

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, PRESEPSI HARGA DAN
KEPUASAN PELANGGAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN
PADA KARAOKE MASTERPIECE YOGYAKARTA**

SKRIPSI



Disusun Oleh :

JERRY KITONG

11150050

FAKULTAS BISNIS PROGRAM STUDI MANAJEMEN

UNIVERSITAS KRISTEN DUTA WACANA

YOGYAKARTA

2020

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, PRESEPSI HARGA DAN
KEPUASAN PELANGGAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PADA
KARAOKE MASTERPIECE YOGAKARTA**

SKRIPSI

Diajukan kepada Fakultas Bisnis Program Studi Manajemen

Universitas Kristen Duta Wacana Yogyakarta

Untuk Memenuhi Sebagian Syarat-syarat

Guna Memperoleh Gelar

Sarjana Manajemen

Disusun Oleh:

JERRY KITONG

NIM :11150050

Program Studi : Manajemen

FAKULTAS BISNIS PROGRAM STUDI MANAJEMEN

UNIVERSITAS KRISTEN DUTA WACANA

YOGYAKARTA

2020

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi Dengan Judul:

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, PRESEPSI HARGA DAN KEPUASAN
PELANGGAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PADA KARAOKE
MASTERPIECE YOGYAKARTA**

Telah diajukan dan dipertahankan oleh:

JERRY KITONG

11150050

Dalam Ujian Skripsi Program Studi S1 Manajemen

Fakultas Bisnis

Universitas Kristen Duta Wacana

Dan dinyatakan DITERIMA untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar

Sarjana Manajemen pada tanggal 2.1 JAN 2020

Nama Dosen

Tanda Tangan

1 Dra. Ambar Kusuma Astuti, M.Si
(Ketua Tim Penguji/Dosen Penguji)



2 Dra. Agustini Dyah Respati, MBA
(Dosen Penguji)



3 Drs. Sisuhadi, MBA., Ph.D
(Dosen Pembimbing/Dosen Penguji)



Yogyakarta, 2.8 JAN 2020

Disahkan Oleh:

Dekan,

Wakil Dekan I Manajemen,



Dr. Perminas Pangeran, S.E., M.Si



Drs. Sisuhadi, MBA., Ph.D

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya menyatakan bahwa sesungguhnya skripsi dengan judul :

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, HARGA, DAN KEPUASAN PELANGGAN
TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PADA KARAOKE MASTERPIECE
YOGYAKARTA**

Saya kerjakan guna memenuhi sebagian syarat – syarat untuk menjadi Sarjana pada Program Studi Manajemen, Fakultas Bisnis Universitas Kristen Duta Wacana Yogyakarta, adalah MURNI hasil pekerjaan saya dan bukan tiruan atau duplikasi dari karya pihak yang lain di Perguruan Tinggi atau Instansi manapun, kecuali bagian sumber informasinya sudah dicantumkan sebagaimana mestinya.

Jika kemudian hari didapati bahwa hasil skripsi ini adalah hasil plagiasi atau tiruan dari karya pihak lainnya, maka saya bersedia diberikan sanksi, yakni pencabutan gelar sarjana saya.

Yogyakarta, *17 Desember 2019*.....



Jerry Kitong (11150050)

HALAMAN MOTTO

"Satu-satunya sumber dari pengetahuan adalah pengalaman."

-Albert Einstein-

"Sukses adalah sebuah perjalanan, bukan sebuah tujuan. Usaha sering lebih penting daripada hasilnya." - Arthur Ashe-

"Rahasia dari kesuksesan kita adalah bahwa kita tidak pernah menyerah."

- Ilma Mankiller-

Hiduplah secara sederhana. Bermimpilah yang besar. Bersyukur. Berilah cinta. Tertawalah yang banyak." - Paulo Coelho-

"Kesuksesan adalah hasil dari kesempurnaan, kerja keras, belajar dari pengalaman, loyalitas, dan kegigihan." - Colin Powell-

“Percayalah kepada Tuhan dengan segenap hatimu, dan janganlah bersandar kepada pengetahuanmu sendiri. Akulah Dia di dalam segala lakumu, maka Ia akan meluruskan jalanmu”

(Amsal 3 :5)

“Takut akan Tuhan adalah permulaan pengetahuan, tetapi orang bodoh menghina hikmat dan didikan”

(Amsal 1: 7)

HALAMAN PERSEMBAHAN

Skripsi ini dipersembahkan untuk :

1. Yang pertama saya persembakan kepada Tuhan Yesus Kristus sumber segala pengetahuan.
2. Kepada kedua orang tua saya (Bapak Noved Kitong dan Ibu Aty Pagaya, Mama vita) yang selalu mendukung dan mendoakan saya dalam setiap proses menyelesaikan skripsi saya.
3. Keempat saudara kandung (Adik Aerin Pritasari, Kristian, Kenzein Dellno dan Weni Yolanda yang selalu memberi dorongan kepada saya.
4. Kepada para sahabat Sandra, Juniar, Stevie, Kres, Andre dan masih banyak lagi yang belum disebutkan Namanya satu persatu yang telah mendoakan saya.

© UKDWN

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis haturkan ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa, karena atas anugerah dan petunjuk-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “**Pengaruh Kualitas Pelayanan, Presepsi Harga, dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Karaoke Masterpiece Yogyakarta**”. Skripsi ini dibuat sebagai syarat untuk memperoleh gelar Sarjana (S1) dari Jurusan Manajemen, Fakultas Bisnis, Universitas Kristen Duta Wacana.

Penulis berusaha melakukan analisa dengan memberikan variabel seperti kualitas pelayanan, presepsi harga dan kepuasan pelanggan sebagai penentu loyalitas pelanggan. Penulis berharap agar tulisan ini dapat bermanfaat dalam menambah wawasan mengenai loyalitas pelanggan.

Dalam kesempatan ini, penulis menyampaikan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu, baik secara langsung maupun tidak langsung, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Ucapan terima kasih ini ditujukan kepada:

1. Tuhan Yesus Kristus atas dan kasih-Nya yang tidak pernah berkesudahan dalam kehidupan penulis, yang sudah menyertai penulis dari awal perkuliahan sampai selesai penulisan skripsi ini.
2. Kedua Orang Tua tercinta penulis Bapak Noved Kitong dan Mama Aty Pagaya yang selalu memberikan dukungan lewat doa, motivasi, semangat, nasehat serta kasih sayang yang tulus juga pengorbanan secara materi dan telah memberikan kepercayaan penuh kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan kuliah dan skripsi ini dengan baik.

3. Dr. Perminas Pangeran, M.Si, selaku dekan Fakultas Bisnis, Universitas Kristen Duta Wacana.
4. Drs. Sisnuhadi, MBA., Ph.D, selaku wakil dekan 1 Fakultas Bisnis, Universitas Kristen Duta Wacana.
5. Drs. Sisnudadi, MBA., Ph.D, selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang telah memberikan bimbingan dan arahan sejak penentuan judul hingga terselesaikannya penulisan skripsi.
6. Segenap dosen dan civitas akademik Fakultas Bisnis, Universitas Kristen Duta Wacana yang telah terlibat dan berpengaruh dalam membantu saya menimba ilmu di Universitas Kristen Duta Wacana.
7. Untuk sahabat-sahabat terkasih, (Kres Piuw, Sandra, Juniar, nensy), yang sudah bersama-sama dalam suka dan duka melewati perkuliahan ini dari awal samapi selesainya Skripsi ini, menjadi motivator dan saudara yang baik.
8. Untuk teman-teman sepergaulan yang selalu mengingatkan dan memberikan motivasi
9. Untuk kakak sepupu saya, Angga Kesek, Gledys Wilson, Dian yang telah memberikan dukungan doa dan motivasi kepada saya
10. Pihak yang telah membantu, baik secara langsung maupun tidak langsung, sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik. Dalam menyelesaikan skripsi ini. Penulis mohon maaf atas kesalahan yang pernah dilakukan dan semoga skripsi ini dapat menjadi manfaat untuk digunakan dengan sebaik mungkin dan mendorong penelitian penelitian selanjutnya.

Yogyakarta, 21 januari 2019

Penulis



Jerry Kitong

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGANTAR.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	iv
HALAMAN MOTTO.....	vi
HALAMAN PERSEMBAHAN	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvi
ABSTRAKSI	xvii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah.....	3
1.3 Batas Masalah	3
1.4 Tujuan Penelitian	4
1.5 Manfaat Penelitian	4
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	6
2.1 Pelayanan	6
2.1.1 Pengertian Pelayanan.....	6
2.1.2 Kualitas Pelayanan.....	8

2.2 Harga	11
2.1.3 Pengertian harga.....	11
2.1.4 Peranan harga.....	13
2.3 Kepuasan Pelanggan	14
2.1.5 Pengertian Kepuasan Konsumen	14
2.1.6 Komponen Kepuasan Konsumen.....	16
2.1.7 Elemen Kepuasan Konsumen	17
2.1.8 Tipe-tipe Kepuasan dan Ketidakpuasan Konsumen	18
2.1.9 Faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen	19
2.4. Loyalitas Konsumen	20
2.5. Hubungan Kualitas Pelayanan dengan Loyalitas Pelanggan	21
2.6. Hubungan Harga dengan Loyalitas Pelanggan	22
2.7. Hubungan Kepuasan Pelanggan dengan Loyalitas Pelanggan	23
2.8. Penelitian Terdahulu	25
2.9. Kerangka Pemikiran.....	26
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	27
3.1 Data	27
3.2 Definisi Operasional Variabel dan Pengukuran.....	29
3.2.1 Definisi Operasional Variabel.....	29
3.2.2 Pengukuran Variabel.....	33
3.3 Metode Analisi Data	33
3.2.3 Uji Validasi	33
3.2.4 Uji Reabilitas	34

3.2.5 Analisis Deskriptif	35
3.2.6 Analisis Regresi Linear Berganda	35
3.4 Uji Hipotesis	36
3.2.7 Koefisien Determinasi (R^2).....	36
3.2.8 Hasil Uji F.....	37
3.2.9 Hasil Uji T.....	38
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	39
4.1 Analisis data dan Pembahasan	39
4.1.1 Hasil Pengujian Instrumen Penelitian	39
1. Analisis Uji Validitas	39
2. Analisis Uji Reliabilitas.....	45
4.1.2 Deskripsi Profil Responden	46
4.1.3 Analisis Regresi Linear Berganda	50
1. Hasil Regresi Linear Berganda.....	50
2. Koefisien Determinasi (R^2)	51
3. Hasil Uji F	52
4. Hasil Uji t	53
4.2 Pembahasan.....	56
BAB V PENUTUP	59
5.1 Kesimpulan	59
5.2 Keterbatasan Penelitian.....	61
5.3 Saran Berdasarkan Hasil Penelitian	62
5.4 untuk Karaoke Masterpiece Yogyakarta.....	62

5.5 Saran untuk Penelitian Selanjutnya.....	63
DAFTAR PUSTAKA.....	64
LAMPIRAN	

© UKDW

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1. Penelitian Terdahulu	25
Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel.....	29
Tabel 4.1 Hasil Uji Validitas Demensi Bukti Fisik	40
Tabel 4.2 Hasil Uji Validitas Demensi Kehandalan	40
Tabel 4.3 Hasil Uji Validitas Demensi Daya Tanggap.....	41
Tabel 4.4 Hasil Uji Validitas Demensi Jaminan	42
Tabel 4.5 Hasil Uji Validitas Demensi Empati.....	42
Tabel 4.6 Hasil Uji Validitas Instrumen Harga.....	43
Tabel 4.7 Hasil Uji Validitas Instrumen Kepuasan Konsumen	43
Tabel 4.8. Hasil Uji Validitas Loyalitas Konsumen	44
Tabel 4.9 Hasil Uji Reliabilitas Instrumen.....	45
Tabel 4.10 Responden Berdasarkan Gender	46
Tabel 4.11 Responden Berdasarkan Pendidikan.....	46
Tabel 4.12 Responden Berdasarkan Usia	47
Tabel 4.13 Responden Berdasarkan Pekerjaan	47
Tabel 4.14 Responden Berdasarkan Pendapatan.....	48
Tabel 4.15 Responden Berdasarkan Berapa kali	48
Tabel 4.16 Responden Berdasarkan Berkunjung	49
Tabel 4.17 Hasil Regresi Linear Berganda	50
Tabel 4.18 Analisis Regresi Untuk Koefisien Determinasi (R^2)	51
Tabel 4.19 Hasil Uji F.....	52
Tabel 4.20 Hasil Uji T.....	53

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Skema Kerangka Penelitian25

©UKDW

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian.....	67
Lampiran 2 Data Responden.....	72
Lampiran 3 Hasil Uji Validitas	78
Lampiran 4 Hasil Uji Reliabilitas	81
Lampiran 5 Hasil Uji Regresi Linier Berganda	82
Lampiran 6 Hasil Uji T	83
Lampiran 7 Hasil Uji F	83
Lampiran 8 Tabel r	84
Lampiran 9 Kartu Konsultasi skripsi	85
Lampiran 10 Formulir Revisi Skripsi	86

© UKD W

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dewasa ini tuntutan masyarakat terhadap peningkatan kualitas pelayanan publik semakin tinggi. Pelayanan disemua sector menimbulkan respons yang beragam dari masyarakat. Masyarakat menginginkan suatu pelayanan yang terjamin dan berkualitas sehingga menimbulkan kepuasan terhadap pelayanan yang didapatkannya. Pelayanan yang baik akan berdampak pada terciptanya kepuasan masyarakat serta meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap kinerja dari organisasi pelayanan public tersebut.

Karaoke Masterpiece adalah suatu penyelenggara pelayanan public dibidang jasa yang mengusung konsep tempat karaoke keluarga. Karaoke keluarga adalah tempat hiburan keluarga dimana dapat bernyanyi bersama keluarga, teman-teman, dan teman kerja, relasi kerja dalam situasi kekeluargaan dan bersih sesuai dengan unsur yang berlaku di Indonesia. Era globalisasi saat ini, menuntut perusahaan untuk dapat meningkatkan pelayanan secara professional sesuai dengan bidangnya masing-masing.

Perubahan teknologi dan arus informasi yang sangat cepat telah mendorong perusahaan untuk menghasilkan produk atau layanan yang dapat menghasilkan produk atau layanan yang dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen, sehingga konsumen merasa puas dengan apa yang telah mereka dapatkan dari perusahaan. Kepuasan pelanggan adalah tingkat perasaan seorang setelah membandingkan antara pelayanan yang dirasakan/dialami terhadap harapannya (Tjiptono, 2008). Dari penjelasan tersebut dapat dilihat bahwa merupakan factor utama untuk memenangkan persaingan, terutama dalam era globalisasi. Salah satu cara untuk meningkatkan kepuasan dan loyalitas pelanggan di

Karaoke Masterpiece adalah dengan meningkatkan tingkat kinerja pelayanan atau kualitas pelayanannya memberikan harga yang relative terjangkau dan dengan fasilitas yang lengkap.

Menurut Nasution (2004), kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan konsumen. Royne dal suryani (2008), kualitas pelayanan menjadi komponen utama karena produk-produk utama tempat karaoke merupakan suatu penawaran yang tidak berbeda dan pelayanan yang juga mudah ditiru. Oleh karena itu persaingan akan sangat dipengaruhi oleh kemampuan pihak pengelolaan jasa dalam memberikan pelayanan terbaik yang bermutu dibanding pesaingannya. Menurut Kottler (2000) dimensi kualitas pelayanan merupakan gambaran atas seberapa jauh perbedaan antara kenyataan pelayanan (Preceive service), dengan harapan para tamu atas pelayanan yang seharusnya mereka terima (Expected service). Ketidaksesuaian Preceive Service atas Expected Service, sehingga menciptakan masalah kualitas pelayanan menurut tamu yang bertamu. Fenomena ini dinamakan kesenjangan (GAP) dan dari sinilah terciptanya persepsi konsumen mengenai kepuasan dan loyalitas konsumen (Consumer Satisfaction).

Pentingnya kualitas pelayanan bagi penyedia jasa hiburan merupakan salah satu factor yang tidak dapat diabaikan begitu saja. Bagi organisasi penyedia jasa, kualitas pelayanan adalah salah satu factor terpenting yang mempengaruhi kepuasan dan loyalitas pelanggan. Hal ini disebabkan karena konsumen pengguna jasa berharap mendapatkan pelayanan dengan kualitas terbaik (Zeithmal dan Bitner, 1996). Oleh karena itu, tempat karoke berupaya memberikan pelayanan yang memuaskan agar pelanggan tetap menggunakan jasa hiburan seperti yang dibutuhkan.

Berdasarkan pengamatan penulis pada tanggal 14 September 2019 terhadap 10 pengunjung diketahui bahwa mayoritas tingkat pelayanan atau kualitas pelayanan yang diberikan oleh Karaoke Masterpiece sudah baik, tetapi terdapat beberapa konsumen yang memberikan tanggapan negative. Konsumen yang memberikan tanggapan negative disebabkan karena kecakapan dan ketanggapan karyawan kurang memuaskan. Hal ini ditunjukkan ketika customer melakukan reservasi kedatangan, karyawan yang bertugas mengantar konsumen keruangan karaoke tidak langsung ditangani. Berdasarkan fenomena tersebut maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian tentang “ **Pengaruh Kualitas Pelayanan, Presepsi Harga, dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan** (Studi Kasus pada pelanggan Karaoke Masterpiece di Yogyakarta).

1.2 Rumusan masalah

Berdasarkan identifikasi latar belakang diatas maka dapat dibuat rumusan masalah sebagai berikut :

1. Apakah ada pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan pada Karaoke Masterpiece?
2. Apakah ada pengaruh presepsi harga terhadap loyalitas pelanggan pada Karaoke Masterpiece ?
3. Apakah ada pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan pada Karaoke Masterpiece?

1.3 Batasan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah, penulis memberikan identifikasi batasan masalah agar dalam penulisan ini pembahasan dapat mencapai sasaran yang diharapkan. Berdasarkan hasil pra observasi yang menunjukkan bahwa kualitas pelayanan, presepsi harga dan kepuasan

pelanggan menjadi factor yang diduga mempengaruhi loyalitas pelanggan. Maka penulis membahas masalah pada pengaruh kualitas pelayanan, persepsi harga dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan Karaoke Masterpiece Yogyakarta.

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan Rumusan Masalah diatas maka Tujuan Penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan Karaoke Masterpiece?
2. Untuk mengetahui pengaruh persepsi harga terhadap loyalitas pelanggan Karaoke Masterpiece ?
3. Untuk mengetahui pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan Karaoke Masterpiece?

1.5 Manfaat Penelitian

1. Secara Teoritis

Penelitian ini diharapkan menjadi referensi untuk penelitian selanjutnya, selain itu dapat memberikan kontribusi bagi pengembangan teori ilmu manajemen pemasaran fakultas bisnis.

2. Secara Praktis

- a. Bagi perusahaan

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan masukan sebagai informasi dalam bidang pelayanan jasa hiburan.

b. Bagi Peneliti

Penelitian ini digunakan untuk memenuhi tugas akhir sebagai persyaratan dalam memperoleh gelar sarjana pada jurusan manajemen. Fakultas Ekonomi, Universitas Kristen Duta Wacana Yogyakarta.

© UKDW

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian tentang pengaruh kualitas pelayanan, persepsi harga, dan kepuasan konsumen terhadap loyalitas konsumen pada Karaoke Masterpiece Yogyakarta, dimana penelitian ini menggunakan sampel 100 responden yang pernah berkunjung maupun menikmati pelayanan di Karaoke Masterpiece Yogyakarta. Maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

- a. Hasil demografik profil responden diperoleh bahwa untuk karakteristik responden berdasarkan gender yang paling banyak adalah responden wanita dengan 62 responden (62,0%), karakteristik responden berdasarkan pendidikannya yang terbanyak adalah sarjaa S1 sebanyak 45 responden (45,0%), karakteristik responden berdasarkan usia terbanyak adalah usia 17 – 25 tahun dengan 40 responden (40,0%), karakteristik responden berdasarkan pekerjaan yang paling banyak sebagai Pelajar/Mahasiswa sebanyak 38 responden (38,0%), karakteristik responden berdasarkan pendapatan terbanyak adalah antara Rp. 500.000 - Rp. 1.500.000 dengan 27 responden (27,0%), karakteristik responden berdasarkan frekuensi kunjungan terbanyak adalah 2 kali dengan 38 responden (38,0%), dan karakteristik responden berdasarkan rekan kunjungan terbanyak adalah kunjungan bersama teman/komunitas dengan 42 responden (42,0%).

- b. Hasil analisis regresi linier berganda dapat menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas pelanggan Karaoke Masterpiece Yogyakarta, yang berarti bahwa jika pihak Karaoke Masterpiece Yogyakarta semakin baik dalam meningkatkan kualitas pelayanannya, maka akan semakin meningkatkan loyalitas pelanggan di Karaoke Masterpiece Yogyakarta. Untuk variabel persepsi harga berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas pelanggan Karaoke Masterpiece Yogyakarta, yang berarti jika pihak Karaoke Masterpiece Yogyakarta dengan harga yang sesuai dengan keinginan konsumen, maka akan meningkatkan loyalitas pelanggan Karaoke Masterpiece Yogyakarta. Dan selanjutnya kepuasan pelanggan juga terbukti berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas pelanggan Karaoke Masterpiece Yogyakarta, yang berarti makin tingginya kepuasan yang diperoleh konsumen akan menyebabkan makin tingginya loyalitas pelanggan pada Karaoke Masterpiece Yogyakarta.
- c. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan diantaranya yaitu: bukti fisik (*tangible*), kehandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), dan empati (*emphaty*) berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Hal ini menjelaskan bahwa kualitas dapat memberikan suatu dorongan kepada pelanggan untuk menjalin ikatan hubungan yang kuat dengan perusahaan. Dalam jangka panjang ikatan seperti ini memungkinkan perusahaan untuk memahami dengan seksama harapan pelanggan serta kebutuhan mereka (Kotler, 1997: 121). Dengan demikian perusahaan dapat mencapai tujuan, yaitu loyalitas pelanggan sepenuhnya (*total customer loyalty*) melalui peningkatan kualitas pelayanan perusahaan yang sesuai dengan harapan pelanggan, sehingga memiliki

daya saing tinggi di pasar. Hasil penelitian ini sejalan penelitian Widiyanto bangun prasetyo (2013) yang menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan.

- d.** Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa persepsi harga berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas pelanggan Karaoke Masterpiece Yogyakarta harga menurut Kotler dan Amstrong (2008 : 314) berpengaruh pada suatu komitmen konsumen terhadap produk yang merupakan kepercayaan dalam menggunakan suatu produk yang meliputi rekomendasi dan kepercayaan. Harga sering kali dianggap sebagai indikator nilai, bila mana harga produk dihubungkan dengan manfaat yang dirasakan atas suatu barang atau jasa yang di jual pada tingkat harga tertentu apabila manfaat yang dirasakan konsumen sesuai dengan keinginan yang didapatkan maka konsumen akan loyal dengan barang dan jasa yang di jual pada konsumen. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian terdahulu Ari susanto Wibowo (2013) yang memberikan hasil bahwa harga terjangkau, kualitas pelayanan relative baik, maka kepuasan kosumen akan berjalan dengan baik.

5.2 Keterbatasan

Penelitian ini mempunyai keterbatasan penelitian agar bermanfaat pada penelitian mendatang. Keterbatasan dapat dijelaskan berikut ini:

1. Penelitian ini hanya dilakukan di wilayah Yogyakarta saja serta memiliki keterbatasan responden yaitu hanya 100 responden yang merupakan konsumen yang berkunjung masuk minimal 2 kali dalam 2 bulan terakhir di Karaoke Masterpiece Yogyakarta.

2. Kuesioner yang disebar oleh peneliti memiliki jawaban yang bersifat terbuka, sehingga responden menjawab dengan terbatas.
3. Peneliti melakukan penelitiannya pada satu karaoke, sehingga hasil penelitian tidak dapat digunakan untuk mengeneralisasikan variabel yang mempengaruhi kepuasan pelanggan bagi seluruh industri perkaraokean.
4. Penelitian ini hanya meneliti tiga variabel yang mempengaruhi loyalitas pelanggan yaitu kualitas pelayanan, persepsi harga, dan kepuasan pelanggan, sedangkan masih banyak variabel yang mempengaruhi loyalitas pelanggan masih sangat banyak.

5.3 Saran

Berdasarkan kesimpulan di atas penulis memberikan saran terkait penelitian ini yang dapat menjadi bahan pertimbangan bagi pihak Karaoke Masterpiece Yogyakarta serta bagi peneliti selanjutnya.

5.4 Saran bagi Karaoke Masterpiece Yogyakarta

Kualitas pelayanan yang diberikan pihak Karaoke Masterpiece Yogyakarta kepada konsumen perlu selalu ditingkatkan dan diperbaharui, agar dapat mempertahankan dan meningkatkan kepuasan pelanggan.

Beberapa cara yang dapat dilakukan adalah:

- a. Membangun hubungan yang lebih dekat dengan konsumen melalui event-event menarik yang diadakan ketika musim tertentu seperti lebaran, natal, tahun baru dan lain-lain, untuk memberikan kesan dan pelayanan yang menarik bagi konsumen.

- b. Dekorasi yang bervariasi didalam karaoke sesuai dengan musim yang berjalan agar pelanggan menjadi lebih merasa kerasan menginap.
- c. Pelatihan pelayanan kepada setiap bagian staff yang langsung berhubungan dengan konsumen juga harus diperhatikan dan terus menerus, agar Karaoke Masterpiece Yogyakarta tetap mampu bersaing dengan karaoke lainnya.

5.5 Saran bagi peneliti selanjutnya

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, saran untuk penelitian selanjutnya, sebagai berikut:

1. Pada penelitian selanjutnya, sebaiknya peneliti melakukan penyebaran kuesioner secara online agar dapat diharapkan jumlah responden lebih banyak dan bervariasi.
2. Pada penelitian yang akan datang diharapkan peneliti melakukan studi terhadap Masterpiece melalui variabel lain yang dapat mempengaruhi loyalitas pelanggan. Karena dari hasil penelitian yang penulis lakukan bahwa nilai adjusted R square adalah 0,654 yang berarti variabelitas, variabel dependen (loyalitas pelanggan Karaoke Masterpiece) yang dapat dijelaskan oleh variabilitas, variabel independent (variabel kualitas pelayanan, persepsi harga dan kepuasan pelanggan). Sedangkan sisanya 34,6% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti.
3. Pertanyaan yang diberikan tidak hanya berupa pertanyaan tertutup tetapi juga pertanyaan terbuka yang dapat diajukan kepada responden dengan metode wawancara agar jawaban-jawaban yang diberikan oleh responden lebih obyektif atau sesuai dengan keadaan responden.

DAFTAR PUSTAKA

- Ari, Susanto Wibowo, 2013. "Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan, Dan Nilai Pelanggan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Rumah Makan Di Kota Purwokerto". Skripsi. Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi. Universitas Negeri Semarang.
- Amir, M. Taufiq. 2005. *Dinamika Pemasaran: Jelajahi & Rasakan*, Raja Grafindo Persada. Jakarta.
- Anwar Sanusi. 2011. *Metode Penelitian Bisnis*. Salemba Empat. Jakarta: EffendiArif.
- Atik,dan ratminto. 2005. *Manajemen Pelayanan*, disertai dengan pengembangan model konseptual, penerapan citizen's charter dan standar pelayanan minimal. Yogyakarta: Pustaka Pelajar
- Agus Dwiyanto. 1997. *Manajemen Pelayanan Publik; Peduli, Inklusif, dan Kolaboratif*. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press.
- Doney, P.M., Dan Cannon, J.P.1997. *An Examination Of The Nature Of Trust In Buyer – Seller Relationship*, Journal Of Marketing April, Pp. 35-51.
- Ghozali, Imam. 2011. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 19* edisi kelima. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Ghozali, Imam, 2005. *Perpaduan dan Pengenalan SPSS Bagi Pemula*. PT. Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.
- Gronroos, Christian. 1990. *Services Management and Marketing: managing the moments of truth in service competition*. Massachusetts: Lexington Books
- Giese & Cote. 2000. *Academy Of Marketing Science Review. Defining Customer Satisfaction* Volume 000 No.1. Dilihat 08 Maret 2017.
<Http://Www.Amsreview.Org/Articles/Giesel01-2000.Pdf>
- Indriyati, Lulu. 2016. *Pelayanan Jasa Atas Dimensi Empat Kepuasan Pelanggan*. Jurnal .
Jurnal Perilaku Dan Strategi Bisnis. Volume 4. Nomor 1: Hal 26.
- Kumayza. Tn. 2014. Analisis Kualitas Pelayanan Pada Kantor Kecamatan Tenggarong.
Kabupaten, Kutai Kartanegara. Jurnal Ilmu Social. Volume 3. Hal 53.

- Kotler & Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Indeks Kelompok Gramedia. Jakarta.
- Kotler Philip & Armstrong Gary. 2008. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Edisi Keduabelas. Jilid 1. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip. 2002. *Manajemen Pemasaran Di Indonesia*. Analisis Perencanaan, Implementasi, Dan Pengendalian. Jakarta: Salemba Empat.
- Kotler, Philip. 1997. *Dasar-Dasar Pemasaran – Principles Of Marketing*, Edisi ketujuh. Jakarta.
- Kotler, Philip dan A.B Susanto 2005. "Manajemen Pemasaran" (Alih Bahasa): Benyamin Molan). Jilid 1. Cetakan Kesebelas. PT. Indeks. Jakarta.
- Moorman, C., R. Deshpande, Dan G. Zaltman. 1993. *Factor Affecting Trust In Marketing* Journal Of Marketing. Vol. 58 No. 57, No.1, Pp. 20-38.
- Mustafa, Z. E. 2009. *Mengurai Variabel Hingga Instrumentasi*. Graha Ilmu. Yogyakarta.
- Mcknight, D. H., V. Choudury, & C. J. Kacmar. 2002a. *Developing And Validating Trust Measure For E-Commerce: An Integrative Typology*. Information System Research. 13 (3), 334-59.
- Mcknight, D. H., V. Choudury, & C. J. Kacmar. 2002b. *The Impact Of Initial Trust Consumer On Intention To Transact With A Web Site: A Trust Building Model*. Journal Of Strategic Information System. 11(3-4), 297-323.
- Maynes, E.S. 2005. *Quality as a Normative Concept: How Consumer*
- Nasution, M.N. 2005. *Manajemen Mutu Terpadu (Total Quality Management)*. Edisi 22. Ghalia Indonesia. Bogor.
- Peter Dan Olson. 1996. *Perilaku Konsumen Dan Strategi Pemasaran*. Consumen Behavior, Gelora Aksara Pratama, Jakarta. Oliver
- Pamela S. Schindler. 2006. *Metode Riset Bisnis, Volume 2*. Edisi 9. PT. Media Global Edukasi. Jakarta.

- Prasetyo, W, Bangun. 2013. Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepercayaan Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi Pada Swalayan Luwes Purwodadi)[Skripsi]. Semarang(ID). Universitas Dian Nuswantoro Semarang.
- Rousseau, D. M., S. B. Sitkin, R. S. Burt, Dan C. Camerer. 1998. *Not So Different After All: A Cross-Discipline View Of Trust*. *Academy Of Management Review* 3:393-404.
- Sutopo. 2014. *Pentingnya Tata Informasi Tentang Pelayanan Public Bagi Masyarakat*.
Jurnal Of Duran And Development. Volume V. Nomor 4. Hal. 17
- Sugiyono, 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D* . Cetakan ke- 26.
Bandung: Alfabeta.
- Sari, S, Wulan. 2015. Kepuasan Konsumen Terhadap Pelayanan Ndalem Ngabean Resto [Skripsi]. Yogyakarta (Id). Universitas Negri Yogyakarta.
- Tjiptono, Fandy. 2001. *Strategi Pemasaran*. Edisi Pertama. Andi Ofset. Yogyakarta.
- Tse. Dan Wilson. 1988. *Managemen Jasa Terpadu*. Diterjemahkan Oleh Nasution, M. Nur.2004.Ghalia Indonesia.
- Tumini. Pratiwi, D, Mega. 2016. Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Perusahaan Otobus Akas Iv Probolinggo [skripsi]. Probolinggo (Id). Universitas Panca Marga.
- Umi, Farida. 2015. "*Kepuasan Pelanggan*". [Online]. Tersedia:
<https://Faridaumi98.Blogspot.Com/2015/08/Kepuasan-Konsumen.Html>.
[3 Maret 2019]
- Yusniar, Asri. 2012. "*Kepuasan Pelanggan*". [Online]. Tersedia:
<http://Asriyusniar.Blogspot.Com/2012/11/Kepuasan-Pelanggan.Html>. [3 Maret 2019].
- Yazid. 1999. *Pemasaran Jasa Konsep dan Implementasi*. Yogyakarta: Ekonosia Fakultas Ekonomi UII