PENGARUH PERSEPSI HARGA, KUALITAS LAYANAN, DAN NILAI PELANGGAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN DI SWALAYAN SINAR CAHAYA PLOSOKLATEN KEDIRI

SKRIPSI

Diajukan untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Guna Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi S.E.

pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi

Universitas Nusantara PGRI Kediri

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS NUSANTARA PGRI KEDIRI

2015

Skripsi Oleh :

INDAH ANDARINI

NPM .11.1.02.02.0044

Judul :

"PENGARUH PERSEPSI HARGA, KUALITAS LAYANAN, DAN NILAI PELANGGAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN DI SWALAYAN SINAR CAHAYA PLOSOKLATEN KEDIRI"

Telah Disetujui untuk Diajukan Kepada Panitia Ujian/Sidang Skripsi Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi UNP Kediri

Tanggal : 23 November 2015

Pembimbing I,	Pembimbing II,
Dr. Subagyo, M.M	**Lilia Pasca Riani, S.E, MSc.**
NIDN. 07107066601	**NIDN. 0718048502**

Skripsi oleh :

INDAH ANDARINI

NPM .11.1.02.02.0044

Judul :

"PENGARUH PERSEPSI HARGA, KUALITAS LAYANAN, DAN NILAI PELANGGAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN DI SWALAYAN SINAR CAHAYA PLOSOKLATEN KEDIRI"

Telah dipertahankan di depan Panitia Ujian/Sidang Skripsi Program Studi Manajemen

Fakultas Ekonomi UNP Kediri

pada tanggal : 6 Januari 2016

dan Dinyatakan telah Memenuhi Persyaratan

Panitia Penguji :

1. Ketua : Dr. Subagyo, M.M.
2. Penguji I : Dr. Sri Aliami
3. Penguji II : Lilia Pasca Riani, S. E., M.Sc.

Mengetahui, 6 Januari 2016

Dekan Fakultas Ekonomi,

UNIVERSITAS NUSANTARA FAKULTAS EKONOMI PGRI KEDIRI

Dr. Subagyo, M.M.

NIDN. 07107066601

PENGARUH PERSEPSI HARGA, KUALITAS LAYANAN, DAN NILAI PELANGGAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN DI SWALAYAN SINAR CAHAYA PLOSOKLATEN KEDIRI

Indah Andarini

11.1.02.02.0044

Ekonomi – Manajemen

Indahandarini91@gmail.com

Dr. Subagyo dan Lilia Pasca Riani, S. E., M. Sc.

UNIVERSITAS NUSANTARA PGRI KEDIRI

ABSTRAK

Indah Andarini, 2015. *Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Layanan, dan Nilai Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan* Swalayan Sinar Cahaya Plosoklaten. Skripsi, Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Nusantara PGRI Kediri.

Persaingan di dunia bisnis sekarang sudah semakin ketat. Hal ini juga dirasakan oleh pelaku usaha seperti Sinca Swalayan. Agar pelanggan menjadi loyal dan tidak berpindah ke tempat lain, maka perusahaan harus mengetahui faktor – faktor yang mempengaruhi loyalitas pelanggannya. Loyalitas pelanggan sangat penting bagi perusahaan untuk menjaga kelangsungan kegiatan usahanya. Untuk mendapatkan pelanggan yang loyal sangat sulit, mengharuskan pengusaha mampu mengidentivikasi konsumen yang memiliki minat besar terhadap produk. Untuk itu pelaku bisnis harus mampu menetapkan kebijakan – kebijakan yang tepat untuk kelangsungan usahanya. Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisa pengaruh persepsi harga, kualitas layanan, dan nilai pelanggan terhadap loyalitas pelanggan baik secara parsial maupun simultan.

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian *survey* dengan menggunakan pendekatan kuantitatif. Responden pada penelitian ini adalah konsumen Sinca Swalayan. Sampel yang diambil sebanyak 50 orang. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner. Teknik analisis data yang digunakan adalah regresi linier berganda, uji t dan uji F.

Hasil analisis data menyimpulkan bahwa, persepsi harga memiliki pengaruh signifikan positif terhadap loyalitas pelanggan pada Sinca Swalayan Plosoklaten Kediri. Kualitas Layanan memiliki pengaruh signifikan positif terhadap loyalitas pelanggan pada Sinca Swalayan Plosoklaten Kediri. Nilai pelanggan memiliki pengaruh signifikan positif terhadap loyalitas pelanggan pada Sinca Swalayan Plosoklaten Kediri. Persepsi harga, kualitas layanan, dan nilai pelanggan memiliki pengaruh signifikan positif terhadap loyalitas pelanggan pada Sinca Swalayan Plosoklaten Kediri.

Berdasarkan penelitian ini peneliti menyarankan pihak pemilik Sinca Swalayan agar dapat memperhatikan dan mempertahankan persepsi harga, kualitas layanan, dan nilai pelanggan serta tetap fokus mengelola usaha bisnisnya.

Kata Kunci: Persepsi Harga, Kualitas Layanan, Nilai Pelanggan, dan Loyalitas Pelanggan.

I. LATAR BELAKANG

Dewasa ini persaingan pemasaran sangat ketat, dalam dunia bisnis sekarang ini semakin banyak pusat – pusat perbelanjaan seperti minimarket. Persaingan tersebut memacu para pebisnis untuk menjadi swalayan pilihan pelanggan. Saat ini masyarakat semakin selektif dalam mengalokasikan uangnya untuk membeli kebutuhan pokok maupun kebutuhan yang lainnya. Selisih harga walaupun sangat kecil menjadi pertimbangan konsumen untuk mengambil keputusan membeli di swalayan yang satu dengan swalayan yang lain.

Loyalitas pelanggan sangat penting artinya bagi perusahaan yang menjaga kelangsungan kegiatan usahanya. Untuk mendapatkan pelanggan yang loyal sangat sulit, ini mengharuskan pengusaha mampu mengidentivikasi konsumen yang mungkin memiliki minat besar terhadap suatu produk yang akan menjadi kebutuhan dan keinginan konsumen, sehingga pengusaha mampu memutuskan dan menetapkan kebijakan – kebijakan yang tepat untuk bisnis swalayannya.

Penelitian tentang faktor – faktor yang mempengaruhi loyalitas pelanggan. Menurut Ayuni (2013) loyalitas pelanggan dipengaruhi oleh kualitas produk, dan pelayanan. Menurut Nurhayati (2011) loyalitas pelanggan dipengaruhi oleh kualitas produk, dan persepsi harga. Menurut Widayanti (2012) loyalitas pelanggan dipengaruhi oleh harga, kualitas produk, dan pelayanan. Menurut Adi (2013) loyalitas pelanggan dipengaruhi oleh persepsi harga, kualitas layanan, dan nilai pelanggan melalui kepuasan pelanggan. Menurut Ramadani (2010) loyalitas pelanggan dipengaruhi oleh kualitas layanan, harga, dan kepuasan.

Persepsi harga merupakan salah satu kunci untuk menarik konsumen. Setiap pembelian tercipta karena adanya kebutuhan dengan kesesuaian keuangan konsumen. Jika swalayan mampu memberikan produk yang konsumen butuhkan dan sesuai dengan harga yang diberikan, konsumen akan memutuskan untuk membeli suatu produk pada swalayan tersebut, sehingga pengusaha mampu membuat kebijakan untuk harga di swalayannya. Menurut Tjiptono, dan kawan (2008 : 465) harga adalah jumlah uang (satuan moneter) dan/atau aspek lain (*nonmoneter*) yang mengandung utilitas/kegunaan tertentu yang diperlukan untuk mendapatkan suatu produk.

Selain persepsi harga, kualitas layanan tentu menentukan keputusan membeli konsumen dan mungkin membuat konsumen kembali seperti

pelayanan yang ramah. Menurut Utami (2010:291) "kualitas layanan adalah perspektif konsumen dalam jangka panjang dan merupakan evaluasi kognitif dari transfer jasa"

Selanjutnya, untuk menarik serta mempertahankan pelanggan yang loyal, maka pengusaha harus menciptakan nilai pelanggan yang baik terhadap swalayannya. Nilai baik yang dimiliki pelanggan akan memberikan dampak yang baik bagi swalayan, karena akan menimbulkan rasa ingin membeli ulang sehingga akan mendapatkan pelanggan yang loyal. Menurut Kotler dalam Foster (2008 : 134) nilai pelanggan adalah:

> selisih atau rasio manfaat pelanggan total dan biaya pelanggan total dimana manfaat pelanggan total adalah sekumpulan manfaat yang dirasakan oleh pelanggan dari produk atau jasa tertentu dan biaya pelanggan total adalah sekumpulan biaya yang dikorbankan oleh konsumen yang dikeluarkan untuk mengevaluasi, mendapatkan, menggunakan, dan membuang produk atau jasa.

Setiap perusahaan yang didirikan tentunya memiliki harapan bahwa kemudian dari usahanya akan mengalami perkembangan dan kemajuan yang pesat, serta memperoleh keuntungan yang maksimal. Swalayan Sinar Cahaya merupakan salah satu minimarket yang ada di Kecamatan Plosoklaten Kediri.

Swalayan Sinar Cahaya biasa disebut Sinca Swalayan sebagai minimarket yang sedang berkembang telah menyadari persaingan yang ada. Sinca Swalayan merupakan salah satu peritel yang terus berupaya mempertahankan konsumen yang ada dan berusaha memperoleh konsumen yang baru. Sinca Swalayan berdiri pada tahun 2009, swalayan ini selalu memberi harapan dan keyakinan kepada para pelanggannya untuk terus memberikan kepuasan kepada pelanggannya.

Sinca Swalayan terletak di Desa Pranggang Kecamatan Plosoklaten Kabupaten Kediri yang menyediakan kebutuhan pokok dan kebutuhan sehari–hari. Segala usaha yang dilakukan oleh Sinca Swalayan untuk bersaing dengan minimarket yang lain dengan cara memberikan pelayanan yang ramah, tempat yang bersih dan nyaman, menetapkan strategi harga yang sedemikian rupa untuk menarik para konsumen, seperti memberikan potongan harga, memberikan kupon untuk produk – produk tertentu, kemudahan dalam pembayaran dengan tunai dan non tunai. Sinca Swalayan juga menyediakan mesin ATM (anjungan tunai mandiri), selain itu tersedianya lahan parkir yang luas.

Dengan melihat adanya keluhan pelanggan terhadap Sinca Swalayan, maka peneliti bermaksud untuk

melakukan penelitian dengan judul:

"Analisis Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Layanan, dan Nilai Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Di Swalayan Sinar Cahaya Plosoklaten Kediri"

II. METODE PENELITIAN

Definisi Operasional

Dalam mempermudah proses penganalisaan maka tiap variabel akan didefinisikan secara operasional. Definisi operasional dari variabel penelitian adalah sebagai berikut :

1. Persepsi harga

   Harga merupakan sejumlah uang yang diberikan konsumen untuk memperoleh hak kepemilikan suatu barang dari Sinca Swalayan. Indikator variabel ini adalah harga terjangkau, perbandingan dengan pesaing, dan kesesuaian harga dengan produk.

2. Kualitas Layanan

   Kualitas layanan adalah penawaran jasa maupun produk yang diberikan Sinca Swalayan kepada pelanggan yang sesuai dengan harapan pelanggan. Indikator variabel ini adalah bukti langsung, kehandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati.

3. Nilai pelanggan

   Nilai pelanggan adalah selisih antara penilaian pelanggan atas biaya dengan manfaat yang diterima konsumen dari penawaran yang diberikan Sinca Swalayan. Indikator variabel ini adalah rasa nyaman dalam berbelanja, dan kesesuaian dengan biaya yang dikeluarkan.

4. Loyalitas pelanggan

   Loyalitas pelanggan adalah pelanggan yang sangat puas dengan produk dan pelayanan tertentu dari Sinca Swalayan, sehingga mempunyai antusiasme untuk memperkenalkannya kepada orang lain dan kebal terhadap bujukan dari pesaing. Indikator dalam penelitian ini adalah pembelian ulang, mengajak orang lain, dan menunjukkan kekebalan terhadap pesaing.

Jenis dan Pendekatan Penelitian

1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini adalah korelasi. jenis penelitian korelasi merupakan suatu penelitian untuk mengetahui hubungan dan tingkat hubungan antara dua variabel atau lebih tanpa ada upaya untuk mempengaruhi variabel tersebut sehingga tidak terdapat manipulasi variabel. Sekaran (2006 : 292).

2. **Pendekatan Penelitian**

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif, menurut Sugiyono (2014 : 08), "pendekatan kuantitatif adalah pendekatan penelitian yang menggunakan data berupa angka – angka dan analisis menggunakan statistik"

Tempat dan Waktu Penelitian

1. **Tempat Penelitian**

Penelitian ini dilakukan di Sinar Cahaya Swalayan Plosoklaten yang beralamatkan di Jalan Raya Pare – Wates Plosoklaten Kediri.

2. **Waktu Penelitian**

Keseluruhan pelaksanaan penelitian hingga penyelesaian karya ilmiah ini selama enam bulan, terhitung mulai bulan Juni sampai dengan November 2015

Subyek Penelitian

Sampel adalah sebagian dari populasi yang diambil sebagai sumber data dan dapat mewakili seluruh populasi. Peneliti mengambil sampel 50 responden dari sebagian populasi yaitu pelanggan di Sinca Swalayan.

Instrumen Penelitian

Instrumen yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner. Menurut Sugiyono (2014 : 142) kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pernyataan atau pertanyaan tertulis kepada responden untuk dijawabnya.

Teknik Analisis Data

Data yang diperoleh dalam penelitian ini adalah data yang bersifat kualitatif yang diubah menjadi kuantitatif dengan menggunakan skala likert. Adapun teknik analisis data yaitu:

1. **Uji Asumsi Klasik**

Sebelum menganalisis data untuk membuktikan hipotesis, terlebih dahulu peneliti melakukan uji asumsi klasik yaitu : Uji normalitas, uji multikolinearitas, uji autokorelasi, dan uji heteroskedastisitas

2. **Analisis Regresi Linier Berganda**

Metode analisa yang digunakan dalam penelitian ini adalah regresi linier berganda dengan bantuan program SPSS. Rumus yang digunakan :

$$\mathbf{Y = a + \beta 1x1 + \beta 2x2 + \beta 3x3 + e}$$

Dimana simbol :

Y = Loyalitas pelanggan

a = Konstanta

x1 = Persepsi harga

x2 = Kualitas layanan

x3 = Nilai pelanggan

β1β2β3 = Koefisien regresi

e = Variabel tidak terkontrol (error)

3. **Pengujian Hipotesis**

Pengujian hepotesis dibagi menjadi 2 (dua) yaitu : Uji F dan Uji t

III. HASIL DAN KESIMPULAN

Gambaran Umum Obyek Penelitian

1. **Sejarah Sinca Swalayan**

Sinar Cahaya Swalayan atau biasa disebut Sinca Swalayan, pertama kali didirikan pada tahun 2009. Sinca Swalayan terletak di Desa Pranggang Kecamatan Plosoklaten Kabupaten Kediri. Pada tahun 2009 belum ada swalayan di sekitar Plosoklaten, sehingga pemilik mendirikan Sinca Swalayan ini agar menjadi swalayan pilihan konsumen.

2. **Deskripsi Responden**

Koesioner yang disebarkan sebanyak 50 eksemplar. Karakteristik responden yang menjadi subjek dalam penelitian ini terdiri dari jenis kelamin, usia, frekuensi membeli.

Hasil Uji Instrumen

1. **Uji Validitas**

Dari hasil pengujian validitas instrumen dengan r tabel pada tingkat signifikan 5% dan N = 50 maka didapatkan r tabel sebesar 0,279, menunjukkan bahwa keseluruhan item adalah valid, dimana terbukti r hitung lebih besar dari pada r tabel.

2. **Uji Reabilitas**

Berdasarkan perhitungan diperoleh keseluruhan data item untuk variabel persepsi harga (x1) = 0,812, variabel kualitas layanan (x2) = 0,748, variabel nilai pelanggan (x3) = 0,833 dan loyalitas pelanggan (y) = 0,800 terbukti lebih besar dari pada r tabel yaitu 0,279. Hal ini menunjukkan bahwa semua variabel ini reliabel.

Analisis Data

1. **Uji Asumsi Klasik**

a. **Uji Normalitas**

Berdasarkan hasil analisis data dengan menggunakan SPSS, maka dapat diketahui bahwa data telah berdistribusi normal. bahwa data menyebar disekitar dan mengikuti arah garis diagonal menunjukan pola distribusi normal.

b. **Uji Multikolinieritas**

Berdasarkan hasil tersebut maka diketahui seluruh variabel independen persepsi harga, kualitas layanan, dan nilai pelanggan mempunyai nilai VIF kurang dari batas maksimal 10 atau nilai toleransi lebih dari 0,1. Dengan demikian tidak terjadi pelanggaran asumsi multikolinieritas pada model persamaan regresi.

c. Uji autokorelasi

Dalam tabel Durbin–Watson test adalah jika nilai DW diantara 1.550 sampai dengan 2.540, maka tidak ada autokorelasi. Berdasarkan hasil SPSS (DW test) sebesar 2,075, hal ini berarti model regresi sudah bebas dari masalah autokorelasi.

d. Uji Heteroskedastitas

Berdasarkan hasil analisis data dengan menggunakan SPSS, maka dapat diketahui bahwa tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 dan di atas angka 0, maka tidak terjadi Heteroskedastisitas.

2. Analisis regresi linier Berganda

$$Y = a + \beta^1 X1 + \beta^2 X2 + \beta^3 X3 + e$$

$$= -12.648 + 0.465x1 + 0.467x2 + 0.403x3$$

Dari persamaan tersebut dapat diambil kesimpulan bahwa:

1) Konstanta sebesar - 12.648 menyatakan bahwa jika variabel persepsi harga (X1), kualitas layanan (X2), dan nilai pelanggan (X3) diasumsikan tidak memiliki pengaruh sama sekali atau = 0, maka nilai loyalitas pelanggan (Y) di Sinca Swalayan adalah sebesar - 12.648.
2) Koefisien regresi persepsi harga (X1) sebesar 0.465, memberi makna bahwa setiap kenaikan satu poin persepsi harga dan variabel lain konstan, maka akan meningkatkan loyalitas pelanggan di Sinca Swalayan sebesar 0.465.
3) Koefisien regresi persepsi harga (X2) sebesar 0.467, memberi makna bahwa setiap kenaikan satu poin kualitas layanan dan variabel lain konstan, maka akan meningkatkan loyalitas pelanggan di Sinca Swalayan sebesar 0.467.
4) Koefisien regresi persepsi harga (X3) sebesar 0.403, memberi makna bahwa setiap kenaikan satu poin nilai pelanggan dan variabel lain konstan, maka akan meningkatkan loyalitas pelanggan di Sinca Swalayan sebesar 0.403.

3. Pengujian Hipotesis

a. Uji t

Uji statistik t dengan ketentuan dari penerimaan/ penolakan hipotesis adalah membandingkan dengan taraf signifikansi pada penelitian ini yaitu sebesar 5% atau 0,05.

1) Variabel Persepsi Harga

Hasil pengujian persepsi harga menunjukan nilai signifikansi sebesar 0,000 < 0,05 ini membuktikan bahwa persepsi harga memiliki pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Hal ini berarti Hipotesis satu diterima.

2) Variabel Kualitas Layanan

Hasil pengujian kualitas layanan menunjukan nilai signifikansi sebesar 0,000 < 0,05. Dengan nilai signifikansi dibawah 0,05 tersebut membuktikan bahwa kualitas layanan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Hal ini berarti Hipotesis dua diterima.

3) Variabel Nilai Pelanggan

Hasil pengujian nilai pelanggan menunjukan nilai signifikansi sebesar 0,006 < 0,05. Dengan nilai signifikansi dibawah 0,05 tersebut membuktikan bahwa nilai pelanggan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Hal ini berarti Hipotesis tiga diterima.

b. Uji Simultan dengan F – test (Anova)

Hasil perhitungan statistik menunjukan nilai signifikansi sebesar 0,000 < 0,05. Dengan nilai signifikansi dibawah 0,05, sehingga hipotesis empat diterima. Artinya menunjukan bahwa secara bersama-sama persepsi harga, kualitas layanan, dan nilai pelanggan berpengaruh secara simultan atau bersama-sama terhadap loyalitas pelanggan.

Pembahasan

1. Pengaruh Persepsi Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan

Pengujian hipotesis uji t yang pertama, pada variabel persepsi harga memiliki pengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Hal ini berarti persepsi harga merupakan pertimbangan yang penting bagi para konsumen terhadap loyalitas pelanggan untuk tetap membeli produk di Sinca Swalayan.

2. Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan

Pengujian hipotesis uji t yang kedua, pada variabel kualitas layanan memiliki pengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Hal ini berarti kualitas layanan merupakan pertimbangan yang penting bagi para pelanggan terhadap loyal membeli di Sinca Swalayan.

3. Pengaruh Nilai Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan

Pengujian hipotesis uji t yang ketiga, pada variabel nilai pelanggan

memiliki pengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Hal ini berarti nilai pelanggan merupakan pertimbangan yang penting bagi para pelanggan terhadap loyalitas pelanggan dalam membeli di Sinca Swalayan.

4. Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas layanan, dan Nilai Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan

Pengujian hipotesis yang ke empat, menunjukkan variabel persepsi harga, kualitas layanan, dan nilai pelanggan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas pelanggan dengan nilai signifikan uji F sebesar 0,000 jauh lebih kecil dari pada taraf signifikansi yang telah ditetapkan, yakni sebesar 0.05 atau 5%.

Berdasarkan perhitungan di atas menunjukkan Ho ditolak dan Ha diterima atau dengan kata lain secara serempak atau simultan persepsi harga (X1), kualitas layanan (X2), dan nilai pelanggan (X3) mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap variabel loyalitas pelanggan (Y).

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan analisis yang telah dilakukan maka, dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Persepsi harga memiliki pengaruh signifikan positif terhadap loyalitas pelanggan pada Sinca Swalayan Plosoklaten Kediri.
2. Kualitas layanan memiliki pengaruh signifikan positif terhadap loyalitas pelanggan pada Sinca Swalayan Plosoklaten Kediri.
3. Nilai pelanggan memiliki pengaruh signifikan positif terhadap loyalitas pelanggan pada Sinca Swalayan Plosoklaten Kediri.
4. Persepsi harga, kualitas layanan, dan nilai pelanggan memiliki pengaruh signifikan positif secara simultan terhadap loyalitas pelanggan pada Sinca Swalayan Plosoklaten Kediri.

Implikasi

1. Implikasi Teoristis

Adanya peningkatan loyalitas pelanggan merupakan hal yang diinginkan baik dari pihak pelaku usaha maupun konsumen. Pihak swalayan menginginkan untuk adanya pelanggan yang loyal karena ini akan terjadi pembelian barang yang dijual atau dipasarkan, disisi lain para konsumen berkepentingan untuk terpenuhinya segala kebutuhan yang diinginkan. Dengan adanya hal tersebut dapat terjadi timbal balik yang saling menguntungkan antara pelaku usaha dan pelanggan yang menginginkan kepuasan dalam

pelayanan ritel

3. **Implikasi Praktis**

Persepsi harga, kualitas layanan, dan nilai pelanggan yang ada dan dimiliki Sinca Swalayan sudah sangat memuaskan para pelanggan, karena harga yang diberikan sesuai dengan yang dipikirkan dan diharapkan pelanggan. Untuk pelayanan yang diberikan para karyawannya sangat baik serta mampu menyesuaikan standart pelayanan perusahaan, yaitu melayani para pelanggan dengan ramah, sopan, dan sepenuh hati untuk mendapatkan barang yang diinginkan mereka, sedangkan untuk nilai yang dimiliki pelanggan untuk Sinca Swalayan sangat baik sehingga pelanggan tetap loyal untuk membeli barang dari Sinca Swalayan.

Saran

1. **Saran untuk swalayan**

Dari hasil penelitian ini diharapkan ada penambahan informasi dan gambaran secara aktual mengenai faktor – faktor yang mempengaruhi loyalitas pelanggan bagi pelanggan. Dalam menentukan kebijakan menjual barang yang diterapkan harap memperhatikan kebutuhan dan keinginan pelanggan.

2. **Saran untuk penelitian yang akan datang**

Untuk penelitian yang akan datang disarankan untuk menambah variabel independen (bebas) lainnya selain persepsi harga, kualitas layanan, dan nilai pelanggan yang tentunya dapat mempengaruhi variabel dependen (terikat) yakni loyalitas pelanggan dan lain sebagainya.

DAFTAR PUSTAKA

Adi. T. Panuntun. 2013. *Analisis Pengaruh Persepsi Harga Kualitas Layanan dan Nilai Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan*. Semarang: Universitas Diponegoro.

Ayuni. R. Ida. 2013. *Pengaruh Kualitas Produk dan Pelayanan Terhadap LoyalitasNasabah Pada BPR Kota Kediri*. Kediri: Universitas Nusantara PGRI Kediri.

Foster. Bob. 2008. *Manajemen Ritel*. Bandung: Alfabeta

Ghozali, Imam. 2011. *Aplikasi Analisis Multivriate dengan Program SPSS*". Semarang: Badan Penerbit Universitas Dipenogoro.

Hasan. Ali. 2008. *Marketing*, Cetakan pertama, Yogyakarta: Medpress.

Kotler. Philip. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Indonesia: PT Macanan Jaya Cemerlang.

Kotler. Philip. dan Amstrong. Garry. 2008. *Prinsip – prinsip Pemasaran*, Jilid 1, Jakarta: Erlangga

Nurhayati. Risky. 2011. *Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Pengguna Handphone Merek Nokia Pada Mahasiswa Universitas Nusantara PGRI Kedir*i. Kediri: Universitas Nusantara PGRI Kediri.

Ramadani. Yuda. 2010. *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan*. Malang: Universitas Brawijaya.

Sekaran, Uma. 2006. *Metodologi Penelitian untuk Bisnis Buku 2*. Jakarta : Salemba Empat.

Sugiyono. 2014. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D.* Bandung: Alfabeta.

Tjiptono. Fandy, Chandra. Gregorius, dan Adriana. Dadi. 2008. *Pemasaran Strategik*. Yogyakarta: C.V Andi Offset.

Utami. W. Cristina. 2008. *Strategi dan Implementasi Ritel Modern*. Cetakan Kedua. Jakarta: Salemba Empat.

Utami. W. Cristina. 2010. *Manajemen Ritel*. Jakarta: Salemba Empat.

Widayanti. Wellanie. 2012. *Pengaruh Harga, Kualitas Produk, dan Pelayanan Terhadap Loyalitas Konsumen MenggunakanJasa Wisma Rias Wella Kedir*i. Kediri: Universitas Nusantara PGRI Kediri.

.