

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Arus globalisasi yang berlangsung cepat membuat teknologi informasi dan komunikasi merambah ke dunia bisnis. Bisnis yang dapat memanfaatkan teknologi digital secara efektif dapat memperoleh keunggulan kompetitif yang signifikan.¹ Pada perkembangan lini bisnis yang terjadi begitu signifikan, kita dapat melihat adanya tren pertumbuhan yang sangat cepat. Sementara itu, gelombang globalisasi yang terus berlanjut menciptakan persaingan yang semakin ketat di berbagai sektor terutama dalam dunia bisnis.² Bisnis yang terus berkembang di kalangan masyarakat adalah fotokopi. Agar bisnis fotocopy dapat tetap unggul, maka strategi pemasaran perlu dilakukan.

Dalam bisnis, *marketing mix* adalah konsep penting yang melibatkan berbagai alat dan strategi guna pemenuhan berbagai aspek yang dibutuhkan serta diinginkan para konsumen. *Marketing mix* terdiri dari empat komponen utama: *product, price, place, promotion*, yang saling bergantung untuk meningkatkan penjualan.³ Konsep bauran pemasaran umumnya dikenal sebagai 4P yang awalnya diperkenalkan oleh Borden. Kemudian Booms dan Bitner menambahkan tiga komponen tambahan *People, Process*, serta *Physical Evidence* sehingga bauran pemasaran berkembang menjadi 7P khususnya dalam konteks pemasaran jasa. *Process* adalah langkah-langkah yang dilakukan pemasar atau penjual untuk memberikan layanan kepada pelanggan. Proses yg baik adalah dengan bentuk pelayanan yang sopan, ramah, dan komunikasi yang jelas. Setiap barang atau layanan yang diberikan kepada pelanggan dianggap sebagai amanah yang harus dipertanggungjawabkan. *Physical Evidence* adalah tampilan atau bentuk fisik yang

¹ Gifar Fahrurrozi et al., "Dinamika Persaingan Bisnis Di Era Digital Yang Berpengaruh Terhadap Pedagang *Offline*," *Jurnal Strategi Dan Bisnis* 12, no. 1 (2024): 66–74, <https://doi.org/10.19184/jsb.v12i1.44980>.

² Hari Susanto, "Analisis Kualitas Produk, Harga, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen," *Jurnal Penerapan Ilmu Manajemen Dan Kewirausahaan* Vol.5 No.1, no. Januari (2020): 16.

³ Ofiana Ulandari, "Entrepreneurship Bisnis Manajemen Akuntansi Efektivitas *Marketing mix* 4P Terhadap Penjualan BUMDes ' Sumber Rejeki ' Desa Samir Kecamatan Ngunut Kabupaten Tulungagung," *Entrepreneurship Bisnis Manajemen Akuntansi (E-BISMA)* 4, no. 1 (2023),95.

bisa dilihat pelanggan sebagai tanda kualitas layanan. Sementara itu, *people* adalah cara staf berinteraksi dengan pelanggan, yang dapat memengaruhi tingkat kepuasan mereka.⁴

Kotler dan Armstrong dalam Fajrini dan Afriapollo mendefinisikan harga dalam pemasaran sebagai jumlah uang yang dibayarkan untuk sebuah produk atau layanan, atau nilai konsumen yang ditukarkan untuk keuntungan dari memiliki atau menggunakan produk atau layanan tersebut.⁵ Selanjutnya, Kotler dan Armstrong menjelaskan kualitas layanan mencakup semua karakteristik produk atau jasa yang berkontribusi pada kemampuannya untuk memenuhi kebutuhan pelanggan, baik secara langsung maupun tidak langsung. Kualitas layanan adalah faktor penting yang memengaruhi kepuasan pelanggan; semakin baik layanan, semakin tinggi kepuasan pelanggan. Pada akhirnya berdampak positif terhadap peningkatan profit yang diperoleh perusahaan.⁶

Pilihan pelanggan yang konsisten untuk membeli produk yang sama selama periode waktu yang berbeda menunjukkan loyalitas pelanggan. Kotler menggambarkan kepuasan pelanggan sebagai perasaan senang atau kecewa seseorang setelah membandingkan kinerja aktual produk dengan ekspektasi mereka. Pengalaman positif dengan suatu produk atau layanan menghasilkan respons emosional yang meningkatkan kepercayaan terhadap barang atau jasa, yang menyebabkan pelanggan menjadi lebih loyal.⁷

Menurut BPS Kabupaten Mojokerto, sektor ini memberikan kontribusi yang signifikan terhadap Produk Domestik Regional Bruto (PDRB), yang tercatat mencapai Rp 18,5 triliun pada tahun 2021. Selain itu, ada lebih dari 30.000 UMKM yang masih beroperasi. Ini menunjukkan potensi kewirausahaan yang besar dan

⁴ Endah Meiria, "Bauran Pemasaran Islam Berbasis Nilai Pelanggan", Ed.1, Cet. (Depok: Rajawali Pers, 2021),33.

⁵ Fajrini Erinawati and Afriapollo Syafarudin, "Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, Promosi Terhadap Keputusan," *Jurnal Valuasi: Jurnal Ilmiah Ilmu Manajemen Dan Kewirausahaan* 1, no. 1 (2021),130, <https://doi.org/10.46306/vls.v1i1.10>.

⁶ Apriliana dan Sukaris, "Analisa Kualitas Layanan Pada Cv. Singoyudho Nusantara," *Jurnal Maneksi* 11, no. 2 (2022): 498–504.

⁷ Dedek Kurniawan Gultom, Muhammad Arif, and Muhammad Fahmi, "Determinasi Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepercayaan," *Determinasi Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepercayaan* 3, no. 2 (2020): 273.

dukungan nyata dari pemerintah untuk mengembangkan bisnis ini. Dengan populasi sekitar 1,1 juta orang, Mojokerto adalah tempat yang ideal untuk penelitian tentang dinamika sosial dan ekonomi masyarakatnya.⁸

Di industri ini, persaingan semakin ketat, dengan banyak fotocopy yang menawarkan layanan yang serupa tetapi dengan harga dan kualitas yang berbeda. Hal ini menjadi tantangan unik yang dihadapi oleh setiap perusahaan. Peneliti memilih untuk berkonsentrasi pada usaha fotocopy di sekitar Kecamatan Jetis karena lokasinya yang strategis, dekat dengan lembaga pendidikan, dan tingginya permintaan akan layanan fotokopi. Area ini selalu penuh dengan pengunjung karena menjadi pusat keramaian dan merupakan jalan utama sehingga banyak yang berlalu lalang di jalan tersebut. Keberagaman kualitas layanan dan harga yang tersedia di sepanjang jalan ini memberikan kesempatan untuk menyelidiki komponen yang memengaruhi loyalitas pelanggan.

Tabel 1. 1

Perbandingan Antar Usaha Fotocopy

Indikator	La Tansa Fotocopy	Fotocopy dan Toko Buku Cangu	Fotocopy Ariza
Tahun Berdiri	2013	2018	2021
Alamat	Jl. Raya Cangu, Kec. Jetis, Kab. Mojokerto.	Jl. Raya Cangu, Kec. Jetis, Kab. Mojokerto.	Jl. Pecuk, Ngabar, Kec. Jetis, Kab. Mojokerto.
Lokasi	Lokasi Strategis Di pusat keramaian Dekat dengan beberapa sekolah.	Lokasi Strategis Di pusat keramaian Dekat dengan beberapa sekolah.	Lokasi kurang strategis Jauh dari keramaian
Jenis Layanan	1) <i>Fotocopy</i> 2) <i>Jilid</i> 3) <i>Laminating</i> 4) <i>Cetak banner</i> 5) <i>Self Studio</i>	1. <i>Fotocopy</i> 2. <i>Jilid</i> 3. <i>Print</i> 4. <i>Laminating</i>	1. <i>Fotocopy</i> 2. <i>Jilid</i> 3. <i>Print</i> 4. <i>Laminating</i>

⁸ Badan Pusat Statistik Kota Mojokerto, *Statistik Daerah Mojokerto 2024*, Vol.14 (Mojokerto: Badan Pusat Statistik, 2024).

Indikator	La Tansa Fotocopy	Fotocopy dan Toko Buku Cangu	Fotocopy Ariza
	6) Jasa Fotografi 7) Ceta foto & Kartu 8) Cetak Undangan 9) <i>Service</i> Komputer 10) Cetak Undangan 11) <i>Service</i> Komputer & Laptop 12) <i>Art papper</i> , dll.		
Diversifikasi Produk	1) Perlengkapan alat tulis 2) Perlengkapan sekolah (Buku) 3) Minuman Dingin 4) Pembersih Toilet, dll.	1) Perlengkapan alat tulis 2) Buku bacaan 3) Minuman dingin	1) Atribut 2) Pramuka 3) <i>Accessories</i>
Harga	1) Fotocopy ; Rp.250 2) Print : Rp.300 3) Laminating : Rp.3000	1) Fotocopy : Rp.300 2) Print : Rp.350 3) Laminating : Rp.4000	1) Fotocopy : Rp.300 2) Print : Rp.400 3) Laminating : Rp.3.500
Promosi	<i>Offline & Online</i> (Whatsapp)	<i>Offline & Online</i> (Whatsapp)	<i>Offline & Online</i> (Whatsapp)

Sumber : Observasi Peneliti pada Tanggal 2 Maret 2025

Tabel 1.1 menunjukkan adanya 3 usaha fotocopy yang menawarkan layanan serupa di Kecamatan Jetis, Kabupaten Mojokerto. La Tansa Fotocopy di dirikan pada tahun 2013. Toko Buku Cangu di Jalan Raya Cangu dan Ariza Fotocopy di Jalan Pecuk Nagabur kemudian dibuka. Meskipun La Tansa Fotocopy adalah yang pertama, kehadiran dua toko tambahan menunjukkan betapa kompetitifnya pasar fotocopy lokal. Karena persaingan, La Tansa Fotocopy harus terus meningkatkan layanan dan kualitas produknya untuk tetap kompetitif, meskipun memiliki keunggulan sebagai pemimpin industri.

La Tansa Fotocopy mudah dijangkau karena terletak di dekat pusat keramaian dan sekolah. La Tansa menyediakan barang yang memenuhi kebutuhan siswa dan komunitas sekitar dengan menyediakan berbagai layanan seperti fotokopi, *laminating*, dan penyewaan peralatan. Toko Buku Canggu pesaingnya berada di daerah yang ramai tetapi menawarkan layanan yang lebih sedikit. Sedangkan fotocopy Ariza terletak jauh dari pusat keramaian sehingga menjadikan lokasi tersebut kurang strategis. Ini menunjukkan potensi La Tansa untuk menarik lebih banyak pelanggan dan meningkatkan dominasinya di pasar fotokopi lokal.

Alasan memilih La Tansa sebagai lokasi penelitian dikarenakan beberapa alasan penting. Pertama, lokasi La Tansa di Canggu, Kabupaten Mojokerto, terbilang strategis karena berada di area yang ramai dan mudah diakses, sehingga memudahkan pelanggan untuk berkunjung. Kedua, La Tansa menawarkan berbagai layanan tambahan, seperti percetakan *banner*, *self-studio*, dan jasa fotografi, dll, yang menjadi keunggulan tersendiri dibandingkan pesaing dan mampu menarik lebih banyak pelanggan. Ketiga, meskipun mengalami peningkatan omzet setelah pindah lokasi, La Tansa juga dihadapkan pada tantangan nyata, seperti keluhan pelanggan terkait kualitas layanan. Hal ini menjadikan La Tansa objek penelitian yang menarik untuk memahami faktor-faktor yang memengaruhi loyalitas pelanggan.

Gambar 1. 1
Pendapatan La Tansa Periode 2024



Sumber: Data internal La Tansa tahun 2024

Berdasarkan gambar tersebut dapat diketahui bahwa pendapatan yang diperoleh oleh La Tansa Fotocopy pada 2024 mengalami fluktuatif. Bulan juli La Tansa mengalami puncak pendapatan dengan Rp. 45.600.000. Sementara itu, bulan April menjadi bulan dengan pendapatan terendah La Tansa yaitu sebesar Rp. 24.650.000. Fluktuatif yang terjadi tersebut kemudian menimbulkan pertanyaan yang perlu untuk dijawab berkaitan dengan aspek yang berdampak pada pendapatan La Tansa.

Tabel 1. 2

Hasil Pra Penelitian Loyalitas Pelanggan

No	Pertanyaan	Respon			
		Ya		Tidak	
1	Apakah anda pelanggan tetap La Tansa Fotocopy?	28		2	
2	Frekuensi kunjungan ke La Tansa Fotocopy?	1 kali sebulan	2-3 sebulan	1 kali seminggu	2-3 kali seminggu
		7	13	7	3
3	Sejak kapan anda melakukan pembelian di La Tansa Fotocopy?	< 2021	2022	2023	> 2024
		10	11	7	2

Sumber : Observasi Peneliti pada tanggal 16 Maret 2025

Hasil pra penelitian loyalitas pelanggan yang dilakukan peneliti di La Tansa Fotocopy menunjukkan bahwa dari 30 responden yang mengikuti survei, 28 mengaku sebagai pelanggan tetap, dan 2 orang bukan. Loyalitas pelanggan merupakan komitmen kuat untuk terus membeli atau mendukung suatu produk atau layanan, meskipun ada faktor lain yang bisa memengaruhi pilihan mereka

Tabel 1. 3

Hasil Pra Penelitian Terkait Faktor yang Mempengaruhi Loyalitas Pelanggan

No	Faktor	Jumlah Responden	Presentasi
1	Harga	13 responden	43%
2	Kualitas Layanan	10 responden	33%
3	Produk Lengkap	4 responden	13%
4	Lokasi	3 responden	10%
	Total	30 responden	100%

Sumber: Hasil Pra Penelitian 16 Maret 2025

Hasil pra penelitian awal yang dilakukan oleh peneliti pada 30 responden juga menunjukkan bahwa faktor yang mempengaruhi loyalitas pelanggan masih didominasi oleh harga dan kualitas layanan. Variabel harga memiliki persentase 43% dengan 13 jawaban dari total 30 responden. Selanjutnya variabel kualitas pelayanan mendapatkan persentase sebesar 33% dengan 10 jawaban dari total 30 responden. Produk yang lengkap mendapatkan persentase sebesar 13% dengan 4 jawaban dari total 30 responden serta lokasi memiliki persentase 10% dengan 3 jawaban dari total 30 responden. Dengan demikian maka dapat disimpulkan bahwa aspek harga dan kualitas layanan menjadi variabel terbaik dalam kemungkinan mempengaruhi loyalitas pelanggan.

Hasil penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa kualitas layanan dan kepercayaan memang berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan, tetapi besarnya pengaruh tersebut masih tergolong rendah hingga sedang. Penelitian Erviani mencatat pengaruh sebesar 20,6%,⁹ sedangkan penelitian Rahmayanti sebesar 32,3%, sehingga masih banyak faktor lain yang belum terungkap yang memengaruhi loyalitas.¹⁰ Selain itu, penelitian Peny Sabela menemukan bahwa harga dan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan,¹¹ namun tidak secara langsung terhadap loyalitas, sehingga belum dapat dipastikan apakah kedua faktor tersebut benar-benar memengaruhi loyalitas jangka panjang. Perbedaan hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa masih minim penelitian yang secara khusus mengkaji pengaruh kualitas layanan dan harga terhadap loyalitas pelanggan dalam bisnis jasa fotokopi. Oleh karena itu, diperlukan penelitian lanjutan untuk menguji apakah kedua variabel tersebut benar-benar memiliki pengaruh yang signifikan dan konsisten terhadap loyalitas pelanggan di La Tansa Fotocopy Kabupaten Mojokerto.

⁹ Erviani Damayanti, "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Toko Bey Kota Kediri" (IAIN Kediri, 2022).

¹⁰ Ida Rahmayanti, "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Lembaga Bimbingan Belajar Prima Smart Tabalong Skripsi," 2024.

¹¹ Peny Sabela, "Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Pada Toko Pertanian UD Kalyana Agri Makmur Kecamatan Tanjunganom Kabupaten Nganjuk)" (Skripsi : IAIN Kediri, 2023).

Berdasarkan pemaparan alasan dan hasil observasi di La Tansa Fotocpy, maka peneliti tertarik untuk meneliti pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah kualitas pelayanan mempengaruhi loyalitas yang diberikan di toko tersebut. Oleh karena itu, peneliti termotivasi untuk melakukan penelitian yang berjudul “Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Usaha La Tansa Fotocopy Kabupaten Mojokerto”.

B. Rumusan Masalah

Dari judul tersebut dapat dilihat bahwa fokus utama dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana kualitas pelayanan dan harga yang ditawarkan oleh La Tansa Fotocopy kabupaten Mojokerto mempengaruhi loyalitas pelanggan. Pada dasarnya, penelitian ini bertujuan untuk menjawab pertanyaan-pertanyaan berikut:

1. Bagaimana kualitas layanan pada La Tansa Fotocopy?
2. Bagaimana harga pada La Tansa Fotocopy?
3. Bagaimana Loyalitas Pelanggan pada La Tansa Fotocopy?
4. Pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas konsumen pada La Tansa Fotocopy?
5. Pengaruh harga terhadap loyalitas konsumen pada La Tansa Fotocopy?
6. Bagaimana pengaruh kualitas pelayanan dan harga secara bersamaan terhadap loyalitas pelanggan pada La Tansa Fotocopy?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan utama penelitian ini adalah untuk menunjukkan bagaimana kualitas layanan dan harga mempengaruhi loyalitas pelanggan di bisnis La Tansa Fotocopy di Kabupaten Mojokerto. Secara khusus, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar kedua komponen tersebut mempengaruhi tingkat kepuasan pelanggan.

1. Untuk mengetahui bagaimana kualitas layanan pada La Tansa Fotocopy.
2. Untuk mengetahui bagaimana harga pada La Tansa Fotocopy.
3. Untuk mengetahui bagaimana loyalitas pelanggan pada La Tansa Fotocopy.

4. Untuk mengetahui bagaimana kualitas pelayanan memengaruhi loyalitas pelanggan pada La Tansa Fotocopy.
5. Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap tingkat loyalitas pelanggan pada La Tansa Fotocopy.
6. Untuk mengetahui sejauh mana kualitas pelayanan dan harga secara Bersama-sama berdampak pada loyalitas pelanggan di La Tansa Fotocopy.

D. Manfaat Penelitian

1. Kegunaan Secara Teoritis

Penelitian ini bertujuan untuk memberikan kontribusi terhadap kajian di bidang manajemen layanan dengan mengkaji bagaimana pengaruh kualitas layanan dan harga terhadap loyalitas pelanggan pada usaha fotocopy. Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat mengembangkan model teoretis yang menjelaskan hubungan antara variabel-variabel tersebut, memperluas pengetahuan kita tentang aspek loyalitas pelanggan, dan memberikan gambaran tentang dinamika pasar lokal Kabupaten Mojokerto.

2. Kegunaan Secara Praktis

a. Bagi Bisnis La Tansa Fotocopy

Diharapkan hasil penelitian ini dapat membantu pemilik bisnis fotocopy di La Tansa membuat keputusan yang lebih bijaksana. Misalnya, jika penelitian menunjukkan bahwa kualitas layanan memiliki dampak yang lebih kuat terhadap kepuasan pelanggan, pemilik bisnis dapat memprioritaskan untuk meningkatkan kualitas layanan mereka.

b. Bagi Akademik

1. Diharapkan hasil penelitian ini dapat memberikan data empiris yang bisa digunakan sebagai panduan akademik dan sumber belajar bagi siswa dan guru tentang mata kuliah manajemen pemasaran dan perilaku konsumen.
2. Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menjadi contoh kajian yang bisa dijadikan acuan atau referensi bagi penelitian-penelitian selanjutnya yang mengangkat tema serupa.

c. Bagi Masyarakat

Diharapkan hasil penelitian ini dapat membantu orang memahami pentingnya memberikan layanan berdasarkan kualitas dan harga, sehingga mereka dapat membuat pilihan pelanggan yang lebih bijaksana.

d. Bagi Peneliti

Diharapkan hasil penelitian ini dapat memberikan pengalaman praktis dalam manajemen dan penelitian pemasaran serta meningkatkan pemahaman tentang bagaimana kepuasan pelanggan, harga, dan kualitas pelayanan.

E. Telah Pustaka

- 1) Penelitian terdahulu oleh Juniar Rosalina Tanjung dan Sarli Rahman menunjukkan bahwa kualitas layanan berada pada kategori sangat baik, tetapi pengujian hipotesis menunjukkan bahwa kualitas layanan tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan atau loyalitas pelanggan. Dengan kata lain, kualitas layanan di PT Telkom Indonesia Pekanbaru belum memberikan kontribusi yang signifikan dan positif terhadap loyalitas pelanggan, atau dampak yang dirasakan pelanggan masih belum cukup besar. Oleh karena itu, loyalitas pelanggan tidak akan meningkat jika kualitas layanan tidak ditingkatkan.

Kedua penelitian ini sama-sama menitikberatkan pada kualitas layanan sebagai variabel utama yang memengaruhi loyalitas pelanggan. Perbedaannya, penelitian sebelumnya menambahkan kualitas produk, kepercayaan, dan kepuasan sebagai variabel perantara, sementara penelitian saya fokus pada kualitas layanan dan harga sebagai faktor langsung yang memengaruhi loyalitas pelanggan, tanpa melibatkan kepuasan sebagai variabel perantara..¹²

- 2) Skripsi Diah Fitriani mengadakan penelitian dengan judul “Pengaruh Kepercayaan Terhadap Loyalitas Konsumen Pada Skincare Remaja Emina (Studi Kasus Siswi SMK PGRI 2 Kediri)”. Hasil dari penelitian ini

¹² Juniar Rosalina Tanjung and Sarli Rahman, “Pengaruh Kualitas Pelayanan , Kualitas Produk Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan Indihome Pt . Telkom Indonesia Pekanbaru” 3, no. 1 (2023).

menunjukkan bahwa kepercayaan memiliki pengaruh yang cukup signifikan terhadap loyalitas konsumen pada skincare remaja Emina.

Persamaan penelitian Diah dengan penelitian ini yaitu terletak pada metode penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif, dan keduanya sama-sama membahas loyalitas konsumen/pelanggan. Perbedaannya terletak pada variabel dependennya, penelitian terdahulu ingin melihat bagaimana kepercayaan mendorong loyalitas, penelitian penulis ingin mengetahui bagaimana kualitas layanan dan harga mempengaruhi loyalitas pelanggan.¹³

- 3) Penelitian yang dilakukan oleh Abid Muhtarom dan Hesty Lovi Yonita terdapat pengaruh negatif yang signifikan antara persepsi harga (X1) dan loyalitas pelanggan (Y). Artinya, jika konsumen merasa harga yang dibayarkan tidak sebanding dengan manfaat atau nilai barang yang diterima, mereka cenderung enggan melakukan pembelian ulang di SKCK.

Kedua penelitian sama-sama meneliti pengaruh kualitas layanan dan harga terhadap loyalitas pelanggan, dengan tujuan utama untuk memahami faktor-faktor yang memengaruhi loyalitas konsumen. Perbedaannya, penelitian saya hanya berfokus pada kualitas layanan dan harga tanpa melibatkan variabel mediasi, sedangkan penelitian sebelumnya menggunakan metode Structural Equation Modelling (SEM) - Partial Least Square (PLS) dan menambahkan lokasi, fasilitas, serta keputusan pembelian sebagai variabel mediasi.¹⁴

- 4) Skripsi Fajar mengadakan penelitian dengan judul “Peran Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Dealer Honda Kembang Jawa Motor Kediri”. Hasil dari penelitian tersebut menunjukkan bahwa semakin baik kualitas pelayanan, semakin tinggi pula loyalitas pelanggan di Dealer Honda Kembang Jawa Motor Kediri.

¹³ Diah Fitriani, “Pengaruh Kepercayaan Terhadap Loyalitas Konsumen Pada Skincare Remaja Emina (Studi Kasus Siswi PGRI 2 Kediri)” (IAIN Kediri, 2024).

¹⁴ Abid Muhtarom, Muhamad Imam Syairozi, and Hesty Lovi Yonita, “Analisis Persepsi Harga , Lokasi , Fasilitas , Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Dimediasi Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Umkm Skck (Stasiun Kuliner Canditunggal Kalitengah) Metode Structural Equation Modelling (SEM) - Partia,” *Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis* 10 (2022).

Persamaan penelitian terdahulu dengan penelitian ini terletak pada variabel nya, keduanya membahas loyalitas pelanggan, dan sama-sama mempelajari kualitas pelayanan sebagai faktor yang mempengaruhi loyalitas pelanggan. Perbedaannya terletak pada metode penelitiannya, penelitian sebelumnya menggunakan metode kualitatif deskriptif sedangkan penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Penelitian ini memasukkan harga sebagai variabel tambahan, membuat analisis lebih komprehensif.¹⁵

- 5) Skripsi Peny Sabela mengadakan penelitian dengan judul “Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Pada Toko Pertanian UD Kalyana Agri Makmur Kecamatan Tanjunganom Kabupaten Nganjuk)”. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa kedua variabel harga dan kualitas pelayanan secara bersamaan berpengaruh secara signifikan pada kepuasan konsumen.

Persamaan penelitian Peny Sabela dengan penelitian ini adalah sama-sama menggunakan harga dan kualitas pelayanan, dan metode penelitian yang sama. Perbedaannya terletak pada fokus penelitian, penelitian sebelumnya mengukur apakah harga dan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Penelitian penulis mengambil Langkah lebih jauh dengan mengkaji apakah kedua variabel ini juga memengaruhi loyalitas pelanggan, karena kepuasan tidak selalu menjamin loyalitas.¹⁶

¹⁵ Fajar Adi Pratama, “Peran Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Dealer Honda Kembang Jawa Motor Kediri” (IAIN Kediri, 2024).

¹⁶ Sabela, “Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Pada Toko Pertanian UD Kalyana Agri Makmur Kecamatan Tanjunganom Kabupaten Nganjuk).”