

**PENGARUH PELAYANAN DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP
LOYALITAS KONSUMEN PADA PERUSAHAAN
BATIK FENDY KLATEN**

SKRIPSI

Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi

Jurusan Manajemen

Peminatan :

Manajemen Pemasaran



Diajukan Oleh :

TIKA NUR ARIFAH

NIM: 1521103743

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS WIDYA DHARMA KLATEN**

2016

HALAMAN PERSETUJUAN

**PENGARUH PELAYANAN DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP
LOYALITAS KONSUMEN PADA PERUSAHAAN
BATIK FENDY KLATEN**

Diajukan Oleh :

TIKA NUR ARIFAH

NIM: 1521103743

Telah disetujui pembimbing untuk dipertahankan dihadapan Dewan Penguji Skripsi
Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi
Universitas Widya Dharma Klaten
pada tanggal

Pembimbing utama



**Abdul Haris, SE, MM,M.Pd.
NIK 690 098 194**

Pembimbing pendamping



**Wahjoe Sri Irwanto, SE, M.Pd.
NIK 690 995 161**

Mengetahui :

Ketua Jurusan Manajemen



**Abdul Haris, SE, MM,M.Pd.
NIK 690 098 194**

HALAMAN PENGESAHAN

**PENGARUH PELAYANAN DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP
LOYALITAS KONSUMEN PADA PERUSAHAAN
BATIK FENDY KLATEN**

Diajukan Oleh :

TIKA NUR ARIFAH

NIM: 1521103743

Telah dipertahankan dan disetujui oleh Dewan Penguji Skripsi Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Widya Dharma Klaten dan diterima untuk memenuhi sebagian persyaratan memperoleh gelar Sarjana Ekonomi Jurusan Manajemen Pada tanggal.....

Ketua



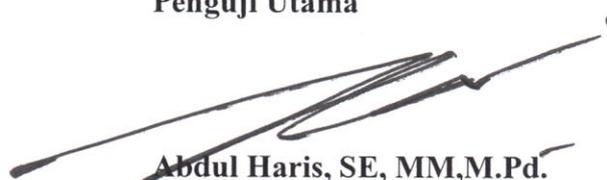
H. Arif Julianto SN, SE, M.Si.
NIK 690 301 250

Sekretaris



Jarot Prasetyo, SE, M.Si.
NIK 690 301 251

Penguji Utama



Abdul Haris, SE, MM, M.Pd.
NIK 690 098 194

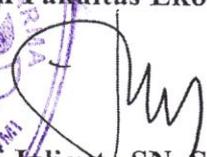
Penguji Pendamping



Wahjoe Sri Irwanto, SE, M.Pd.
NIK 690 995 161



Disahkan oleh :
Dekan Fakultas Ekonomi



H. Arif Julianto SN, SE, M.Si.
NIK 690 301 250

PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Tika Nur Arifah
NIM : 1521103743
Jurusan : Manajemen
Fakultas : Ekonomi

dengan ini menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi

Judul : Pengaruh Pelayanan dan Kualitas Produk terhadap
Loyalitas Konsumen di Perusahaan Batik Fendy Klaten
adalah benar-benar karya saya sendiri dan bebas dari plagiat. Hal-hal yang bukan
merupakan karya saya dalam skripsi ini telah diberi tanda sitasi dan ditunjukkan
dalam Daftar Pustaka.

Apabila di kemudian hari terbukti pernyataan saya tidak benar, saya bersedia
menerima sanksi akademik berupa pembatalan Ijazah dan pencabutan gelar yang
saya peroleh dari skripsi ini.

Klaten, November 2016
Yang membuat pernyataan,



Tika Nur Arifah

MOTTO

Tidak cukup kita sekadar punya target untuk diraih. Kita juga perlu tekad baja, mental pantang menyerah serta terus fokus dalam memperjuangkannya

(Andrie Wongso)

Jika kita mengizinkan tiap kegagalan menciutkan nyali dan menutup diri karena malu, maka sesungguhnya kita telah menghalangi tiap jalan yang memungkinkan kita untuk maju

(Andrie Wongso)

PERSEMBAHAN

Teriring rasa syukur kepada-Nya, kupersembahkan karyaku ini untuk:

1. Orang tua yang selalu memberikan doa restunya
2. Keluargaku tersayang
3. Rekan-rekan seperjuangan
4. Almamaterku

KATA PENGANTAR

Dengan memanjatkan puji syukur ke hadirat Tuhan YME atas segala berkatnya sehingga penulis dapat menyusun dan menyelesaikan skripsi ini dengan judul **“Pengaruh Pelayanan dsan Kualitas Produk terhadap Loyalitas Konsumen di Perusahaan Batik Fendy Klaten”**.

Skripsi ini disusun dengan tujuan untuk melengkapi sebagian daripada syarat ujian akhir guna meraih gelar sarjana ekonomi pada Universitas Widya Dharma Klaten.

Penulis menyadari bahwa dengan kemampuan yang terbatas baik pengalaman maupun ilmu yang dimiliki, sudah barang tentu skripsi ini masih jauh dari sempurna, oleh karena itu penulis sangat mengharapkan kritik dan saran yang sifatnya membangun dari berbagai pihak.

Penyusunan skripsi ini bukanlah terwujud oleh penulis semata-mata tetapi pihak lain yang telah mendorong dan membantu dalam penyelesaiannya, atas semua bantuan tersebut penulis tidak lupa mengucapkan terima kasih yang tak terhingga kepada yang terhormat :

1. Bapak H. Arif Julianto SN, SE. M.Si., selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Widya Dharma Klaten
2. Bapak Abdul Haris, SE, MM, M.Pd, selaku Ketua Jurusan Ekonomi Universitas Widya Dharma Klaten, sekaligus Dosen pembimbing I yang telah memberikan bimbingan dan arahan dalam penyusunan skripsi ini

3. Bapak Wahjoe Sri Irwanto, SE, M.Pd., Dosen pembimbing II yang telah memberikan bimbingan dan arahan dalam penyusunan skripsi ini
4. Semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan skripsi.

Semoga Tuhan membalas amal baik semua pihak yang dengan ikhlas memberikan bantuan dan bimbingan. Meskipun masih banyak kekurangannya, diharapkan skripsi ini memberi manfaat baik bagi pembaca maupun peneliti diantaranya menambah wawasan dan pengetahuan.

Klaten, November 2016

Penulis

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
HALAMAN PERSETUJUAN.....	iii
PERNYATAAN	iv
HALAMAN MOTTO	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xi
ABSTRAK.....	xii
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Alasan Pemilihan Judul	4
C. Penegasan Judul	5
D. Pembatasan Masalah	5
E. Perumusan Masalah	6
F. Tujuan Penelitian	6
G. Manfaat Penelitian	7
I. Hipotesis	7
J. Sistematika Penulisan	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
A. Pemasaran	9

B. Pengertian Pelayanan	15
C. Kualitas Produk.....	17
D. Perilaku Konsumen	21
E. Loyalitas Konsumen	24
F. Penelitian Terdahulu	28
BAB III METODE PENELITIAN	
A. Metode Penelitian	29
B. Teknik Analisis Data	32
C. Gambaran Umum Objek Penelitian	35
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	
A. Karakteristik Responden Penelitian	42
B. Analisis Data	44
BAB V SIMPULAN DAN SARAN	
A. Simpulan	59
B. Saran-saran	60
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 4.1 Perincian Perhitungan Sampel	42
Tabel 4.2 Rekapitulasi Pekerjaan Konsumen.....	42
Tabel 4.3 Umur Responden	43
Tabel 4.4 Jenis Kelamin Responden	44
Tabel 4.4 Penghitungan Nilai antar Variabel.....	45

ABSTRAK

TIKA NUR ARIFAH, NIM. 1521103743, Fakultas Ekonomi, Jurusan Manajemen, Universitas Widya Dharma Klaten. Skripsi. **“PENGARUH PELAYANAN DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN DI PERUSAHAAN BATIK FENDY KLATEN”**

Tujuan penelitian ini adalah untuk : 1) menguji pengaruh antara pelayanan terhadap loyalitas konsumen di Perusahaan Batik Fendy Klaten, 2) menguji pengaruh antara kualitas produk terhadap loyalitas konsumen di Perusahaan Batik Fendy Klaten, 3) menguji pengaruh antara pelayanan dan kualitas produk terhadap loyalitas konsumen di Perusahaan Batik Fendy Klaten.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif kuantitatif. Metode untuk mengumpulkan data dengan angket, interview dan observasi. Variabel dalam penelitian ini adalah pelayanan (X_1) dan kualitas produk (X_2) serta loyalitas konsumen (Y). Teknik analisis data dengan analisis korelasi Product Moment.

Dari hasil analisis pembuktian hipotesis dengan uji t diperoleh hasil perhitungan uji t untuk X_1 , t hitung = 8,11 yang lebih besar dari t tabel 2,00 untuk $N = 78$ maka kesimpulanya hipotesis diterima atau terbukti kebenarannya untuk pelayanan (X_1). Sehingga dapat dinyatakan bahwa terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara pelayanan dengan loyalitas konsumen. Sedangkan Nilai t hitung untuk $X_2 = 3,57$ yang lebih besar dari t tabel 2,00 untuk $N = 78$ maka kesimpulanya hipotesis diterima dan terbukti kebenarannya untuk kualitas produk (X_2), sehingga dapat dinyatakan bahwa terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara kualitas produk dengan loyalitas konsumen.

Keywords : *pelayanan, kualitas produk, loyalitas konsumen*

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perkembangan dunia bisnis akhir-akhir ini mengalami pertumbuhan yang cukup pesat, kondisi yang demikian tak heran menciptakan persaingan yang semakin ketat dan tajam. Oleh karena itu, perusahaan dituntut untuk mampu memuaskan konsumen dengan membuat produk-produk berkualitas yang sesuai dengan keinginan konsumen.

Tak sedikit perusahaan yang berlomba-lomba untuk dapat meningkatkan pangsa pasarnya, sehingga hal ini memotivasi perusahaan untuk bekerja keras terus maju dalam memperbaiki bisnisnya. Selain itu perusahaan sebaiknya juga mengubah pandangannya dari yang sebelumnya berorientasi pada produk atau jasa, ke pandangan yang berorientasi pada konsumen. Strategi yang bisa digunakan oleh perusahaan yaitu salah satunya dengan menciptakan serta membangun loyalitas konsumen.

Loyalitas konsumen tentu diperlukan sebuah perusahaan untuk bisa tetap bertahan dan mampu bersaing dengan perusahaan lain. Konsumen yang loyal merupakan peluang untuk mendapatkan konsumen baru, mempertahankan semua konsumen yang ada umumnya akan lebih menguntungkan dibandingkan dengan pergantian konsumen karena biaya untuk menarik konsumen baru bisa lima kali lipat lebih besar dari biaya mempertahankan seorang konsumen yang sudah ada (Kotler, 2000:60), jadi mempertahankan konsumen sama dengan mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan.

Loyalitas secara harfiah dapat diartikan sebagai kesetiaan seseorang terhadap suatu objek. Mowen dan Minor sebagaimana yang dijelaskan dalam Mardalis (2005:111) mendefinisikan loyalitas konsumen sebagai kondisi dimana pelanggan mempunyai sikap positif terhadap suatu merek, mempunyai komitmen pada merek tersebut dan bermaksud meneruskan pembeliannya di masa yang akan datang. Terciptanya loyalitas konsumen dapat memberikan beberapa manfaat diantaranya hubungan antara perusahaan dan pelanggannya menjadi harmonis, memberikan dasar yang baik bagi pembelian ulang dan terciptanya loyalitas pelanggan dan membentuk suatu rekomendasi dari mulut ke mulut (*word of mouth*) yang menguntungkan perusahaan (Tjiptono, 2004: 349).

Untuk membuat konsumen loyal terhadap produk yang dihasilkan perusahaan serta dapat mengatasi persaingan yang sangat tajam dengan perusahaan lain, diperlukan penerapan strategi pemasaran yang tepat guna mengantisipasi situasi dan kondisi lingkungan yang terus berubah, baik itu makro maupun mikro. Perencanaan strategi yang matang sangat diperlukan untuk meningkatkan atau menstabilkan jumlah konsumen. Selain menerapkan strategi-strategi pemasaran juga diperlukan suatu perbaikan atau inovasi disesuaikan dengan keinginan dan kebutuhan konsumen yang selalu berubah mengikuti perkembangan jaman. Dengan adanya strategi dan inovasi-inovasi tersebut diharapkan agar konsumen tidak bosan dengan suatu produk tertentu dan menjadi konsumen setia produk tersebut.

Dilain pihak perusahaan harus beranggapan bahwa konsumen bak raja yang ingin diberikan pelayanan yang lebih supaya konsumen menjadi pelanggan tetap. Pelayanan kepada konsumen merupakan aspek penting, karena dengan fasilitas pelayanan yang diberikan merupakan suatu usaha menarik konsumen dalam membeli barangnya, selain kualitas produk yang terjamin mendorong para konsumen akan merasa puas dengan barang yang diinginkan. Jika konsumen merasa puas, maka konsumen tersebut akan memperlihatkan peluang membeli barang yang lebih banyak untuk pembelian berikutnya. Dalam arti kata, apabila konsumen merasa cocok, maka frekuensi pembelian atau berbelanja akan lebih tinggi, karena konsumen sebagai pelanggan merasa puas atas pelayanan dan produk yang ditawarkan.

Dengan adanya globalisasi dalam bidang ekonomi, semakin membuka peluang pengusaha asing untuk turut berkompetisi dalam menjaring konsumen lokal. Perusahaan lokal sebagai tuan rumah semakin dituntut untuk mengenali perilaku konsumen untuk kemudian menyesuaikan kemampuan perusahaan dengan kebutuhan mereka. Perusahaan yang ingin *survive* harus mempunyai nilai lebih yang menjadikan perusahaan tersebut berbeda dengan perusahaan lain. Nilai lebih yang ditawarkan ini akan semakin memberikan kemandirian kepada calon konsumen untuk bertransaksi atau mendorong para konsumen lama untuk bertransaksi kembali.

Batik Fendy merupakan salah satu perusahaan lokal yang bergerak di bidang industri batik. Saat ini memproduksi berbagai macam model batik dari mulai jenis kain, selendang, pakaian maupun asesoris. Dengan banyaknya

perusahaan yang bergerak dalam bidang yang sama, untuk memenangkan persaingan, perusahaan harus mampu memberikan yang terbaik bagi konsumennya yaitu dengan memberikan kualitas yang lebih baik, produk yang lebih murah, pelayanan yang lebih baik dan lain sebagainya. Sebab jika konsumen kurang puas maka kemungkinan konsumen akan beralih ke produk dari perusahaan lain, hal tersebut menyebabkan turunnya angka penjualan yang diikuti berkurangnya pangsa pasar (*market share*) sehingga akan menurunkan laba yang dapat menimbulkan kerugian bagi perusahaan itu sendiri.

Dari uraian di atas banyak variabel-variabel yang mempengaruhi keberhasilan suatu perusahaan dalam meningkatkan loyalitas konsumennya. Oleh karenanya penulis tertarik untuk mengadakan penelitian dengan mengambil judul: “PENGARUH PELAYANAN DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN DI PERUSAHAAN BATIK FENDY KLATEN”

B. Alasan Pemilihan Judul

Dewasa ini semakin banyak produk batik yang beredar di pasar dengan berbagai macam merk, yang berarti semakin besar persaingan yang terjadi diantara perusahaan-perusahaan sejenis. Untuk mempertahankan dan meningkatkan loyalitas konsumennya, maka perusahaan perlu mempunyai strategi agar konsumen bersedia membeli produk yang dihasilkan oleh perusahaan. Dalam hal ini perusahaan dituntut untuk selalu meningkatkan

mutu maupun kualitas produknya. Disamping itu pelayanan yang diberikan oleh pihak perusahaan kepada konsumennya ikut memberi andil bagi terbentuknya loyalitas konsumen.

C. Penegasan Judul

Untuk menghindari kekeliruan dalam memahami atau menafsirkan maka dalam penelitian ini dikemukakan penegasan judul sebagai berikut :

1. Pelayanan

Pelayanan merupakan suatu usaha yang bertujuan menarik perhatian konsumen dalam upaya menimbulkan minat untuk membeli atas barang dan jasa yang ditawarkan dalam upaya menciptakan kepuasan terhadap diri konsumen

2. Kualitas Produk

Kualitas produk yaitu faktor-faktor yang terdapat dalam suatu barang dalam menjalankan fungsinya, meliputi daya tahan barang, keunggulan serta kelayakan barang.

3. Loyalitas konsumen

Loyalitas konsumen adalah suatu pembelian ulang yang dilakukan oleh seorang konsumen karena komitmen pada suatu merek atau perusahaan.

D. Pembatasan Masalah

Permasalahan yang akan penulis teliti ini akan menjadi kabur maknanya tanpa adanya pembatasan masalah yang mendasarinya. Adapun

permasalahan yang penulis ajukan dibatasi pada pengaruh pelayanan dan kualitas produk terhadap loyalitas konsumen di Perusahaan Batik Fendy Klaten.

E. Perumusan Masalah

Dari uraian latar belakang, penegasan judul dan pembatasan masalah di atas maka dapat dirumuskan permasalahan yang akan dibahas dalam penelitian ini yaitu :

1. Adakah pengaruh antara pelayanan terhadap loyalitas konsumen di Perusahaan Batik Fendy Klaten?
2. Adakah pengaruh antara kualitas produk terhadap loyalitas konsumen di Perusahaan Batik Fendy Klaten?
3. Adakah pengaruh antara pelayanan dan kualitas produk terhadap loyalitas konsumen di Perusahaan Batik Fendy Klaten?

F. Tujuan Penelitian

Secara umum penelitian bertujuan untuk menemukan, mengembangkan dan menguji sesuatu pendapat yang benar dan nyata pada objek yang diteliti. Namun secara spesifikasi tujuan penelitian adalah :

1. Untuk menguji pengaruh antara pelayanan terhadap loyalitas konsumen di Perusahaan Batik Fendy Klaten.
2. Untuk menguji pengaruh antara kualitas produk terhadap loyalitas konsumen di Perusahaan Batik Fendy Klaten.

3. Untuk menguji pengaruh antara pelayanan dan kualitas produk terhadap loyalitas konsumen di Perusahaan Batik Fendy Klaten.

G. Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut :

1. Pihak Penulis

Sebagai wahana penerapan teori yang selama ini telah diperoleh di bangku kuliah dan memperoleh pengetahuan serta memperoleh pengalaman di lapangan

2. Bagi Perusahaan

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan bagi perusahaan dalam mengambil kebijaksanaan dalam hal pelayanan dan kualitas produk agar loyalitas konsumen dapat meningkat

3. Bagi Pihak lain

Penelitian ini di harapkan dapat sebagai bahan pertimbangan dan referensi bagi peneliti lain yang melakukan penelitian yang serupa.

H. Hipotesis

Hipotesis merupakan kesimpulan awal yang harus diuji kebenarannya melalui suatu penelitian terlebih dahulu untuk menentukan kesimpulan akhir. Adapun hipotesisi dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Diduga ada pengaruh antara pelayanan terhadap loyalitas konsumen di Perusahaan Batik Fendy Klaten.

2. Diduga ada pengaruh antara kualitas produk terhadap loyalitas konsumen di Perusahaan Batik Fendy Klaten.
3. Di duga ada pengaruh antara pelayanan dan kualitas produk terhadap loyalitas konsumen di Perusahaan Batik Fendy Klaten.

I. Sistematika Skripsi

Penyusunan skripsi ini terdiri dari lima bab di mana masing-masing bab dibagi lagi menjadi beberapa sub bab. Kelima bab tersebut berisi :

Bab I. Pendahuluan menguraikan tentang latar belakang masalah, alasan pemilihan judul, penegasan judul, pembatasan masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, hipotesis, dan sistematika penulisan.

Bab II. Tinjauan Pustaka meliputi pengertian manajemen pemasaran, pelayanan, kualitas produk, dan loyalitas konsumen.

Bab III. Metode Penelitian. Pada bab ini berisi tentang metode penelitian, teknik analisis data serta gambaran umum objek penelitian.

Bab IV. Hasil dan Pembahasan. Dalam bab ini akan dianalisa pengaruh antara pelayanan dan kualitas produk terhadap loyalitas konsumen pada Perusahaan Batik Fendy Klaten.

Bab V. Simpulan dan Saran menguraikan tentang kesimpulan hasil penelitian dan memberikan beberapa saran untuk dijadikan masukan bagi yang bersangkutan.

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

Dalam bab V ini akan dikemukakan tentang kesimpulan yang diambil berdasarkan pembahasan dan analisis data dalam bab-bab terdahulu, dan bertitik tolak dari kesimpulan yang diambil akan diberikan saran-saran dengan harapan akan dapat memberikan masukan-masukan bagi Perusahaan Batik Fendy Klaten.

A. Simpulan

1. Dari perhitungan dengan rumus koefisien korelasi diperoleh $r_{x_1y} = 0,681$ dan $r_{x_2y} = 0,379$. Selanjutnya hasil tersebut dikonsultasikan dengan r tabel dengan $N = 78$ pada signifikansi 5% adalah 0,220. Jadi r hitung $>$ r tabel untuk X_1 ($0,681 > 0,220$). Hal ini berarti terdapat pengaruh yang positif dan cukup kuat antara pelayanan dengan loyalitas konsumen. Sedangkan untuk kualitas produk (X_2), r hitung $>$ r tabel ($0,379 < 0,220$) yang berarti terdapat pengaruh yang positif antara kualitas produk dan loyalitas konsumen.
2. Dari perhitungan uji t dapat diketahui Untuk X_1 , t hitung = 8,11 yang lebih besar dari t tabel 2,00 untuk $N = 78$ maka kesimpulannya hipotesis diterima atau terbukti kebenarannya untuk pelayanan (X_1). Sehingga dapat dinyatakan bahwa terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara pelayanan dengan loyalitas konsumen. Sedangkan Nilai t hitung untuk X_2 = 3,57 yang lebih besar dari t tabel 2,00 untuk $N = 78$ maka kesimpulannya

hipotesis diterima dan terbukti kebenarannya untuk kualitas produk (X_2), sehingga dapat dinyatakan bahwa terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara kualitas produk dengan loyalitas konsumen.

3. Variabel pelayanan mempunyai nilai koefisien korelasi yang lebih besar dibandingkan dengan variabel kualitas produk, hal ini menunjukkan bahwa pelayanan memiliki pengaruh yang lebih besar terhadap loyalitas konsumen dibandingkan dengan variabel kualitas produk.
4. Dari perhitungan dengan analisis regresi dapat diperoleh persamaan persamaan regresi untuk X_1 adalah $Y = 6,16 + 0,57X$, $a = 6,16$ (konstanta) tanpa ada pelayanan yang baik masih ada loyalitas konsumen sebesar 6,16 satuan. $b = 0,57$ (slope) jika pelayanan naik satu satuan maka loyalitas konsumen juga naik 0,57 satuan. Sedangkan persamaan regresi untuk $X_2 = Y = 11,47 + 0,24X$, $a = 11,47$ (konstanta) tanpa ada kualitas produk masih ada loyalitas konsumen sebesar 11,47 satuan. $b = 0,24$ (slope) jika kualitas produk naik satu satuan maka loyalitas konsumwen juga naik 0,24 satuan

B. Saran-saran

Berdasarkan analisis yang telah dilakukan dan dukungan teori yang dikemukakan para ahli, penulis akan mengemukakan beberapa saran sebagai berikut.

1. Dari hasil penelitian pelayanan dan kualitas produk menjadi faktor-faktor yang mempengaruhi tingkat loyalitas pelanggan, maka Perusahaan Batik Fendy harus lebih memperhatikan lagi kedua faktor tersebut. Hal ini dapat

dilakukan dengan cara selalu menjaga kualitas produk yang dihasilkan disesuaikan dengan harga yang ditawarkan serta lebih meningkatkan pelayanan kepada para konsumennya.

2. Perusahaan perlu meningkatkan jenis dan kualitas produk agar konsumen dapat lebih banyak referensi produk mana yang mereka inginkan.
3. Perlu adanya prioritas peningkatan mutu atau kualitas dalam pelayanan konsumen. Hal ini dikarenakan faktor pelayanan ini dipandang lebih tinggi pengaruhnya dalam meningkatkan loyalitas pelanggan.
4. Diharapkan dalam penelitian-penelitian selanjutnya jumlah responden diperbanyak untuk lebih menambah keakuratan data

DAFTAR PUSTAKA

- Asyari Anwar. 2011. *Metodologi*. Bandung : Alfa Betha.
- Anto Dajan. 2008. *Pengantar Metode Statistik*. Jakarta : LP3ES.
- Basu Swastha DH dan Irawan. 2010. *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta : Liberty.
- Bedudu Zain. 2010. *Kamus Bahasa Indonesia Cetakan Pertama*. Jakarta : Sinar Harapan.
- Djarwanto P.S. 2004. *Metodologi Penelitian dan Statistik*. Surakarta : Fakultas Ekonomi Universitas Sebelas Maret.
- Durianto, Darmadi, Sugiarto, dan Tony Sitinjak. 2001. *Strategi Menaklukkan. Pasar Melalui Riset Ekuitas dan Perilaku Merek*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Fandy Tjiptono. 2004. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta : Andi Offset.
- _____. 2006. *Pemasaran Jasa*. Malang: Bayu Media Publishing.
- Griffin, Jill. 2003. *Customer Loyalty: Menumbuhkan dan Mempertahankan Kesetiaan Pelanggan*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler Philip. 2000. *Manajemen Pemasaran : Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Pengendalian*. Alih Bahasa Ancela Aniwati Hermawan. Jakarta : Penerbit Salemba Empat.
- Mardalis, Ahmad. 2005. *Meraih Loyalitas Pelanggan*. Jakarta: Balai Pustaka
- Marwan Asri. 2011. *Pelayanan*. Bandung : Tarsito.
- Murti Sumarni. 1991. *Pengantar Bisnis*. Yogyakarta : Liberty.
- Sofyan Ashari. 2010. *Manajemen*. Yogyakarta : BPFE.

Sutrisno Hadi. 2008. *Metodologi Research*. Yogyakarta : Andi Offset.

William J. Stanton oleh Lamarso. 2007. *Prinsip Pemasaran*. Jakarta : PT. Gelora Aksana Pratama.