ANALISIS PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, HARGA DAN LOKASI TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN

(Studi Pada Bengkel AHASS MPM Motor Kediri)

SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Sebagian Syarat Guna
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (SE)
Pada Jurusan Manajemen

OLEH :

SUCI WULANSARI
(11.1.02.02.0088)

JURUSAN MANAJEMEN FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS NUSANTARA PGRI KEDIRI
2015

HALAMAN PERSETUJUAN

Skripsi Oleh :

SUCI WULANSARI
NPM: 11.1.02.02.0088

Judul :

ANALISIS PENGARUH PELAYANAN, HARGA DAN LOKASI TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA BENGKEL AHASS MPM MOTOR KOTA KEDIRI

Telah disetujui untuk diajukan Kepada
Panitia Ujian/Sidang Skripsi Jurusan Manajemen
FE UNP Kediri

Tanggal : 15 Desember 2015

Pembimbing I	. Pembimbing II
Drs. Ec. ICHSANUDIN, M.M	**MOCH WAHYU WIDODO, S.E, M.M**
NIDN. 0723105703	**NIDN. 721088505**

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi Oleh :

SUCI WULANSARI
NPM: 11.1.02.02.0088

Judul :

ANALISIS PENGARUH PELAYANAN, HARGA DAN LOKASI TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA BENGKEL AHASS MPM MOTOR KOTA KEDIRI

Telah dipertahankan di depan Panitia Ujian/Sidang Skripsi
Jurusan Manajemen FE UNP Kediri

Pada Tanggal : 04 Januari 2016

Dan Dinyatakan telah Memen

Panitia Penguji

1.Ketua : Drs. Ec. Ichsanudin, M.M.

2.Penguji I : Lilia Pasca Riani, S.E, M.Sc.

3.Penguji II : Moch Wahyu Widodo, S.E, M.M.

Mengetahui,
Dekan FE

Dr. Subagyo, M.M.
NIDN. 0717066601

ANALISIS PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, HARGA DAN LOKASI TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN

(Studi Pada Bengkel AHASS MPM Motor Kediri)

SUCI WULANSARI
(11.1.02.02.0088)

Fak. Ekonomi – Prodi Manajemen

Pembimbing I : Drs. Ec. ICHSANUDIN, M.M
Pembimbing II : MOCH WAHYU WIDODO, S.E, M.M

UNIVERSITAS NUSANTARA PGRI KEDIRI

ABSTRAK

Penelitian ini di latar belakangi hasil pengamatan dan pengalaman peneliti, bahwa Perusahaan harus menempatkan orientasi pada kepuasan pelanggan sebagai tujuan utama. Hal ini tercermin dari semakin banyaknya perusahaan yang menyertakan komitmennya terhadap kepuasan pelanggan dalam pernyataan misinya, iklan, maupun promosinya. Kunci utama perusahaan untuk memenangkan persaingan di dunia bisnis adalah memberikan nilai dan kepuasan kepada pelanggan melalui penyampaian produk dan jasa yang berkualitas dengan harga yang bersaing. Faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggannya agar dapat melakukan perbaikan dan inovasi yang diharapkan dapat meningkatkan kepuasan pelanggan setelah melakukan transaksi di bengkel AHASS MPM Motor Kediri.

Permasalahan penelitian ini adalah (1) Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada bengkel AHASS MPM Motor Kediri pada Tahun 2015. (2) Apakah harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada bengkel AHASS MPM Motor Kediri pada Tahun 2015. (3) Apakah lokasi berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada bengkel AHASS MPM Motor Kediri pada Tahun 2015. (4) Apakah kualitas pelayanan, harga dan lokasi berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada bengkel AHASS MPM Motor Kediri pada Tahun 2015 secara simultan.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif yaitu suatu penelitian yang menggambarkan data keadaan yang sebenarnya. Data berupa angka-angka yang dijumlahkan. Uji hipotesis ke 1 Untuk Pelayanan menunjukkan nilai t hitung sebesar 2.436 dengan taraf signifikansi 0.039. Taraf signifikansi tersebut lebih kecil dari 0,05, yang berarti bahwa hipotesis dalam penelitian ini menolak Ho dan menerima Ha. Dengan demikian dapat berarti bahwa hipotesis H1 “Pelayanan mempunyai pengaruh positif terhadap Kepuasan Pelanggan” diterima. Uji Hipotesis ke 2 Untuk Harga menunjukkan nilai t hitung sebesar 4.255 dengan taraf signifikansi 0.015. Taraf signifikansi hasil sebesar 0.015 tersebut lebih kecil dari 0,05, yang berarti bahwa hipotesis dalam penelitian ini menerima Ha dan menolak Ho. Dengan demikian dapat berarti bahwa hipotesis H2 “Harga berpengaruh positif terhadap Kepuasan Pelanggan” diterima dan uji hipotesis ke 3 Untuk Lokasi menunjukkan nilai t hitung sebesar 1.985 dengan taraf signifikansi 0.045. Taraf signifikansi hasil sebesar 0.045 tersebut lebih kecil dari 0,05, yang berarti bahwa hipotesis dalam penelitian ini menerima Ha dan menolak Ho. Dengan demikian dapat berarti bahwa hipotesis H3 “Lokasi berpengaruh positif terhadap Kepuasan Pelanggan” diterima

Berdasarkan penelitian dapat ditarik simpulan bahwa Harga memiliki pengaruh yang paling kuat terhadap kepuasan pelanggan Ahass MPM Motor Kediri.

Kata kunci: Pelayanan, Harga, Lokasi, Kepuasan Pelanggan

I. LATAR BELAKANG MASALAH

Pada pasar bebas sekarang ini, yang ditandai dengan perkembangan kegiatan ekonomi dan kemajuan disegala bidang memunculkan persaingan di dunia bisnis. Persaingan di dunia bisnis saat ini semakin bertambah ketat. Persaingan yang semakin ketat ini menuntut para pelaku bisnis untuk mampu memaksimalkan kinerja perusahaannya agar dapat bersaing di pasar. Perusahaan harus berusaha keras untuk mempelajari dan memahami kebutuhan dan keinginan pelanggannya. Dengan memahami kebutuhan, keinginan dan permintaan pelanggan, maka akan diperoleh masukan penting bagi perusahaan untuk merancang strategi pemasaran agar dapat menciptakan kepuasan bagi pelanggannya. Perusahaan harus menempatkan orientasi pada kepuasan pelanggan sebagai tujuan utama. Hal ini tercermin dari semakin banyaknya perusahaan yang menyertakan komitmennya terhadap kepuasan pelanggan dalam pernyataan misinya, iklan, maupun promosinya. Kunci utama perusahaan untuk memenangkan persaingan di dunia bisnis adalah memberikan nilai dan kepuasan kepada pelanggan melalui penyampaian produk dan jasa yang berkualitas dengan harga yang bersaing (Kotler dan Armstrong, 2008:129).

Kepuasan konsumen adalah perasaan senang, gembira atau sebaliknya setelah membandingkan antara kenyataan dan harapan yang diterima dari sebuah produk atau jasa. Kepuasan konsumen dan kepercayaan konsumen tentang suatu harapan akan membentuk suatu ingatan dalam benak konsumen. Produk atau layanan yang ada dalam benak konsumen memiliki kontribusi terhadap pemahaman evaluasi kepuasan konsumen (Kotler, 2008:36).

Pelayanan pada dasarnya berpusat pada upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampaiannya untuk mengimbangi harapan konsumen. Pelayanan yang diberikan kepada konsumen merupakan cerminan baik atau buruknya sebuah perusahaan di mata konsumen. Dengan demikian, pelayanan merupakan salah satu faktor yang dapat mendongkrak pangsa pasar suatu perusahaan (Kotler, 2008:29).

Harga merupakan satuan moneter atau ukuran lainnya (termasuk barang dan jasa lainnya) yang ditukarkan agar memperoleh hak kepemilikan atau penggunaan suatu barang atau jasa. Perusahaan harus menetapkan harga secara tepat agar

dapat sukses dalam memasarkan barang atau jasa. Harga merupakan satu-satunya unsur bauran pemasaran yang memberikan pemasukan atau pendapatan bagi perusahaan, sedangkan ketiga unsur lain (produk, distribusi dan promosi) menyebabkan timbulnya biaya. Disamping itu, harga merupakan unsur bauran pemasaran yang bersifat fleksibel, artinya dapat diubah dengan cepat (Tjiptono,Fandy dan Gregorius Chandra, 2006:89).

Lokasi fasilitas jasa merupakan salah satu faktor krusial yang berpengaruh terhadap kesuksesan suatu jasa, karena lokasi erat kaitannya dengan pasar potensial penyedia jasa. Secara garis besar, ada dua kemungkinan pertimbangan dalam hal lokasi fasilitas jasa. Pertama, pelanggan mendatangi lokasi fasilitas jasa dan yang kedua adalah penyedia jasa yang mendatangi pelanggan. Selain itu, penyedia jasa dimungkinkan mengkombinasikan keduanya (Tjiptono, 2006:55).

Menilik penelitian terdahulu terdapat *research gap* pada penelitian yang dilakukan oleh Siska (2003), dengan judul Analisis Pengaruh Kualitas pelayanan, dan Kepuasan Pelanggan dalam Membentuk Loyalitas nasabah (Kasus Taplus pada PT. Bank BNI Cabang UPI). Menunjukkan hasil bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan dengan kepuasan pelanggan. Namun kualitas pelayan tidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah. Selain itu penelitian yang dilakukan oleh Agus (2011) dengan judul Analisis Pengaruh Lokasi Penjualan, Daya Tarik Iklan Dan Profesionalisme Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Di Pasar Modern (Study Kasus Pada Arta Swalayan). Menunjukkan hasil bahwa daya tarik iklan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen, namun variabel lokasi penjualan tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan kepuasan konsumen di pasar Modern dan penelitian yang dilakukan oleh Angga K (2012) dengan judul Analisisi Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Harga Dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Pelanggan Toko Sepatu Bonafit Di Kandat Kabupaten Kediri, menunjukkan hasil bahwa kualitas produk mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas pelanggan Toko Sepatu Bonafit di Kandat Kabupaten Kediri, namun variabel harga tidak perpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan Toko Sepatu Bonafit di Kandat Kabupaten Kediri.

Hal inilah yang mendorong peneliti untuk meneliti mengenai kepuasan pelanggan bengkel AHASS MPM Motor Kediri dan untuk mengevaluasi betapa pentingnya pelayanan, harga dan lokasi pada pelanggan bengkel AHASS MPM Motor Kota Kediri Tahun 2015 dalam upaya untuk meningkatkan kepuasan pelanggan yang nantinya akan berpengaruh pada kelangsungan hidup bengkel maka perlu dilakukan penelitian dengan judul :"Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi pada Bengkel AHASS MPM Motor Kediri)".

II. METODE PENELITIAN

A. Identifikasi Variabel Penelitian

Menurut Karliger dalam Sugiyono (2009:111) yang dimaksud dengan variabel adalah konstruk (*construct*) atau sifat yang akan dipelajari. Contohnya tingkat aspirasi, penghasilan, pendidikan, status sosial, penghasilan produktivitas kerja dan lain-lain.

Dalam penelitian ini terdiri dari dua variabel yaitu.

1. Variabel Independen

   Menurut Sugiyono (2009:124) "variabel bebas adalah merupakan variabel yang mempengaruhi atau menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen". Dalam penelitian ini variabel bebasnya adalah :

   a. Pelayanan (X_1)

   b. Harga (X_2)

   c. Lokasi (X_3)

2. Variabel dependen

   Menurut Nur Indriantoro dan Bambang Supomo (2009:49) yang dimaksud dengan variabel dependen adalah "variabel konsekuensi yang mana dipengaruhi oleh variabel dependen". Dalam penelitian ini yang menjadi variabel terikat adalah Kepuasan Pelanggan.

III. HASIL DAN KESIMPULAN

Berdasarkan hasil pengujian secara statistik dapat terlihat dengan jelas bahwa secara parsial (individu) semua variabel bebas berpengaruh terhadap variabel terikat. Pengaruh yang diberikan kedua variabel bebas tersebut bersifat positif artinya semakin tinggi Pelayanan, Harga dan Lokasi maka mengakibatkan semakin tinggi pula Kepuasan Pelanggan yang dihasilkan. Hasil tersebut sesuai dengan hipotesis yang diajukan. Hasil penelitian ini juga sesuai dengan hasil penelitian sebelumnya. Penjelasan dari

masing-masing pengaruh variabel dijelaskan sebagai berikut :

1. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan

   Hasil pengujian hipotesis (H1) telah membuktikan terdapat pengaruh antara Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan. Melalui hasil perhitungan yang telah dilakukan diperoleh nilai t hitung sebesar 2.436 dengan taraf signifikansi 0.039. Taraf signifikansi tersebut lebih kecil dari 0,05, dengan demikian Ha diterima dan Ho ditolak. Pengujian ini secara statistik membuktikan bahwa Kualitas Pelayanan berpengaruh positif terhadap Kepuasan Pelanggan. Artinya bahwa ada pengaruh variabel Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan di AHASS MPM Motor Kediri**.** Hal ini sesuai dengan teori Tjiptono (2008:215) adalah pelayanan yang berkualitas adalah kemampuan suatu perusahaan menyajikan atau apa yang dijanjikannya kepada pelanggan menyatakan bahwa salah satu strategi sehubungan dengan sukses dalam bisnis jasa adalah *delivery of high service quality* (pemberian kualitas yang baik). Pelayanan yang berkinerja tinggi adalah pelayanan yang mampu memuaskan kebutuhan pelanggan, atau dengan kata lain mampu melebihi harapan dari pelanggan.

   Hasil penelitian ini mendukung penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Merida Manurung (2007) yaitu meneliti tentang analisis pengaruh pengaruh kinerja pelayanan terhadap kepuasan nasabah pada PT. Bank Jatim Cabang Malang. Yang menunjukan hasil yang didapat bahwa variabel kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah.

2. Pengaruh Harga Terhadap Kepuasan pelanggan

   Hasil pengujian hipotesis (H2) telah membuktikan terdapat pengaruh antara Harga terhadap Kepuasan Pelanggan. Melalui hasil perhitungan yang telah dilakukan diperoleh nilai t hitung sebesar 4.255 dengan taraf signifikansi 0.015. Taraf signifikansi hasil sebesar 0.015 tersebut lebih kecil dari 0,05, yang berarti bahwa hipotesis dalam penelitian ini menerima Ha dan menolak Ho. Pengujian ini secara statistik membuktikan bahwa Harga berpengaruh positif terhadap

Kepuasan Pelanggan. Artinya bahwa ada pengaruh antara variabel Harga terhadap Kepuasan Pelanggan di AHASS MPM Motor Kediri**.** Hal ini sesuai dengan teori Tjiptono (2006:90). Harga merupakan satu-satunya unsur bauran pemasaran yang memberikan pemasukan atau pendapatan bagi perusahaan, sedangkan ketiga unsur lain (produk, distribusi dan promosi) menyebabkan timbulnya biaya. Disamping itu, harga merupakan unsur bauran pemasaran yang bersifat fleksibel, artinya dapat diubah dengan cepat.

Hasil penelitian ini mendukung penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Oldy Ardhana (2010) yaitu meneliti tentang analisis pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan (studi pada bengkel caesar semarang). Yang menunjukan hasil yang didapat bahwa variabel harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

3. Pengaruh Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan

Hasil pengujian hipotesis (H3) telah membuktikan terdapat pengaruh antara Lokasi terhadap Kepuasan Pelanggan. Melalui hasil perhitungan yang telah dilakukan diperoleh nilai t hitung sebesar 1.985 dengan taraf signifikansi 0.045. Taraf signifikansi hasil sebesar 0.045 tersebut lebih kecil dari 0,05, yang berarti bahwa hipotesis dalam penelitian ini menerima Ha dan menolak Ho. Pengujian ini secara statistik membuktikan bahwa Lokasi berpengaruh positif terhadap Kepuasan Pelanggan. Artinya bahwa ada pengaruh antara variabel Lokasi terhadap Kepuasan Pelanggan di AHASS MPM Motor Kediri. Hal ini sesuai dengan teori Tjiptono dan Chandra (2010:117) lokasi berpengaruh terhadap dimensi-dimensi strategik, seperti fleksibilitas, *competitive positioning*, manajemen permintaan, dan *focus strategicn.* Fleksibilitas sebuah lokasi merupakan ukuran sejauh mana sebuah jasa mampu bereaksi terhadap situasi perekonomian yang berubah. Keputusan pemilihan lokasi berkaitan dengan komitmen jangka panjang terhadap aspek-aspek yang sifatnya kapital intensif, karena itu penyedia jasa harus mempertimbangkan, menyeleksi dan memilih lokasi

yang responsif terhadap kemungkinan perubahan ekonomi, demografis, budaya, persaingan dan peraturan di masa mendatang. *Competitive Positioning* adalah metode-metode yang digunakan agar perusahaan dapat mengembangkan posisi relatifnya dibandingkan dengan para pesaing. Jika perusahaan berhasil memperoleh dan mempertahankan lokasi yang strategis, maka itu dapat menjadi rintangan yang efektif bagi para pesaing untuk mendapatkan akses ke pasar.

Hasil penelitian ini mendukung penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Alina Dian (2012) yaitu meneliti tentang pengaruh letak lokasi dan harga terhadap minat pembeli dalam membeli rumah di perumahan Mojoroto Indah Kota Kediri. Yang menunjukan hasil yang didapat bahwa variabel lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap pembelian rumah di perumahan Mojoroto Indah Kota Kediri.

4. Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan pada Bengkel AHASS MPM Motor Kediri.

Berdasarkan analisis uji F menunjukkan bahwa seluruh variabel bebas yakni pelayanan, harga dan lokasi secara simultan atau secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hal tersebut mendasari bahwa semua elemen variabel saling berhubungan untuk mempengaruhi kepuasan pelanggan. Sifat pengaruh yang bertanda positif menunjukkan bahwa apabila pelayanan, harga dan lokasi secara bersama-sama mengalami kenaikan maka kepuasan pelanggan juga naik semakin tinggi.

KESIMPULAN

Dari data primer yang diperoleh dari penyebaran kuesioner maka dilakukan pengujian validitas untuk mengukur sah tidaknya suatu kuesioner. Kemudian dilakukan pengujian reliabilitas untuk mengetahui bahwa jawaban responden terhadap pernyataan konsisten dari waktu ke waktu. Hasil dari uji validitas dan reliabilitas menunjukkan bahwa seluruh pernyataan dalam setiap variabel valid dan reliabel.

Dari pembahasan yang telah diuraikan, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Hasil pengujian hipotesis (H1) telah membuktikan terdapat

pengaruh antara Kualitas Pelayanan dengan Kepuasana Pelanggan. Pengujian membuktikan bahwa Pelayanan memiliki pengaruh positif terhadap Kepuasan Pelanggan.

2. Hasil pengujian hipotesis (H2) telah membuktikan terdapat pengaruh antara Harga dengan Kepuasan Pelanggan. Pengujian membuktikan bahwa Harga memiliki pengaruh positif terhadap Kepuasan Pelanggan.
3. Hasil pengujian hipotesis (H3) telah membuktikan terdapat pengaruh antara Lokasi dengan Kepuasan Pelanggan. Pengujian membuktikan bahwa Lokasi memiliki pengaruh positif terhadap Kepuasan Pelanggan.
4. Hasil perhitungan regresi dapat diketahui bahwa koefisien determinasi (R^2) mampu menerangkan variasi variabel pelayanan, harga dan lokasi terhadap kepuasan pelangan, tetapi masih ada variabel-variabel lain yang berpengaruh yang tidak diajukan dalam penelitian ini.
5. Harga memiliki pengaruh yang paling kuat terhadap kepuasan pelanggan Ahass MPM Motor Kediri.

IV. DAFTAR PUSTAKA

Arikunto, Suharsimi. 2010. *Prosedur penelitian suatu pendekatan praktek*. Jakarta: Rineka Cipta.

Dwipayoga, Kadek Suhendra Wina. 2013. *Pengaruh Lingkungan Kerja Fisik, Kepemimpinan dan Kompensasi terhadap Loyalitas Karyawan pada PT. Gino Valentino Bali*. Skripsi Sarjana. Bali: Fakultas Ekonomi. Universitas Udayana Bali.

Emzir. 2007. *Metodologi Penelitian Pendidikan Kuantitatif dan Kualitatif*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.

Ghozali, Imam. 2005. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan program SPSS*. Semarang: universitas Diponegoro.

Handoko, T. H. 2012. Manajemen Personalia dan Sumber Daya Manusia. Yogyakarta: BPFE.

Hasibuan, Malayu, S.P. 2007. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Edisi Revisi. Jakarta: Bumi Aksara.

Hermawan, I Ketut Andi. 2013. *Analisis Faktor-faktor yang menentukan Loyalitas Karyawan Pada PT. Inti Buana Permai Denpasar Bali*. Jurnal. Bali: Universitas Udayana.

Kadarisman. 2013. *Manajemen Pengembangan Sumber Daya Manusia*. Jakarta: Rajagrafindo Persada.

Kadarwati, Budiharjo. 2003. *Metodologi dan Metodologi Penelitian Eksperimental*. Yogyakarta: koordinasi perguruan Tinggi Swasta Wilayah V.

Kadarwati, U. 2003. *Hubungan Antara Persepsi Terhadap Upah dan Jaminan Sosial dengan Loyalitas Kerja*. Surakarta: Fakultas Psikologi UMS.

Kusumo, B.C.S. 2006. *Hubungan Antara Persepsi Terhadap Iklim Organisasi dan Kepuasan Imbalan Kerja dengan Loyalitas Kerja pada Karyawan.* Surakarta: Fakultas Psikologi Universitas Muhammadiyah Surakarta.

Kutnerdkk. 2004. *Applied Linear Regretion Models*. Fouthed, TheMc.Graw-Hill.

Luthans, F. 2006. *Perilaku Organisasi*, Edisi Sepuluh. Yogyakarta: Andi.

Mangkunegara. 2005. *Manajemen Sumber Daya Manusia Perusahaan.* Bandung: Remaja Rosdakarya.

Nawawi, Hadari. 2003. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Yogyakarta: Gadjah Mada *University Press*.

Nazir, M. 2008. *Metode Penelitian*. Jakarta: Ghalia Indonesia.

Noch, M. Y. 2007. *Pengaruh Kemampuan Kerja, Lingkungan Kerja dan Motivasi Kerja Terhadap Kinerja Pegawai Pada Kantor Balai Pengkajian Teknologi Pertanian/BPTP Papua*. Jurnal Manajemen. Vol 6, No 3. Hal: 62-75.

Oei, Istijanto. 2010. *Riset Sumber Daya Manusia*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.

Powers, Edward. 2000. *Employee Loyalty in the New Millenium, Advanced Management Journal*. Vol.65(3):4-8.

Prastito, Arif. 2004. *Cara Mudah Mengatasi Masalah Statistik dan Rancangan Percobaan*. Yogyakarta: Andi.

Putri, Ovinda Pramana. 2013. *Pengaruh Kepuasan Kerja Terhadap Loyalitas Karyawan Pada PT. Putra Masindo Utama Palembang*. Skripsi Sarjana. Palembang: Fakultas Ekonomi. Universitas IBA Palembang.

Rivai, Veithzal. 2006. *Manajemen Sumber Daya Manusia untuk perusahaan*. Jakarta: Rajagrafindo persada.

Robbins, Stephen. 2009. *Perilaku Organisasi*. Jakarta: Prehallindo.

Sedarmayanti. 2009. *Sumber Daya Manusia dan Produktivitas Kerja*. Bandung: Mandar Maju.

Siagian, S.P. 2008. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta: Bumi Aksara.

Sugiyono. 2012. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&G*. Bandung: Alfabeta