

**PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP
LOYALITAS KONSUMEN PADA SJS PLAZA PADANG**

*THE EFFECT OF PRICE AND SERVICE QUALITY ON CONSUMER LOYALTY
AT THE SJS PLAZA PADANG*

Shervina Zatalini; Agussalim M; Rice Haryati

Fakultas Ekonomi Prodi Manajemen Universitas Ekasakti Padang

Email: Shervina.Zatalini@gmail.com

ABSTRAK

Hasil penelitian ini bertujuan untuk meneliti dan menganalisis Pengaruh harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap loyalitas Konsumen Dimana Variable X Adalah harga dan Kualitas Pelayanan Variabel Dependen Adalah loyalitas Konsumen. Penelitian ini menggunakan uji asumsi klasik yang terdiri dari uji normalitas, uji multikolinearitas, uji heteroskedastisitas dan Uji Regresi Berganda, Uji t dan Uji F . Hasil dari Penelitian Variable berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen di SJS Plaza Padang, Variable kualitas pelayanan berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap loyalitas konsumen di SJS Plaza Padang, bahwa harga dan kualitas pelayanan berpengaruh positif signifikan terhadap loyalitas konsumen. Dengan demikian dapat disimpulkan variabel harga dan kualitas pelayanan secara bersama-sama atau simultan berpengaruh dan signifikan terhadap loyalitas konsumen di SJS Plaza Padang

Kata Kunci: Harga, Kualitas Pelayanan dan Loyalitas Konsumen

ABSTRACT

The results of this study aim to examine and analyze the effect of price and service quality on consumer loyalty where variable X is price and service quality Dependent variable is consumer loyalty. This study uses a classic assumption test consisting of normality test, multicollinearity test, heteroscedasticity test and regression test Multiple, t test and F test. The results of the variable price. So it can be concluded that price has a positive and significant effect on consumer loyalty at SJS Plaza Padang, the variable service quality has a positive and insignificant effect on consumer loyalty at SJS Plaza Padang, from price and service quality have a significant positive effect on consumer loyalty. Thus it can be concluded that the variable price and service quality jointly or simultaneously have a significant and significant effect on consumer loyalty at SJS Plaza Padang.

Keywords: Price, Service Quality and Consumer Loyalty

PENDAHULUAN

Pada era globalisasi, dunia usaha ritel modern di Indonesia telah berkembang dengan pesat terlihat dalam periode tahun 2007-2012 jumlah gerai ritel modern di Indonesia mengalami peningkatan hingga 17,57% per tahun. Pesatnya pertumbuhan bisnis ritel modern di Indonesia dikarenakan dikeluarkannya keputusan Presiden RI No. 118 tahun 2000 yang membuat perusahaan asing lebih leluasa menanamkan modalnya di Indonesia. Pertumbuhan ekonomi dan juga kebutuhan konsumen yang berdaya beli kuat membuat pola belanja masyarakat Indonesia saat ini berubah dan berkembang sebagai cerminan gaya hidup yang lebih modern, (Ma'arif:2011:25). Menurut Ma'arif (2011: 7) perdagangan ritel adalah kegiatan usaha yang melibatkan penjualan barang atau jasa secara langsung pada konsumen akhir untuk penggunaan pribadi .

Pada dasarnya salah satu yang menjadi tujuan utama suatu perusahaan jasa adalah mempertahankan loyalitas konsumennya. Perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara persepsi atau kesannya terhadap suatu produk dan harapan-harapannya. Sama halnya dengan Plaza atau Mall, yang menjadi tujuan utama adalah loyalitas konsumen, bagaimana konsumen mendapatkan pelayanan yang sesuai dengan harapannya, konsumen yang merasa puas merupakan asset yang sangat berharga karena apabila konsumen puas mereka akan terus melakukan pemakaian terhadap jasa pilihannya dan tak segan-segan merekomendasikan kepada pihak lain, akan tetapi jika konsumen merasa tidak puas, mereka akan memberitahu kepada orang lain tentang pengalaman buruknya. Konsumen akan merasa puas apabila apa yang dialami dan dirasakannya sesuai atau bahkan melebihi harapannya, sebaliknya konsumen akan merasa tidak puas apabila yang dialami dan dirasakannya tidak sesuai atau lebih rendah dari harapannya (Tjiptono,2011). Untuk menciptakan loyalitas dari konsumennya SJS Plaza harus memperhatikan kualitas pelayanan yang diberikannya dan harga produk-produk yang dijual.

Kualitas merupakan suatu kondisi dinamis yang berpengaruh dengan produk, jasa, manusia, proses dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan. Sehingga definisi kualitas pelayanan dapat diartikan sebagai upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampaiannya dalam mengimbangi harapan konsumen. Kotler (2016). Selain dari kualitas pelayanan SJS Plaza juga harus memperhatikan jumlah harga dari setiap produk yang dijual.

Harga suatu produk ditentukan dari besarnya pengorbanan yang dikeluarkan perusahaan untuk menghasilkan keuntungan yang diharapkan. Harga harus dikendalikan secara serasi dan selaras dengan tujuan yang ingin dicapai oleh perusahaan. Persaingan harga yang terjadi diantara usaha perdagangan ritel pada saat ini sangat ketat. Konsumen menginginkan harga yang relatif murah dengan kualitas produk yang baik pula. Jadi bagi perusahaan maupun konsumen harga merupakan faktor yang sangat penting karena itu usaha perdagangan ritel dituntut untuk dapat menerapkan strategi harga yang tepat dalam memasarkan produknya.

Di dalam kondisi yang lain kualitas pelayanan yang terbaik juga akan dibayar dengan harga yang wajar. Kualitas pelayanan yang prima akan menciptakan loyalitas pada diri konsumen, loyalitas di tingkat tertinggi pada konsumen akan membuat konsumen melakukan pembelian ulang dan dengan

secara sukarela merekomendasikannya kepada kerabatnya. Sehingga bukan harga yang terjangkau yang harus diterapkan dalam strategi pemasaran melainkan kewajiban harga yang dapat mempertahankan konsumen yang setia.

Harga yang wajar dengan kualitas pelayanan yang baik akan memicu keinginan konsumen untuk terus membeli dan tidak beralih ke Plaza pesaing. Kotler dan Keller (2016) mengatakan harga merupakan sejumlah uang yang dibayarkan atas barang dan jasa, atau jumlah nilai yang konsumen tukarkan dalam rangka mendapatkan manfaat dari memiliki atau menggunakan barang dan jasa. Menurut Mursid(2014:83-84) mendefenisikan harga yang semata-mata untuk memperhitungkan biaya-biaya dan tidak berorientasi pada pasar dan kewajiban harga sebagai salah satu penilaian untuk suatu hasil dan proses agar mencapai hasil yang masuk akal dan dapat diterima.

SJS Plaza Padang merupakan perusahaan yang menjual berbagai macam barang seperti barang-barang elektronik beberapa produk *fashion* dan *furniture*. Sebagai sebuah pusat perbelanjaan yang mengusung icon barang elektronik SJS Plaza Padang juga menjual beberapa produk *fashion* dari nama-nama terkenal maupun dari pengusaha kecil juga terlihat disana. Ada juga terdapat beberapa produk *furniture* seperti sofa, tempat tidur, kitchen set maupun almari pakaian yang bisa menjadi salah satu alternatif obyek belanja konsumen. Untuk produk elektronik, berbagai merk-merk ternama semua ada di SJS Plaza Padang seperti nama dari pabrikan Jepang, Korea hingga Eropa.

Loyalitas pelanggan dapat tercipta apabila pelayanan dan harga produk yang ditawarkan sesuai dengan apa yang diharapkan konsumen. Studi mengenai loyalitas konsumen telah banyak diteliti oleh peneliti terdahulu, seperti penelitian dari Tengku Putri (2016) yang meneliti tentang kualitas pelayanan dan harga terhadap loyalitas konsumen, yang menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen dan harga berpengaruh negatif terhadap loyalitas konsumen.

Berdasarkan uraian di atas, penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **"Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Konsumen Pada Sjs Plaza Padang"**

Metode Penelitian

Metode Pengumpulan Data Yaitu penelitian dengan mengadakan peninjauan langsung pada lokasi perusahaan dengan maksud memperoleh data dan informasi melalui wawancara, observasi dan kuesioner. Teknik Pengumpulan Data Teknik pengumpulan data yang penulis gunakan adalah : Angket (kuesioner) Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kualitatif, Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah: Data Primer dan Data Sekunder Populasi adalah suatu kelompok yang terdiri dari objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan (Sugiyono, 2014:17). Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah Konsumen SJS Plaza Lapai Padang pada tahun 2018. Sebanyak 3.958 orang yang diambil dalam rata-rata satu bulan konsumen yang datang belanja ke SJS Plaza Lapai Padang pada tahun 2018. sampel yaitu 98 orang pengunjung. Uji Instrumen Penelitian Uji Validitas dan Uji Reliabilitas Uji Asumsi Klasik Uji Normalitas, Uji Multikolinieritas dan Uji Heteroskedastisitas

Metode Analisis Data Analisa Regresi Linear Berganda dan Koefesien Determinasi Metode Pengujian Hipotesis Uji t DAN Uji F

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian

Tabel 4.1 Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase %
Pria	34	34,69%
Wanita	64	65,31%
Total	98	100 %

Sumber; lampiran II, Tabulasi Responden

Berdasarkan tabel 4.1 diatas terlihat bahwa responden mayoritas memiliki jenis kelamin Wanita dengan jumlah 64 orang atau 65,31% dan jenis kelamin laki-laki dengan jumlah 34 orang atau 34,69%. Dimana wanita yang lebih banyak melakukan pembelian atau datang ke SJS Plaza Padang untuk melakukan pembelian kebutuhan sehari-hari seperti kebutuhan rumah tangga.

Tabel 4.2 Deskripsi Responden Berdasarkan Usia

Usia	Jumlah	Persentase %
15-30	27	27,55%
31-45	51	52,04%
>46	20	20,41%
Total	98	100 %

Sumber; lampiran II, Tabulasi Responden

Dari tabel 4.2 dapat diketahui bahwa mayoritas responden berusia 31-45 tahun dengan jumlah 51 orang atau sebesar 52,04%, 15-30 tahun berjumlah 27 orang atau 27,55%,. Sedangkan jumlah terendah adalah konsumen dengan umur >46 tahun yaitu sebanyak 20 orang atau 20,41%. Jadi dapat disimpulkan bahwa orang yang banyak konsumen di SJS Plaza Padang adalah pada usia 31-45 yaitu sebanyak 51 orang atau 52,04%.

Tabel 4.3 Deskriptif Penghasilan Responden

No.	Gaji/Penghasilan	Jumlah Responden	Persentase
1	1.000.000-3.000.000	26	26,53%
2	3.000.000-5.000.000	48	48,98%
3	> 5.000.000	24	24,49%
Jumlah		98	100%

Sumber; lampiran II, Tabulasi Responden

Data pada tabel 4.3 diatas menunjukkan bahwa responden penelitian dengan penelitian tentang Gaji/Penghasilan Responden dari 1.000.000-3.000.000 yaitu sebanyak 26 orang (26,53%), responden dengan gaji 3.000.000-5.000.000 yaitu sebanyak 48 orang (48,98%), responden dengan gaji >5.000.000 sebanyak 24 orang (24,49%).

Tabel 4.4 Deskriptif Perkerjaan /Profesi Responden

No.	Perkerjaan	Jumlah Responden	Persentase
1	Mahasiswa	13	13,26%
2	PNS	37	37,76%
3	Wiraswasta	30	20,41%
4	TNI /Polri	18	28,57%
Jumlah		98	100%

Sumber; lampiran II, Tabulasi Responden

Data pada tabel 4.4 diatas menunjukkan bahwa responden penelitian dengan penelitian tentang Perkerjaan Responden mahasiswa yaitu sebanyak 13 orang (13,26%), responden dengan PNS yaitu sebanyak 37 orang (37,76%), responden dengan perkerjaan wiraswasta sebanyak 30 orang (30,41%), responden dengan perkerjaan TNI/Polri sebanyak 18 orang (18,57%) dan mayoritas reponden yang menjadi konsumen di SJS Plaza Padang adalah yaitu sebanyak 37 orang (37,76%). Dapat disimpulkan bahwa di SJS Plaza Padang yang menjadi konsumen nya semua kalangan masyarakat.

Uji Instrumen Penelitian

a. Uji Harga (X_1)

Tabel 4.8 Hasil Uji Validitas Variabel harga (X_1)

No Item	R Hitung	R Tabel	Keterangan
1	,486	0,1956	Valid
2	,777	0,1956	Valid
3	,626	0,1956	Valid
4	,547	0,1956	Valid
5	,743	0,1956	Valid
6	,350	0,1956	Valid
7	,563	0,1956	Valid
8	,617	0,1956	Valid
9	,427	0,1956	Valid
10	,402	0,1956	Valid
11	,662	0,1956	Valid
12	,720	0,1956	Valid
13	,772	0,1956	Valid
14	,652	0,1956	Valid
15	,559	0,1956	Valid
16	,332	0,1956	Valid
17	,678	0,1956	Valid
18	,274	0,1956	Valid
19	,474	0,1956	Valid
20	,501	0,1956	Valid

Sumber : Data Hasil Olahan SPSS versi 20, Lampiran III

Berdasarkan tabel 4.8 diatas seluruh pertanyaan variabel harga (X_1) dinyatakan valid

b. Uji Validitas kualitas pelayanan (X_2)

Hasil uji validitas variabel kualitas pelayanan (X_2)dapat dilihat pada tabel 4.9 sebagai berikut:

Tabel 4.9 Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Pelayanan (X₂)

No Item	R Hitung	R Tabel	Keterangan
1	,429	0,1956	Valid
2	,807	0,1956	Valid
3	,585	0,1956	Valid
4	,594	0,1956	Valid
5	,717	0,1956	Valid
6	,642	0,1956	Valid
7	,768	0,1956	Valid
8	,832	0,1956	Valid
9	,785	0,1956	Valid
10	,432	0,1956	Valid
11	,646	0,1956	Valid
12	,092	0,1956	Valid
13	,379	0,1956	Valid
14	,464	0,1956	Valid
15	,682	0,1956	Valid
16	,822	0,1956	Valid
17	,772	0,1956	Valid
18	,412	0,1956	Valid
19	,433	0,1956	Valid
20	,767	0,1956	Valid
21	,242	0,1956	Valid
22	,481	0,1956	Valid
23	,414	0,1956	Valid
24	,611	0,1956	Valid
25	,627	0,1956	Valid

Sumber : Data Hasil Olahan SPSS versi 20, Lampiran IV

Berdasarkan tabel 4.9 diatas seluruh pertanyaan variabel kualitas pelayanan (X₂) dinyatakan valid

c. Uji Validitas Loyalitas konsumen (Y)

Hasil uji validitas variabel Loyalitas konsumen (Y) dapat dilihat pada tabel 4.10 sebagai berikut.

Tabel 4.10 Hasil Uji Validitas Variabel Loyalitas konsumen (Y)

No Item	R Hitung	R Tabel	Keterangan
1	,321	0,1956	Valid
2	,678	0,1956	Valid
3	,589	0,1956	Valid
4	,360	0,1956	Valid
5	,506	0,1956	Valid
6	,557	0,1956	Valid
7	,604	0,1956	Valid
8	,264	0,1956	Valid
9	,387	0,1956	Valid
10	,367	0,1956	Valid
11	,546	0,1956	Valid
12	,662	0,1956	Valid
13	,700	0,1956	Valid
14	,771	0,1956	Valid
15	,299	0,1956	Valid

Sumber : Data Hasil Olahan SPSS versi 20, Lampiran V

Berdasarkan tabel 4.10 diatas seluruh pertanyaan variabel Loyalitas konsumen (Y) dinyatakan valid dikarenakan seluruh nilai *Correlation* berada diatas nilai r tabel (0,1956), maka seluruh item pernyataan dapat digunakan untuk pengujian selanjutnya.

Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas

Tabel 4.12 Hasil Uji Normalitas
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		98
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	0E-7
	Std. Deviation	3,83110886
Most Extreme Differences	Absolute	,086
	Positive	,079
	Negative	-,086
Kolmogorov-Smirnov Z		,849
Asymp. Sig. (2-tailed)		,466

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Sumber : Data Hasil Olahan SPSS versi 20, Lampiran VII

Dari tabel 4.12 didapatkan nilai residual sebesar 0,466 lebih besar dari 0,05 dari nilai sampel sebesar 98 yang berarti data yang sedang diuji berdistribusi normal.

2. Uji Multikolinearitas

Tabel 4.13 Hasil Uji Multikolinearitas

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
(Constant)		
1 x1	,183	9,103
x2	,183	9,103

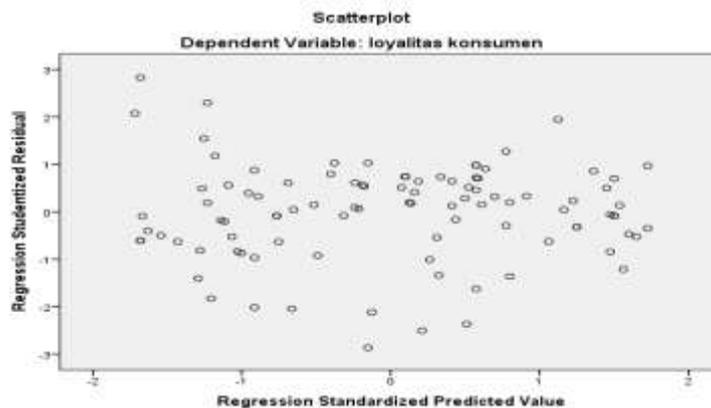
Sumber : Data Hasil Olahan SPSS v20, Lampiran VII

Dari tabel 4.13 dapat disimpulkan bahwa semua variabel telah lolos dari uji multikolinearitas dengan penjabaran sebagai berikut :

- Variabel X_1 tidak terjadi multikolinearitas dikarenakan nilai VIF yang bernilai 9,103 lebih kecil dari 10,00, dan nilai Tolerance yang bernilai 0,183 lebih besar dari 0,10.
- Variabel X_2 tidak terjadi multikolinearitas dikarenakan nilai VIF yang bernilai 9,103 lebih kecil dari 10,00, dan nilai Tolerance yang bernilai 0,183 lebih besar dari 0,10.

3. Uji Heteroskedastisitas

Gambar 4.1 Hasil Uji Heteroskedastisitas



Sumber : Data Hasil Olahan SPSS v20 Lampiran VII

Dari gambar 4.1 di atas dapat disimpulkan bahwa titik-titik menyebar dan tidak membentuk pola tertentu yang jelas. Sehingga tidak terjadi heteroskedastisitas.

Analisa Kuantitatif

a. Analisa Regresi Linear Berganda

Tabel 4.14 Analisa Regresi Linear Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	17,320	3,797		4,562	,000
Harga	,386	,162	,556	2,376	,020
kualitas pelayanan	,111	,127	,206	,878	,382

Sumber; Data yang Diolah Dengan SPSS v20, Lampiran VIII

Berdasarkan tabel 4.14 dapat dibuat persamaan regresi linear berganda sebagai berikut :

$$Y = 17,320 + 0,386X_1 + 0,111X_2$$

Dari persamaan diatas maka dapat di interprestasikan beberapa hal, sebagai berikut:

- konstanta sebesar 17,320 artinya jika tidak ada *harga dan kualitas pelayanan* ($X_1, X_2 = 0$) maka nilai loyalitas konsumen akan naik sebesar konstanta yaitu 17,320 satuan.
- Koefisien harga 0,386, koefisien bernilai positif artinya harga berpengaruh positif terhadap loyalitas konsumen dimana jika loyalitas konsumen naik satu satuan maka loyalitas konsumen naik sebesar 0,386 satuan bila variabel independen lainnya konstan.
- Koefisien kualitas pelayanan 0,111, koefisien bernilai positif artinya kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap loyalitas konsumen dimana jika kualitas pelayanan naik satu satuan maka loyalitas konsumen naik sebesar 0,111 satuan bila variabel independen lainnya konstan.

Hasil pengujian koefisien determinasi (R^2) dapat dilihat dalam tabel 4.15 sebagai berikut

Tabel 4.15 Koefisien Determinasi Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,755 ^a	,570	,561	3,87123

a. Predictors: (Constant), kualitas pelayanan, harga

b. Dependent Variable: loyalitas konsumen

Sumber; Data yang Diolah Dengan SPSS v20, Lampiran VIII

Berdasarkan tabel 4.15 nilai koefisien determinasi ditunjukkan oleh Adjusted R Square sebesar 0,561. Hal ini berarti kontribusi harga dan *kualitas pelayanan* terhadap loyalitas konsumen sebesar 56,10% sedangkan sisanya 43,90% dipengaruhi oleh variabel lain diluar penelitian ini seperti variable citra merek, lokasi dan lainnya.

Pengujian Hipotesis

1. Uji t

Tabel 4.16 Hasil Uji t

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	17,320	3,797		4,562	,000
1 Harga	,386	,162	,556	2,376	,020
kualitas pelayanan	,111	,127	,206	,878	,382

Sumber; Data yang Diolah Dengan SPSS v20, Lampiran IX

Berdasar tabel 4.16 dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Variable *harga* memiliki t hitung(2,376) > t tabel (1,984) (lampiran table t) dan nilai sig perhitungan yang diperoleh adalah sebesar 0,020 < 0,05. Hal ini berarti bahwa H_a diterima dan H_o ditolak. Sehingga dapat disimpulkan bahwa harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen
2. Variable *kualitas pelayanan* memiliki t hitung(0,878) < t tabel (1,984) (lampiran table t) dan nilai sig perhitungan yang diperoleh adalah sebesar 0,328 > 0,05. Hal ini berarti bahwa H_a ditolak dan H_o diterima. Sehingga dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap loyalitas konsumen

2. Uji F

Tabel 4.17 Uji-F ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1888,711	2	944,356	63,014	,000 ^b
	Residual	1423,707	95	14,986		
	Total	3312,418	97			

a. Dependent Variable: loyalitas konsumen

b. Predictors: (Constant), kualitas pelayanan, harga

Sumber; Data yang Diolah Dengan SPSS v20, Lampiran VIII

Dari tabel memiliki F hitung(63,014) > F tabel (3,94) dan nilai probabilitas yang dihasilkan dari perhitungan adalah 0,000^b lebih kecil dari α (5%). Hal ini berarti bahwa H_3 diterima dan H_o ditolak. Sehingga dapat disimpulkan bahwa harga dan kualitas pelayanan berpengaruh positif signifikan terhadap loyalitas konsumen. Dengan demikian dapat disimpulkan variabel harga dan kualitas pelayanan secara bersama-sama atau simultan berpengaruh dan signifikan terhadap loyalitas konsumen.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan mengenai Pengaruh harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap loyalitas Konsumen maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Variable harga positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen di SJS Plaza Padang
2. Variable kualitas pelayanan berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap loyalitas konsumen di SJS Plaza Padang

3. variabel harga dan kualitas pelayanan secara bersama-sama atau simultan berpengaruh dan signifikan terhadap loyalitas konsumen di SJS Plaza Padang

Saran- Saran

Berdasarkan kesimpulan di atas, dapat dikemukakan beberapa saran yang diharapkan dapat bermanfaat bagi perusahaan atau pihak lain yang berkepentingan. Adapun saran yang diberikan, antara lain :

1. Bagi perusahaan
 - a. Perlunya meningkatkan kualitas pelayanan konsumen melihat bahwa kualitas pelayanan masih dalam kategori berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap loyalitas konsumen di SJS Plaza Padang. Untuk meningkatkan loyalitas konsumen di SJS Plaza Padang harus mampu mendahulukan kepentingan konsumen dan memenuhi kebutuhan para konsumen di SJS Plaza Padang. Maka pihak SJS Plaza Padang sebaiknya memperbaiki kualitas pelayanan agar dapat lebih baik lagi meningkatkan loyalitas konsumen di SJS Plaza Padang.
 - b. Pada penelitian ini hanya mengukur variabel harga dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas konsumen. Diharapkan pada penelitian selanjutnya dapat meningkatkan dan mengembangkan penelitian.
2. Diharapkan hasil penelitian ini dapat dijadikan referensi untuk penelitian selanjutnya dan dapat menambahkan variabel yang lain yang tidak disertakan dalam penelitian ini sehingga hasil lebih luas dan akurat.

DAFTAR PUSTAKA

- Agussalim Manguluang, 2015. *Statistik Lanjutan*, Ekasakti Press, Padang
- Ali, Hasan. 2013. *Marketing Dan Kasus-Kasus Pilihan*. Caps (Center For Academic Publishing Service).Yogyakarta.
- Alma, Buchari.2012. *Manajemen Pemasaran Dan Pemasaran Jasa*. Bandung : Alfabeta.
- Al-Ma'ruf, Ali Imron. 2011. "Metode Penelitian Sastra" (Handout Kuliah). Surakarta: Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- Arikunto, S. 2012. *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta: Rineka Cipta
- Daryanto. 2013. *Sari Kuliah Manajemen Pemasaran*. Cetakan Ii. Satu Nusa. Bandung
- Fandy Tjiptono, Dan Gregorius Chandra. 2012. *Service, Quality And Satisfaction*. Yogyakarta. Andi.
- Fandy, Tjiptono. 2011. *Service Management Mewujudkan Layanan Prima*. Edisi. 2. Yogyakarta: Andi.
- Freddy Rangkuti. 2014. *Riset Pemasaran*. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Ghozali, Imam. 2016. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program Ibm. Spss 24 (Edisi Keenam.)* Semarang: Universitas Diponegoro.Graw Hill. New York.
- Griffin, EM. 2012. *A'First Look at Communication Theory: Eight Edition*. Mc
- Griffin, Jill. 2012. *Customer Loyalty: How To Learn It, How To Keep It*. Jakarta: Erlangga.
- Hidayat, Rahmat. 2014. Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, Dan Nilai Pelanggan Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan Nasabah Bank Mandiri. *Jurnal Bisnis Dan Ekonomi*.No. 01, Vol. V.
- Keegan, Warren J. dan Green C. Mark. (2013). *Global Marketing 7thed*. Edinburgh, England: Pearson Education
- Kotler, Philip and Gary Armstrong. (2014). *Principle of Marketing . 14 Edition*. England : Pearson Education, Inc
- Kotler, Philip And Kevin Lane Keller, 2016. *Marketing Managemen*, 15th Edition, Pearson Education,Inc.
- Kotler, Philip.2013. *Manajemen Pemasaran*. Jilid 2. Jakarta: Erlangga.
- Lupiyoadi, Rambat. 2014. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Edisi 3.Jakarta: Salemba.
- Mursid, M, Drs. (2014). *Managemen Pemasaran*. Jakarta: Bumi Aksara
- Rangkuti, Freddy. (2015). *Riset Pemasaran*. Cetakan keduabelas. Jakarta:Gramedia Pustaka Utama.
- Sugiyono. 2014. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta.

Suparyanto & Rosad. 2015. *Manajemen Pemasaran* .In Media: Bogor.

Paper Journal

- Alkadrie, S. A. (2018). Analisis Pengaruh Kualitas Layanan, Kepercayaan Dan Komitmen Terhadap Loyalitas Anggota Pada Cu Lantang Tipe Cabang Balai Karanganyar Kabupaten Sanggau. *Jes (Jurnal Ekonomi Stiep)*, 3(1), 18-28.
- Azizah, Tya Nurul. "Pengaruh Persepsi Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Warung Lesehan Dan Hall Ayam Bakar Bu Mamik Kota Blitar." *Skripsi Jurusan Manajemen-Fakultas Ekonomi Um* (2018).
- Budiastari, S. (2018). Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga, Dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan Beton Siap Pakai Holcim Di Jakarta. *Jurnal Dinamika Manajemen Dan Bisnis*, 1(1), 87-106.
- Dharmawan, Dody. *Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Harga Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Jasa Transportasi (Studi Empiris Pada Pengguna Jasa Transportasi Po. Damai Trans Klaten)*. Diss. Universitas Muhammadiyah Surakarta, 2018.
- Egim, A. S. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Nasabah Tabungan Pada Bank Sinarmas Cabang Padang. *Jurnal Marketing*, 1(1), 60-66.
- Ekasari, Ratna. "Pengaruh Lokasi, Inovasi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Konsumen Kebun Coklat Cafe & Resto Di Balongbendo Kab. Sidoarjo." *Ecopreneur*. 12 1.1 (2018): 25-29.
- Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Pelanggan Sriwijaya Air Rute Semarang-Jakarta). Risiko Putra (2016)
- Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Loyalitas Konsumen Pada Pt. Tiki Jalur Nugraha Ekakurir Agen Kota Langsa. Tengku Putri Lindung Bulan (2016)
- Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pada Bus Po. Nusantara Jurusan Solo – Jakarta)
- Rahma, B. Z. (2018). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan Jasa Transportasi Travel (Studi Pada Pelanggan Buana Travel Tulungagung)* (Doctoral Dissertation, University Of Muhammadiyah Malang).
- Salamah, Saidatus. *Pengaruh Kualitas Layanan Dan Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Untuk Meningkatkan Loyalitas Pelanggan (Studi Pada Pelanggan Susan Executive Club Semarang)*. Diss. Universitas Stikubank Semarang, 2018.