

**PENGARUH KUALITAS JASA CETAK, KEPUASAN
PELANGGAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN
DALAM UPAYA MENINGKATKAN OMZET PENJUALAN
USAHA PERCETAKAAN ANGELA SOUVENIR DI
SURABAYA**

Nurul Mustaghitsah¹

Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi, STIE Mahardhika Surabaya

Email : nurulmustaghitsah@gmail.com

ABSTARK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Kualitas jasa cetak dan Kepuasan pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan dalam upaya meningkatkan omzet penjualan usaha percetakan angela souvenir surabaya. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah pelanggan yang menggunakan jasa percetakan Angela Souvenir Surabaya dengan sampel sebanyak 40 responden. Teknik analisis dan menggunakan statistik dengan menggunakan spss 25.00. untuk mengetahui hasilnya dibutuhkan Uji Linier Berganda, Uji F dan Uji t. Hasil penelitian ini variabel Kualitas Jasa Cetak (X1) dan Kepuasan Pelanggan (X2) pengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen Loyalitas Pelanggan (Y). Nilai tersebut dapat diartikan Kualitas Jasa Cetak (X1) dan Kepuasan Pelanggan (X2) mampu mempengaruhi Loyalitas Pelanggan (Y) sebesar 0,523 menunjukkan bahwa 52,3 % variabel loyalitas pelanggan dipengaruhi oleh Kualitas Jasa Cetak (X1) dan Kepuasan Pelanggan (X2) dengan sisanya sebesar 47,7 % dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak di jelaskan oleh peneliti ini. Kualitas Jasa Cetak (X1) t hitung (3,353) > t tabel (2,026) dengan tingkat signifikansi 0,001 < 0,05. Kepuasan Pelanggan (X2) t hitung (3,353) > t tabel (2,026) dengan tingkat signifikansi 0,002 < 0,05.

Kata Kunci : Kualitas Jasa Cetak, Kepuasan Pelanggan, Loyalitas Pelanggan

ABSTRACT

This study aims to determine the quality of printing services and customer satisfaction with customer loyalty in an effort to increase sales turnover of the Angela Souvenirs printing business in Surabaya. This research uses quantitative research methods. The population in this study were customers who used Angela Souvenir Surabaya's printing services with a sample of 40 respondents. Techniques of analysis and using statistics using spss 25.00. To find out the results, it takes Multiple Linear Test, F Test and t Test. The results of this research variable Print Service Quality (X1) and Customer Satisfaction (X2) significantly influence the dependent variable Customer Loyalty (Y). This value can be interpreted as Print Service Quality (X1) and Customer Satisfaction (X2) able to affect Customer Loyalty (Y) of 0.523 indicating that 52.3% of customer loyalty variables are influenced by Print Service Quality (X1) and Customer Satisfaction (X2) with the rest 47.7% is influenced by other variables that are not explained by this researcher. Print Service Quality (X1) t count (3.353) > t table (2.026) with a significance level of 0.001 < 0.05. Customer Satisfaction (X2) t count (3.353) > t table (2.026) with a significance level of 0.002 < 0.05.

Keywords: print service quality, customer satisfaction, customer loyalty

PENDAHULUAN

Dikala pandemi Covid- 19 membuat seluruh orang bergeser ke sistem digital, bermacam bisnis baru terus menjadi jadi trend (*Emerging*), yang merangsang persaingan antar pengusaha di bidang yang sama. Salah satunya merupakan pembisnis digital printing suatu kebutuhan guna penuh seluruh persyaratan yang terpaut dengan modul iklan serta pencetakan. Dengan pertumbuhan teknologi terbaru, saat ini Angela Souvenir menawarkan jasa cetak online. Dari pemesanan sampai transaksi pembayaran sampai pengambilan benda, seluruhnya berjalan secara online tanpa mengisik ekspedisi ke zona bengkel. Konsep ini jadi pemecahan pas untuk pelanggan sebab prosesnya yang simpel serta aman, paling utama di masa pandemi COVID-19 yang mewajibkan warga buat lebih banyak beraktifitas dirumah. Penelitian ini dimaksudkan untuk mengetahui sampai sejauhmana pengaruh kualitas jasa cetak, kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan dapat memberikan pengaruh dalam Omzet Penjualan Angela souvenir.

Kualitas Jasa

Kualitas jasa adalah bagaimana tanggapan konsumen terhadap jasa yang dikonsumsi atau

yang dirasakannya di dalam teori mengenai Manajemen Jasa, penilaian ini disebut sebagai *Consumer Perceived Service Quality* yang mencakup beberapa dimensi kinerja jasa sering kali tidak dapat dievaluasi, sehingga konsumen menggunakan isyarat intrinsik dan isyarat ekstrinsik jasa sebagai acuan. (Asep dan widia, 2018:181). Kualitas jasa adalah penyerahan atau penyampaian jasa secara relatif lebih unggul (*excellent*) atau superior terhadap harapan pelanggan (*customer expectations*). (Tjiptono 2014 dalam chandra dan rusmin, 2019:25). Berlandaskan penafsiran di atas, jika kualitas jasa berpusat pada upaya pemenuhan kebutuhan serta kemauan pelanggan dan juga ketepatan penyampaiannya. Menurut (Tjiptono 2014 dalam chandra dan rusmin, 2019:25) Dimensi pengukuran kualitas jasa yaitu Keandalan (*Reliability*), Jaminan (*Assurance*), Berwujud (*Tangibles*), Empati (*Emphaty*),Daya Paham (*Responsiveness*).

Kepuasan Pelanggan

Kepuasan (*Satisfaction*) merupakan perasaan bahagia ataupun kecewa seorang yang mencuat sebab menyamakan kinerja yang dipersepsikan

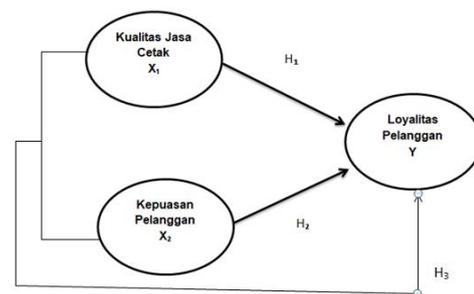
produk ataupun hasil terhadap ekspektasi produk serta jasa. Menurut (Novia Susanti & Achmad Ichsan, 2017). Rakhmat Muqoddim, Ahmad Yani serta Zufriady (2018) mengemukakan kalau Kepuasan konsumen merupakan cenderung diukur pada sesuatu titik tertentu yang nampak seolah perihal itu statis, tetapi kepuasan ialah perihal yang dinamis, sasaran bergerak serta tumbuh dari waktu ke waktu, yang dipengaruhi oleh bermacam aspek. Menurut (Tjiptono:2002, dalam Nazarudin dan Yosep, 2019:72).Dimensi kepuasan pelanggan yaitu Konfirmasi harapan (*Confirmation of Expectation*), Minat pembelian ulang (*Repurchase intent*), Kesiediaan untuk merekomendasi (*Willingness to Recommend*), Ketidakpuasan pelanggan (*Customer Dissatisfaction*).

Loyalitas Pelanggan

Loyalitas(Kesetiaan) biasanya dimengerti selaku dedikasi serta kepatuhan kepada sesuatu bangsa, tujuan, falsafah, negeri, kelompok, ataupun seorang. Loyalitas merupakan metode mengatakan watak kepuasan yang berlebih serta sudah dicoba kesekian kali (Laely et al., 2019).jika cerminan keberhasilan dari usaha yang dijalankan paling tidak dipengaruhi dari sebagian aspek antara lain modal, tenaga

kerja, pembelajaran, pengalaman kerja, lama jam kerja, serta umur loyalitas pelanggan merupakan kesetiaan pelanggan atas sesuatu produk/ jasa yang diisyarati dengan terdapatnya perasaan yang mendalam, komitmen, serta sokongan terhadap produk/ jasa tersebut. Menurut Menurut Griffin (2010) dikutip oleh Mashuri (2020:61) Dimensi Pengukuran Loyalitas Pelanggan yaitu Make reguler repeat purchase (melakukan pembelian ulang), Purchase across product and servise lines (penggunaan produk dan layanan), Refers other (merujuk lainnya), Demonstrates immunity to the pull of the competition (menunjukkan ketidaktertarikan pada jasa lain)

KERANGKA KONSEPTUAL



Gambar 1. Kerangka konseptual

Sumber : data diolah, 2021

HIPOTESIS PENELITIAN

H₁ : Diduga Kualitas Jasa Cetak (X₁) berpengaruh positif terhadap Loyalitas Pelanggan (Y)

H₂ : Diduga Kepuasan Pelanggan (X₂) berpengaruh positif terhadap Loyalitas Pelanggan (Y)

H₃ : Diduga Kualitas Jasa Cetak (X₁) dan Kepuasan Pelanggan (X₂) berpengaruh positif terhadap Loyalitas Pelanggan (Y)

METODE PENELITIAN

Riset ini memakai tata cara riset kuantitatif. Sendari, Anugerah Ayu (2021) mengemukakan kalau riset kuantitatif merupakan riset yang mengaitkan pengumpulan serta analisis informasi numerik secara objektif buat menggambarkan, memprediksi, ataupun mengendalikan variabel yang diminati. kategori riset yang digunakan riset Prosedur riset operasi(*operation research*) yaitu riset dengan menerapkan pengamatan langsung di lapangan dengan penyebaran kuesioner secara langsung kepada pelanggan serta wawancara langsung dengan owner industri.

POPULASI DAN SAMPEL

Daerah generalisasi yang terdiri atas obyek/ subyek yang memiliki kuantitas serta ciri tertentu yang di terapkan oleh pengamat guna di pelajari serta setelah itu di tarik akhirnya ialah Populasi (Sugiyono, 2017: 136). Populasi dalam riset ini merupakan pelanggan yang memakai jasa

percetakan Angela Souvenir Surabaya. Menurut sugiyono, 2017:136) Penentuan sampel untuk penelitian kuantitatif dengan minimal 30 orang dan jika jumlah 100 orang dalam populasi dijadikan ilustrasi seluruh dengan memakai sampling jenuh. Sampling jenuh merupakan sampel yang apabila ditambah jumlahnya tidak akan menambahkan keterwakilan sehingga tidak akan pengaruhi nilai data yang sudah diperoleh. Sampel yang dilakukan dalam penelitian ini dimulai pada bulan Oktober - Desember tahun 2021 sejumlah 40 orang.

TEKNIK PENGUMPULAN DATA

Dalam riset ini yang diartikan dengan prosedur kuesioner metode ini digunakan guna mengumpulkan informasi tentang faktor- faktor yang pengaruhi loyalitas konsumen dari responden. Dalam Riset ini, mengenakan prosedur pengukuran Skala Likert. Skala Likert digunakan untuk mengukur perilaku, komentar, serta anggapan seorang ataupun sekelompok orang tentang fenomena sosial Dengan pemberian interval 1– 5 (Sugiyono, 2017:158). Pengumpulan data lainnya menggunakan prosedur Wawancara dan studi pustaka dengan mengumpulkan informasi dengan metode mengadakan tanya jawab secara

langsung dengan pihak yang berkepentingan (owner industri) selaku panduan wawancara guna mendapatkan informasi dokumentasi dan mempelajari teori - teori dari buku, surat kabar, serta penelitian terhadap literatur- literatur pendukung yang lain, dan dari lembaga terpaut.

SUMBER DATA

Informasi primer umumnya diperoleh dari survei lapangan yang memanfaatkan seluruh prosedur pengumpulan informasi ordinal. Informasi sekunder umumnya sudah dikumpulkan oleh lembaga pengumpul informasi serta diterbitkan kepada warga pengguna informasi.

ANALISIS DATA

Uji Validitas

Analisis aspek digunakan periset buat mengenali sesuatu struktur serta memastikan hingga seberapa jauh tiap variabel bisa dicoba ialah informasi summarization serta informasi reduction (Imam Ghozali, 2018: 51). Dalam uji validitas bisa digunakan SPSS 25.00 dengan mengetahui tingkat sig. uji dua arah.

Uji Reliabilitas

Fasilitas mengukur reliabilitas dengan uji statistik *cronbac's alpha* dengan menggunakan SPSS 25.00. apabila dinyatakan suatu variabel

reliabel jika memberikan nilai *cronbac's alpha* 0,70 (Imam Ghozali, 2018: 46).

Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan sebagai dalam model regresi variabel residual yang memiliki distribusi normal. Jika asumsi tersebut dilanggar maka uji statistik menjadi tidak valid untuk mengetahui apakah residual berdistribusi normal ataupun tidak yakni dengan analisis grafik P-plot

Uji Multikoleniaritas

Multikoleniaritas bisa pula dilihat dari Nilai tolerance serta lawannya, Variance inflation factor(VIF). Uji multikoleniaritas bertujuan guna menguji apakah model regresi ditemui terdapatnya korelasi antar variabel leluasa (independen).

Uji Heteroskedastisitas

Dalam riset ini buat memandang Grafik Plot antara nilai prediksi variabel terikat(dependen) ialah ZPRED dengan residualnya SRESID. Apabila terdapat pola tertentu, semacam titik- titik yang terdapat membentuk pola tertentu yang tertib (bergelombang, melebar setelah itu menyempit), hingga mengindikasikan sudah terjalin Heteroskedastisitas ataupun sebaliknya.

Pengujian Hipotesis Penelitian

Uji-F Secara Simultan dan Uji-t

Secara Parsial

Pengujian ini bertujuan guna memverifikasi apakah variabel-variabel independen (X) secara simultan memiliki pengaruh terhadap variabel dependen (Y). Maka Uji F penelitian ini Apabila $F_{hitung} > F_{tabel}$, hingga H_0 ditolak serta H_a diterima, yang berarti variabel independen memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen dengan mengenakan tingkatan signifikan sebesar 0,05 bila nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ hingga secara simultan segala variabel independen mempengaruhi variabel dependen. Sedangkan Uji-t penelitian ini Apabila angka sig. > 0,05, sehingga H_0 diterima dan Apabila angka sig. < 0,05, sehingga H_0 ditolak.

HASIL PENELITIAN

Uji Validitas

Tabel 2. Uji validitas

Variabel	Pertanyaan	r-hitung	r-tabel	Keterangan
Kualitas Jasa Cetak (X1)	pertanyaan 1	0,732	> 0,312	valid
	pertanyaan 2	0,769		
	pertanyaan 3	0,763		
	pertanyaan 4	0,832		
	pertanyaan 5	0,70		
Kepuasan Pelanggan (X2)	pertanyaan 1	0,754		
	pertanyaan 2	0,832		
	pertanyaan 3	0,776		
	pertanyaan 4	0,729		
Loyalitas Pelanggan (Y)	pertanyaan 1	0,844		
	pertanyaan 2	0,585		
	pertanyaan 3	0,806		
	pertanyaan 4	0,632		

Sumber: data diolah, 2021

Jika nilai r-hitung pada penanda variabel kualitas jasa cetak, kepuasan pelanggan serta loyalitas pelanggan lebih besar dibanding dengan nilai r tabel berlandaskan uji signifikan 0,00 ataupun 0,05. Maka penelitian tersebut dinyatakan valid buat digunakan sebagai perlengkapan ukur variabel.

Uji Reliabilitas

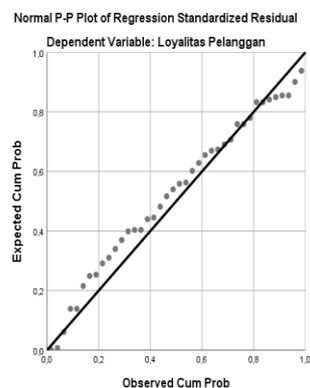
Tabel 3. Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's alpha	Reliabilitas minimum	Keterangan
Kualitas Jasa Cetak (X1)	0,803	> 0,7	Reliabel
Kepuasan Pelanggan (X2)	0,775		
Loyalitas Pelanggan (Y)	0,754		

Sumber: data diolah, 2021

Maka nilai *cronbach's alpha* lebih besar dari nilai batasan yakni variabel independen kualitas jasa cetak (X_1) dengan nilai $0,803 > 0,70$, variabel independen kepuasan pelanggan (X_2) dengan nilai $0,7750 > 0,70$, dan variabel dependen Loyalitas Pelanggan (Y) dengan nilai $0,754 > 0,70$. Maka dapat disimpulkan bahwa semua variabel tersebut reliabel.

Uji Normalitas



Gambar 2. Hasil Uji validitas Grafik P-Plot

Sumber : data diolah, 2021

Berdasarkan gambar diatas, maka dapat melihat tampilan grafik histogram memberikan pola titik-titik yang menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal yang menegaskan bahwa pola distribusi normal, maka regresi penelitian ini memenuhi asumsi normalitas nilai residual dalam analisis regresi berganda dalam penelitian ini dapat terpenuhi.

Uji Multikoleniaritas

Tabel 3. Hasil Uji Multikoleniaritas

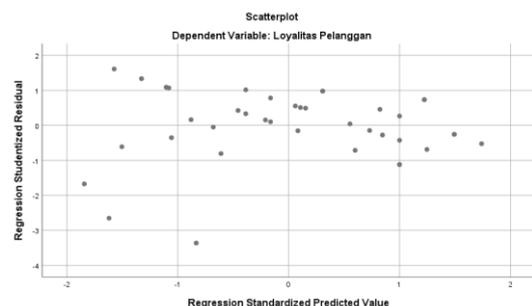
Model	Coefficients ^a							
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error				Tolerance	VIF
1	(Constant)	1,952	2,096		,931	,358		
	Kualitas Jasa Cetak	,374	,100	,460	3,755	,001	,859	1,164
	Kepuasan Pelanggan	,339	,101	,411	3,353	,002	,859	1,164

a. Dependent Variable: Loyalitas Pelanggan

Sumber: data diolah, 2021

Dari tabel diatas, dapat di ketahui bahwa hasil perthitungan nilai tolerance menunjukkan Variabel Kulitas Jasa Cetak (X_1) sebesar $1,164 < 10$ dengan nilai tolerance value $0,374 > 0,1$. Serta Variabel Kepuasan Pelanggan (X_2) sebesar $1,164 < 10$ dengan nilai tolerance value $0,339 > 0,1$. Maka dapat disimpulkan dari variabel penelitian tersebut dianggap bebas atau bisa dikatakan tidak terjadi multikolinieritas.

Uji Heteroskedalitas



Gambar 4. Hasil Uji Heteroskedalitas

Sumber: data diolah, 2021

Dari gambar diatas, bisa disimpulkan dari grafik diatas

terdapatnya pola yang jelas, dan titik-titik menyebar diatas ataupun dibawah sumbu Y pada angka 0, sehingga perihal tersebut dinyatakan tidak terjalin heteroskedastisitas pada model regresi tersebut.

Uji-F secara simultan

Tabel 5. Hasil Uji-F secara simultan

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	89,704	2	44,852	20,264	,000 ^b
	Residual	81,896	37	2,213		
	Total	171,600	39			
a. Dependent Variable: Loyalitas Pelanggan						
b. Predictors: (Constant), Kepuasan Pelanggan, Kualitas Jasa Cetak						

Sumber: data diolah, 2021

Berdasarkan tabel 4.12 diatas, dapat diketahui bahwa dari uji anova (F test) maka didapat nilai F_{hitung} adalah sebesar 20,264 dengan taraf probabilitas sebesar 0,000. maka dapat diketahui bahwa besarnya F_{tabel} adalah sebesar 3,240. Jadi dapat disimpulkan kualitas jasa cetak dan kepuasan terhadap loyalitas pelanggan dapat mengetahui peningkatan atau penurunan angela souvenir.

Uji-t secara Parsial

Tabel 6. Uji-t Pengujian Secara Parsial

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1,952	2,096		,931	,358
	Kualitas Jasa Cetak	,374	,100	,460	3,755	,001
	Kepuasan Pelanggan	,339	,101	,411	3,353	,002
a. Dependent Variable: Loyalitas Pelanggan						

Sumber : data diolah, 2021

Berdasarkan tabel diatas, terdapatnya perbandingan nilai t -hitung dengan t-tabel bisa di tahu pada nilai thitung variabel kualitas Jasa Cetak(X1) sebesar $3,755 > 2,026$ dan variabel Kepuasan Pelanggan (X₂) $3,353 > 2,026$. Hingga bisa disimpulkan H1 dan H2 di terima maksudnya terdapatnya pengaruh variabel kualitas jasa cetak(X1) dan Kepuasan Pelanggan (X2) terhadap Loyalitas Pelanggan (Y).

Uji Linier Berganda

Tabel 7. Hasil Uji Linier Berganda

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1,952	2,096		,931	,358
	Kualitas Jasa Cetak	,374	,100	,460	3,755	,001
	Kepuasan Pelanggan	,339	,101	,411	3,353	,002
a. Dependent Variable: Loyalitas Pelanggan						

Sumber : data diolah, 2021

Berlandaskan persamaan regresi yang diperoleh dari perhitungan diatas sehingga bisa diuraikan pengaruh antara Variabel independen Kualitas Jasa

Cetak(X1), serta Kepuasan Pelanggan(X2), terhadap Variabel dependen Loyalitas Pelanggan(Y) dalam upaya menambah omzet penjualan angela souvenir. Sehingga Nilai a (konstanta) sebesar 1, 952, Nilai koefisien regresi Variabel Kualitas Jasa Cetak(X1) sebesar 0, 374 dan Nilai koefisien regresi Variabel Kepuasan Pelanggan(X2) sebesar 0, 339. Jadi, dapat disimpulkan bahwa apabila terjalin kenaikan ataupun peningkatan pada variabel Kepuasan Pelanggan (X1) dengan anggapan kalau variabel Kepuasan Pelanggan(X2) dalam keadaan senantiasa ataupun konstan, hingga Loyalitas Pelanggan(Y) hendak hadapi kenaikan maupun kebalikannya yang pula bisa pengaruhi naik ataupun turunnya omzet penjualan angela souvenir.

PEMBAHASAN

Pengaruh Kualitas Jasa Cetak terhadap Loyalitas Pelanggan dalam upaya meningkatkan omzet penjualan angela souvenir Di Surabaya

Hal ini dapat dikatakan secara parsial Kualitas Jasa Cetak (X₁) berpengaruh secara signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan (Y) dalam upaya meningkatkan omzet penjualan pada Percetakan Angela Souvenir di Surabaya. Maka dapat disimpulkan, Kemampuan memberikan pelayanan

dengan cepat dan benar, Karyawan dapat menangani keluhan pelanggan baik, Peralatan yang lengkap di Angela Souvenir, Karyawan dapat memberikan kepercayaan kepada konsumen (ketepatan waktu, kenyamanan, keamanan) serta Konsisten dalam pelayanan jasa, kesesuaian jadwal yang sudah ditentukan.

Pengaruh Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan dalam upaya meningkatkan omzet penjualan angela souvenir Di Surabaya

Hal ini dapat dikatakan secara parsial Kepuasan Pelanggan (X₂) berpengaruh secara signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan (Y) dalam upaya meningkatkan omzet penjualan pada Percetakan Angela Souvenir di Surabaya. Maka dapat disimpulkan pelayanan yang diberikan sesuai dengan harapan pelanggan, berminat pelanggan untuk berkunjung kembali karena layanan yang diberikan memuaskan dan terpenuhinya kebutuhan pelanggan atas jasa yang diberikan, pelanggan yang sudah membeli akan merekomendasikan kepada orang lain untuk menggunakan jasa Percetakan Angela Souvenir Surabaya, pelanggan merasa puas dengan Fasilitas dan kenyamanan yang diberikan Angela Souvenir.

Pengaruh Kualitas Jasa Cetak dan Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan dalam upaya meningkatkan omzet penjualan angela souvenir Di Surabaya

Dari hasil penelitian diatas dapat dijabarkan bahwa kualitas jasa cetak dan kepuasan pelanggan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan dengan nilai Adjusted R Square sebesar 0,523 atau 52,3%. Sehingga dapat disimpulkan bahwa model regresi linier layak digunakan untuk menjelaskan pengaruh kepemimpinan dan motivasi kerja secara bersama-sama terhadap Loyalitas Pelanggan.

Kesimpulan

Berdasarkan analisis data dan pembahasan hasil penelitian, maka dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Kualitas Jasa Cetak (X_1) berpengaruh secara signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan (Y) dalam upaya meningkatkan omzet penjualan pada Percetakan Angela Souvenir di Surabaya.
2. Kepuasan Pelanggan (X_2) berpengaruh secara signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan (Y) dalam upaya meningkatkan omzet penjualan pada Percetakan Angela Souvenir di Surabaya.
3. Kualitas Jasa Cetak (X_1) dan Kepuasan Pelanggan (X_2) secara

bersama-sama berpengaruh secara signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan (Y) dalam upaya meningkatkan omzet penjualan pada Percetakan Angela Souvenir di Surabaya.

Saran

Berdasarkan kesimpulan diatas maka dapat diuraikan beberapa saran yang dikemukakan sebagai berikut :

1. Angela Souvenir supaya lebih memperhatikan faktor-faktor yang berkaitan meningkatkan Omzet Penjualan seperti faktor kualitas Jasa Cetak dan kepuasan pelanggan sehingga adanya loyalitas pelanggan. Kualitas Jasa cetak di usaha angela souvenir perlu ditingkatkan sebab akan berdampak besar terhadap kepuasan pelanggan di usaha percetakan Angela Souvenir.
2. Untuk peneliti selanjutnya yang ingin meneliti di perusahaan Angela Souvenir supaya menambah variabel lainnya pada kuisioner. Supaya mendapatkan informasi yang lebih detail dalam meningkatkan loyalitas pelanggan.

DAFTAR PUSTAKA

- Ghozali, I. (2018). Buku Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS

25. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro. *Buku Aplikasi Analisis*.
- Hariyono, P. A., Laely, N., & Prastiti, E. (2019). Analisis Pengaruh Variabel Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Kedai Ice Cream Gubuk Bambu Kab. Kediri. *JIMEK: Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi*, 1(2), 189-207.
- Mashuri, M. (2020). Analisis Dimensi Loyalitas Pelanggan Berdasarkan Perspektif Islam. *IQTISHADUNA: Jurnal Ilmiah Ekonomi Kita*, 9(1), 54-64.
- Muqoddim, R., & Yani, A. (2018). ANALISIS PENGARUH KUALITAS LAYANAN, MARKETING MIX, DAN PROMOTIAL MIX TERHADAP KEPUASAN YANG BERDAMPAK KEPADA LOYALITAS PELANGGAN. *JEM Jurnal Ekonomi Dan Manajemen*, 4(1), 135-158.
- Nugraha, C., & Nuryadin, R. (2019). Loyalitas Pelanggan: Dimensi Kualitas Layanan Jasa Pada AUTO 2000. *Jurnal Ekonomi Manajemen Perbankan (JEMPER)*, 1(1), 23-32.
- Sugiyono, P. D. (2017). Metode penelitian bisnis: pendekatan kuantitatif, kualitatif, kombinasi, dan R&D. Penerbit CV. Alfabeta: Bandung, 225.
- Susanti, N., & Ichsan, A. (2017). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada PT. Astellas Pharma Indonesia Area Depok. *Jurnal Manajemen Pemasaran No. ISSN (ceta)*, 2598-0823.
- Suwarna, A. (2018). PENGARUH KUALITAS JASA TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN INDOSAT IM3 PRABAYAR DI DESA SANGKANHURIP KABUPATEN BANDUNG. *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi)*, 2(1), 173-192.