin membeli. Sebaiknya pemilik toko dan karyawan toko tetap bersikap ramah dan melayani dengan baik agar pelanggan dapat berpikir dua kali untuk datang kembali membeli produk yang berbeda jika sesuai dengan selera pelanggan.

Pada dimensi selalu menyukai produk tersebut dengan indikator konsistensi membeli produk memiliki nilai rata-rata 3,73 dengan kategori jawaban tinggi. Walaupun pelanggan selalu konsisten untuk tetap datang dan membeli produk di Toko Kain Toray Pematangsiantar sesuai dengan kebutuhannya, tetapi terkadang ada pelanggan yang bisa mengeluh bahwa ia tidak pernah mendapatkan bonus walau sudah

konsisten berbelanja ke Toko Kain Toray Pematangsiantar. Sebaiknya Toko Kain Toray Pematangsiantar dapat mengerti keinginan pelanggan yang selalu konsisten berbelanja ke toko dengan cara memberikan *souvenir* toko.

Pada indikator kebanggaan pada toko memiliki nilai rata-rata 3,48 dengan kriteria jawaban tinggi. Walaupun sebagian besar pelanggan merasa memiliki kebanggaan pada toko bahwa produk yang dibeli adalah produk yang bagus dan setelah menjadi sebuah pakaian dapat dipakai dengan nyaman dan indah, tetapi masih ada beberapa pelanggan lain yang tidak merasa bangga setelah menggunakan pakaian yang telah dijahit karena tidak terlalu nyaman dipakai dan tidak sesuai dengan yang diharapkan. Sebaiknya Toko Kain Toray Pematangsiantar dapat merekomendasikan kepada pelanggan dimana tempat menjahit pakaian yang bagus agar pelanggan merasa bangga pada toko karena telah merekomendasikan tempat menjahit pakaian yang bagus dan tidak membuat pelanggan menjadi kecewa.

Selanjutnya pada indikator keuntungan yang diperoleh memiliki nilai rata-rata 3,48 dengan kriteria jawaban tinggi. Walaupun pelanggan mendapatkan bonus seperti pemberian bakal batik, bakal celana ataupun dasi pria jika pembelian dalam jumlah yang banyak, tetapi tingkat keuntungan yang diperoleh pelanggan masih kurang karena walaupun pelanggan telah melakukan pembelian dalam jumlah yang banyak, namun Toko Kain Toray Pematangsiantar tidak menyediakan fasilitas seperti pengangkutan barang untuk membawa produk tersebut sampai ke tujuan yang diinginkan pelanggan. Sebaiknya Toko Kain Toray Pematangsiantar dapat berpikir kembali untuk menyediakan fasilitas seperti pengangkutan barang untuk membawa produk yang telah dibeli oleh pelanggan dalam jumlah yang banyak ke tempat tujuan yang diinginkan oleh pelanggan.

Pada dimensi yakin bahwa produk tersebut adalah produk terbaik dengan indikator frekuensi pembelian terhadap produk apapun yang dijual memiliki nilai rata-rata 3,48 dengan

kriteria jawaban tinggi. Walaupun pelanggan lebih sering melakukan pembelian terhadap berbagai ragam produk, tetapi masih ada beberapa pelanggan yang tidak membeli berbagai ragam produk di Toko Kain Toray Pematangsiantar melainkan di toko lain yang sejenis. Sebaiknya Toko Kain Toray Pematangsiantar dapat menyakinkan pelanggan bahwa berbagai ragam produk yang dijual di toko merupakan produk yang terbaik.

Pada indikator produk yang dijual adalah produk paling baik memiliki nilai rata-rata 3,32 dengan kriteria jawaban cukup tinggi, hal ini dikarenakan adanya persaingan antar toko sehingga membuat pelanggan dapat membandingkan dan memilih produk yang dirasa lebih bagus di toko lain. Sebaiknya Toko Kain Toray Pematangsiantar dapat meyakinkan pelanggan bahwa produk yang dijual adalah terbaik dengan cara memasok produk yang memiliki ketahanan yang kuat, tidak mudah koyak dan gampang dilipat.

Selanjutnya pada indikator mengabaikan usaha lain yang sejenis memiliki nilai rata-rata 3,37 dengan kriteria jawaban cukup tinggi. Hal ini dikarenakan pelanggan ingin membandingkan harga dan kelengkapan produk yang dijual di toko lain yang sejenis. Sebaiknya Toko Kain Toray Pematangsiantar membuat kupon belanja untuk pelanggan. Dimana jika telah melakukan pembelian sebanyak 7 kali maka pelanggan akan mendapatkan *souvenir* toko dan mendapatkan potongan harga dengan produk yang terbaik sehingga pelanggan bisa mengabaikan usaha lain yang sejenis. Dimensi merekomendasikan produk tersebut kepada orang lain pada indikator merekomendasikan kepada pihak lain memiliki nilai rata-rata 3,45 dengan kriteria jawaban tinggi. Walaupun sudah ada keinginan diri pelanggan untuk merekomendasikan toko kepada pihak lain, tetapi masih ada juga pelanggan yang tidak ingin merekomendasikan toko kepada pihak lain. Sebaiknya Toko Kain Toray Pematangsiantar membuat pengumuman kecil yang dipajang di toko bahwa pelanggan yang bersedia merekomendasikan toko kepada pihak lain yang membeli produk dalam jumlah yang banyak

akan mendapatkan hadiah seperti *souvenir* toko dan diberi uang tunai sebesar Rp.30.000,- per orang.

SIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

- a. Hasil analisis deskriptif kualitatif tentang persepsi pelanggan pada Toko Kain Toray Pematangsiantar memperoleh nilai rata-rata 3,59. Pada dimensi atensi selektif dengan indikator memperhatikan spanduk memperoleh nilai rata-rata tertinggi 4,02. Sedangkan nilai rata-rata terendah sebesar 3,37 pada dimensi distorsi selektif dengan indikator informasi yang disampaikan karyawan jelas.
- b. Hasil analisis deskriptif kualitatif tentang kepuasan pelanggan pada Toko Kain Toray Pematangsiantar memperoleh nilai rata-rata 3,76. Pada dimensi dukungan pelanggan dengan indikator kekaguman yang diterima ketika menggunakan produk memperoleh nilai rata-rata tertinggi 4,41. Sedangkan nilai rata-rata terendah sebesar 3,29 pada dimensi harga produk dengan indikator harga produk yang ditawarkan.
- c. Hasil analisis deskriptif kualitatif tentang loyalitas pelanggan pada Toko Kain Toray Pematangsiantar memperoleh nilai rata-rata 3,75. Pada dimensi kebiasaan mengkonsumsi produk dengan indikator pembelian secara teratur memperoleh nilai rata-rata tertinggi 4,29. Sedangkan nilai rata-rata terendah sebesar 3,32 pada dimensi yakin bahwa produk tersebut adalah produk terbaik dengan indikator produk yang dijual adalah produk paling baik.
- d. Hasil analisis regresi linier sederhana menunjukkan terdapat pengaruh positif antara persepsi pelanggan terhadap kepuasan pelanggan pada Toko Kain Toray Pematangsiantar. Hasil analisis regresi linier sederhana menunjukkan terdapat pengaruh positif antara kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan pada Toko Kain Toray Pematangsiantar.

- e. Hasil analisis koefisien korelasi menunjukkan terdapat hubungan yang kuat antara persepsi pelanggan dengan kepuasan pelanggan pada Toko Kain Toray Pematangsiantar. Selanjutnya tinggi rendahnya kepuasan pelanggan pada Toko Kain Toray Pematangsiantar dapat dijelaskan oleh persepsi pelanggan. Hasil analisis koefisien korelasi menunjukkan terdapat hubungan yang kuat antara kepuasan pelanggan dengan loyalitas pelanggan pada Toko Kain Toray Pematangsiantar. Selanjutnya tinggi rendahnya loyalitas pelanggan pada Toko Kain Toray Pematangsiantar dapat dijelaskan oleh kepuasan pelanggan.
- f. Hasil pengujian hipotesis dengan uji t H_0 ditolak, artinya persepsi pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada Toko Kain Toray Pematangsiantar. Hasil pengujian hipotesis dengan uji t H_0 ditolak, artinya kepuasan pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada Toko Kain Toray Pematangsiantar.

Saran

- a. Untuk meningkatkan persepsi pelanggan pada Toko Kain Toray Pematangsiantar, sebaiknya karyawan lebih memahami bagaimana sikap pelanggannya agar mampu lebih maksimal memberikan pelayanannya.
- b. Untuk meningkatkan kepuasan pelanggan pada Toko Kain Toray Pematangsiantar, sebaiknya Toko Kain Toray Pematangsiantar dapat menawarkan produk dengan harga yang lebih murah kepada pelanggan sehingga pelanggan merasa puas dengan harga yang ditawarkan.
- c. Untuk meningkatkan loyalitas pelanggan pada Toko Kain Toray Pematangsiantar, sebaiknya Toko Kain Toray Pematangsiantar dapat meyakinkan pelanggan bahwa produk yang dijual adalah yang terbaik dengan cara memasok produk yang memiliki ketahanan yang kuat, tidak mudah koyak dan gampang dilipat.
- d. Sehubungan dengan keterbatasan yang ada pada penulis, penelitian ini masih jauh dari

kesempurnaan dan masih terdapat kelemahan serta belum dapat mengungkap seluruh variabel yang mempengaruhi loyalitas pelanggan pada Toko Kain Toray Pematangsiantar. Sebagai masukan untuk penelitian selanjutnya perlu memperbanyak variabel seperti kualitas pelayanan, harga, dan citra merek dan variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Daft, Richard L. 2009. **Manajemen**. Jakarta: Erlangga.
- Griffin, Ricky W. 2004. **Management**. Jilid 1. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip (2004). **Marketing Management, The Millenium Edition**. Englewood Cliffs, New Jersey : Prentice Hall.
- Kotler dan Kevin. 2009. **Manajemen Pemasaran**. Jilid I, Edisi 13. Jakarta. Erlangga.
- Schiffman, Leon dan Leslie Lazar Kanuk. 2007. **Perilaku Konsumen**. Edisi Ketujuh. Jakarta: Indeks.
- Terry, George R. dan Leslie W. Rue. 2000. **Dasar-dasar Manajemen**. Cetakan Kesebelas. Jakarta: PT Bumi Aksara.
- Tjiptono, Fandy. 2005. **Brand Management and Strategy**. Yogyakarta: ANDI.
-2015. **Strategi Pemasaran**. Edisi Keempatbelas. Yogyakarta: ANDI.
- Tjiptono, Fandy dan Gregorius Chandra. 2011. **Service, Quality & Satisfaction**. Edisi Ketiga. Yogyakarta: ANDI.