**ANALISIS CITRA PERUSAHAAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA PT. KOPERASI MITRA SEJATI (SAMPOERNA SAHABAT UKM) KECAMATAN BANYUASIN III**

**SUMATERA SELATAN**

**Sonata Agung Bramasta. Dibimbing oleh Wiwin Agustian dan Fitriasuri.**

**Email : abubakar11151009@gmail.com, wiwinagustian@binadarma.ac.id, Fitriasuri@binadarma.ac.id**

**ABSTRAK**

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui *“Analisis Citra Perusahaan Terhadap Kepuasan Pelanggan ”.* Target populasi dalam penelitian ini adalah penduduk di Kecamatan Banyuasin III Sumatera Selatan. yang merupakan konsumen PT. Koperasi Mitra Sejati (Sampoerna Sahabat UKM). Penelitian ini mengambil sampel sebanyak 60 orang responden. Alat analisis yang digunakan adalah Regresi Linear Sederhana yang bertujuan untuk mengukur sejauh mana pengaruh hubungan antara variabel satu dan lainnya dan juga menggunakan Uji Hipotes yang bertujuan untuk melihat pengaruh variabel Citra Perusahaan terhadap Kepuasan Pelanggan pengaruhnya secara parsial. Regresi Linear Sederhana yang dihasilkan adalah **Y = 1.091 + 0.553X**. Hasil Koefisien Korelasi R sebesar 0.911 yang menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang **SANGAT KUAT** antara variabel. Koefisien Determinasi R2 sebesar 0.830 yang berarti bahwa Citra Perusahaan mampu mempengaruhi Kepuasan Pelanggan dengan persentase nilai 83%, sedangkan sisanya 17 % dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dijelaskan dalam penelitian. Kesimpulan dari penelitian ini adalah Citra Perusahaan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan.

Kata Kunci : Citra Perusahaan. Kepuasan Pelanggan

***ABSTRACT***

This study was conducted to determine the "Effect Image Perusaan Customer Satisfaction". The target population in this study were residents in the area Banyuasin III which are customers of PT. Koperasi Mitra Sejati. This study took a sample of 60 respondents. The analytical tool used is a simple linear regression which aims to measure the extent of the relationship between variables influence one another and also using the t test statistics that aims to see the influence of Corporate Image variables of customer satisfaction partially. Simple Linear Regression produced is Y = 1,091 + 0.553X. Results The correlation coefficient R of 0911 which showed that the image of the company is able to affect customer satisfaction very strong. The coefficient of determination R2 of 0.830, which means that the image of the company is able to affect customer satisfaction with a percentage value of 83%, while the remaining 17% is influenced by other variables that are not described in the study. The conclusion from this study is the image of the Company has a significant influence on customer satisfaction pad PT Koperasi Mitra Sejati (Friends Sampoerna UKM) Banyuasin III..

*Keywords: Corporate Image, Customer Satisfaction*

**I. PENDAHULUAN**

**1. Latar Belakang**

Dalam era globalisasi persaingan bisnis menjadi sangat tajam, baik dipasar domestik (nasional) maupun di pasar global (internasional). Untuk memenangkan persaingan, perusahaan harus mampu memberikan kepuasan kepada para pelangannya, misalnya memberikan produk yang mutunya lebih baik, harganya lebih murah, dan pelayanannya yang lebih baik daripada para pesaingnya. Pelangan memang harus dipuaskan, sebab kalau mereka tidak puas akan meningalkan perusahaan dan menjadi pelanggan pesaing, hal ini akan menyebabkan penurunan penjualan dan pada gilirannya akan menurunkan laba dan bahkan kerugian. Maka dari itu, pimpinan perusahaan harus berusaha melakukan pengukuran tingkat kepuasan pelangan agar segera mengetahui faktor-faktor apa saja yang membuat pelanggan tidak puas*.* Berdasarkan latar belakang ini, penulis tertarik untuk mengambil judul penelitian mengenai **“Analisis Citra Perusahaan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada PT. Koperasi Mitra Sejati (Sampoerna Sahabat UKM) Kecamatan Banyuasin III Sumatera Selatan”**

**2. Perumusan Masalah**

Berdasarkan pemaparan latar belakang di atas permasalahan dalam penulisan skripsi ini adalah sebagai berikut:

Citra Perusahaansecara parsial terhadap Kepuasan Pelanggan?

**3. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan latar belakang di atas, maka tujuan dalam penelitian ini adalah:

Berdasarkan permasalahan di atas, maka tujuan dalam penelitian ini adalah :Untuk mengetahui bagaimanapengaruhCitra Perusahaan secara parsial terhadap Kepuasan Pelanggan?.

**4. Manfaat Penelitian**

Berdasarkan perumusan masalah, manfaat penelitian ini diharapkan memberikan kegunaan sebagai berikut:

1. Secara Teoristis

Sumbagan dalam pengembangan ilmu pengetahuan dibidang ekonomi khususnya bagian pemasaran dan merupakan informasi bagi peneliti selanjutnya

1. Secara Praktis

Sumbangan pemikiran bagi PT. Koperasi Sahabat Sejati (Sampoerna Sahabat UKM) Kecamatan Banyu Asin III Sumatera Selatan mengambil kebijakan-kebijakan untuk membentuk citra positif perusahaan di masyarakat

Penelitian ini dapat menjadi sumber referensi dan dapat memberikan kontribusi pada pengembangan studi mengenai pemasaran.

**II. KAJIAN PUSTAKA**

**1. Citra Perusahaan**

Menurut Adona (2006:107) Citra Perusahaan ialah kesan atau impresi mental atau suatu gambaran dari sebuah perusahaan di mata para khalayaknya yang terbentuk berdasarkan pengetahuan serta pengalaman mereka sendiri. Citra dengan sengaja perlu diciptakan agar bernilai positif. Menurut sukatendel (soemirat:2003:113). Hal positif yang dapat meningkatkan citra perusahaan melalui keberhasilan perusahaan dan sejarah atau riwayat perusahaan. Dengan demikian, citra perusahaan merupakan gambaran dari suatu lembaga dengan harapan mampu mendorong citra perusahaan dengan baik.

Citra merupakan penghargaan yang didapat oleh perusahaan adanya keungulan yang ada pada perusahaan tersebut, seperti kemampuan yang dimiliki oleh perusahaan, sehingga perusahaan akan terus dapat mengembangkan dirinya untuk terus dapat menciptakan hal-hal yang baru bagi pemenuhan pelanggan. Citra perusahaan dinilai penting bagi setiap perusahaan karena merupakan keseluruhan kesan yang terbentuk di benak masyarakat tentang perusahaan. Citra dapat berhubungan dengan nama bisnis, arsistektur, variasi dari produk, tradisi, ideologi dan kesan pada kualitas komunikasi yang merupakan interaksi antara pelanggan dengan perusahaan.perusahaan diharapkan mengkomunikasi secara jelas tentangt bagaimana perusahaan memenuhi keinginan dan kebutuhan pasar yang berorintasi pada pelanggan sehingga dapat mengarahkan masyarakat dalam mencitrakan perusahaan secara positif. Citra perusahaan juga dapat mempengaruhi kepuasan. Sugihhartono, 2009 (Diyanthini 2012:4).

1. **Kepuasan Pelanggan**

Menurut (Majid:2009:54) Kepuasan Pelanggan Ialah Suatu kondisi yang mengambarkan terpenuhinya, terlampauinya harapan pelanggan atas suatu produk atau jasa layanan yang dilakukan oleh produsen/pengusaha.

Sedangkan Menurut kotler 2003:138 (Marwanto:2015:102).Pengertian dari kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara persepsi atau kesan terhadap kinerja atau hasil produk dan harapan-harapannya. Jadi bisa dikatakan bahwa kepuasan ini sangat berkaitan dengan kemampuan sebuah perusahaan atau produsen dalam menciptakan sebuah produk atau jasa yang dapat memenuhi harapan-harapan dari pelanggan.

**III. METODOLOGI PENELITIAN**

**1. Populasi dan Sampel**

Menurut (Sugiyono:2013:115) Populasi adalah generaslisasi yang terdiri atas: obyek/subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Dalam penelitian ini, populasi penelitian mengacu pada pelanggan PT. Koperasi Mitra Sejati (Sampoerna Sahabat UKM) Kecamatan Banyu Asin III Provinsi Sumatera Selatan.

Menurut(Sugiyono:2013:115) Sampel adalah bagian dari jumlah karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Bila populasi besar dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya keterbatasan dana, tenaga dan waktu, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu, apa yang dipelajari dari sampel itu, populasi yang akan digunakan untuk tujuan penelitian populasi. Penelitian ini menggunakan sampel karena tidak dimungkinkan untuk meneliti semua pelanggan di PT. Koperasi Mitra Sejati (Sampoerna Sahabat UKM) Kecamatan Banyu Asin III Sumatera Selatan. Tidak diketahui secara pasti jumlah pelanggannya.

Dalam penelitian ini akan menggunakan kombinasi metode *convenience sampling* dimana sampel terdiri dari orang yang tersedia dan mudah bagi peneliti untuk memulai wawancara. Ukuran sampel yang ideal adalah antara 15 sampai 20 tiap indikator (Hair : 2006) Seperti telah diuraikan sebelumnya, penelitian ini akan menggunakan 2 indikator, maka dari itu sampel yang akan diambil dalam penelitian ini adalah 60 sampel pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan metode *purposive sampling. Purposive sampling* adalah pemilihan sampel yang berdasarkan kriteria tertentu, kriteria dalam penelitian ini adalah:Pelanggan yang sudah dua kali melakukan teransaksi pada PT.Koperasi Mitra Sejati (Sampoerna Sahabat UKM)Kecamatan Banyuasin III. Provinsi Sumatera Selatan.

**2. Metode Pengumpulan Data**

Proses pengumpulan data yang dilakukan dalam penelitian ini adalah :

1. Kuesioner

Jenis kuesioner yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner langsung, yaitu daftar pertanyaan diberikan langsung kepada orang yang dimintai keterangan tentang dirinya. Sedangkan bentuk kuesioner yang digunakan adalah kuesioner berstruktur dimana responden tinggal memberi tanda/mengisi yang ditentukan. Tipe pertanyaan yang digunakan adalah tipe pertanyaan berupa pernyataan dan dimaksudkan untuk memperoleh jawaban dari responden sesuai pertanyaan yang kita kehendaki. Di dalam pemberian angka atau nilai digunakan skala likert yang merupakan salah satu cara untuk menetukan bobot penilaian terhadap jawaban responden yang digolongkan dalam lima alternatif jawaban, yaitu:

1. Untuk jawaban sangat setuju, diberi bobot nilai 5.
2. Untuk jawaban setuju, diberi bobot 4
3. Untuk jawaban netral, diberi bobot nilai 3
4. Untuk jawaban tidak setuju, diberi bobot 2
5. Untuk jawaban sangat tidak, diberi bobot 1
6. Wawancara

Yaitu dengan mengadakan tanya jawab secara langsung dengan pelanggan untuk mendapatkan data-data yang akan di analisis.

1. Pustaka

Merupakan suatu teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan menghimpun informasi melalui *literatur-literatur,* dan kajian-kajian penelitian terdahulu yang relavan

**3. Analisis Data**

**1. Uji Validitas**

Adalah suatu taraf dimana alat pengukur dapat mengukur variabel-variabel yang harus diukur. Kuesioner merupakan suatu alat yang digunakan dalam pengumpulan data sebagai instrumen penting yang harus dilakukan pengujian terlebih dahulu.

Uji validitas dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan *product Momen Pearson Correlation* yaitu dengan cara menghitung korelasi antara skor masing-masing butir pertanyaan dengan total skor (Ghozali : 2011)

1. **Uji Reliabilitas**

Uji reliabitas adalah pengujian untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pertanyaan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Pengukuran reliabilitas dalam penelitian ini dilakukan dengan cara pengukuran sekali saja. Disini pengukuran hanya dilakukan dengan pertanyaan lain atau mengukur korelasi antar jawaban pertanyaan. Suatu konstruk atau variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai *Cronbach Alpha >*0,60 (Ghozali : 2011)

* 1. **Analisis Regresi Linear Sederhana**

Dalam upaya untuk menjawab permasalahan dalam penelitian ini maka digunakan analisis regresi linear sederhana. Analisis regresi linier sederhana adalah hubungan secara linier antara satu variabel independen (X) dengan variabel dependen (Y). Untuk mengetahui arah hubungan antara variabel independen dengan dependen. pada dasarnya adalah studi mengenai ketergantungan variabel dependen (terikat) dengan satu lebih variabel independen (bebas), dengan tujuan untuk mengestimasi dan memprediksi rata-rata populasi atau nilai-nilai variabel dependen berdasarkan nilai variabel independen yang diketahui (Ghozali : 2011). Jadi, analisi regresi linear sederhana digunakan untuk menganalisis pengaruh citra perusahaan sebagai variabel bebas terhadap kepuasan pelanggan sebagai variabel terikat. Rumus umum dari regresi linear sederhana adalah sebagai berikut:

Y = a+ bX

Keterangan :

Y = Kepuasan Pelanggan

X= Citra Perusahaan

a= Konstanta (nilai Y’ apabila X=0)

b = Koefiensi Regresi (nilai peningkatan atau penurunan

**4. Analisis Koefisien Korelasi (R) dan Koefisien Determinasi (R2)**

Analisis ini dimaksudkan untuk mengetahui keeratan hubungan antara kualitas pelayanan dan citra perusahaan terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Koperasi Mitra Sejati (Sampoerna Sahabat UKM). (Sugiyono 2012).

**Interpretasi Koefisien Korelasi**

|  |  |
| --- | --- |
| **Koefisien** | **Tingkat Hubungan** |
| 0.00-0,199 | Sangat Lemah |
| 0.20-0,399 | Lemah |
| 0.40-0,599 | Cukup |
| 0.60-0,799 | Kuat |
| 0.80-1,000 | Sangat Lemah |

***Sumber : Sugiyono (2012: 182)***

Adapun pengelolaan data dalam penelitian ini menggunakan programSPSS 22

**5. Uji Hipotesis**

**a. Uji Statistik**

Uji statistik t pada dasarnya menunjukan seberapa jauh pengaruh satu variabel independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel independen (Ghozali: 2011). Dasar pengambilan keputusan dalam pengujian ini adalah sebagai berikut :

1. Jika angka probalitas signifikansi > 0,5 maka H0 diterima dan H1 ditolak. Hal ini berarti bahwa variabel bebas (citra perusahaan) secara individual tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel terikat kepuasan pelanggan.
2. Jika angka probabilitas signifikansi < 0,5 maka H0 ditolak dan H1 diterima. Hal ini berarti bahwa variabel bebas (citra perusahaan) secara individual memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel terikat (kepuasan pelanggan).

**2. Uji Reliabilitas**

Uji reliabitas adalah pengujian untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pertanyaan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Pengukuran reliabilitas dalam penelitian ini dilakukan dengan cara pengukuran sekali saja. Disini pengukuran hanya dilakukan dengan pertanyaan lain atau mengukur korelasi antar jawaban pertanyaan. Suatu konstruk atau variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai *Cronbach Alpha >*0,60 (Ghozali : 2011)

**Hasil Uji Reliabilitas Variabel Kualitas** Uji reliabilitas digunakan untuk menunjukkan konsistensi alat ukur yang digunakan atau sejauh mana alat ukur dapat dipercaya atau diandalkan. Untuk uji reliabilitas yaitu dengan membandingkan nilai *Cronbach’s Alpha* positif dan lebih besar dari r tabel, maka item tersebut sudah dianggap reliabel.

**Tabel 4.9**

**Hasil Uji Reliabilitas Variabel Citra Perusahaan (X)**

|  |  |
| --- | --- |
| **Reliability Statistics** | |
| Cronbach's Alpha | N of Items |
| ,885 | 12 |

Dari hasil perhitungan nilai koefisien reliabilitas variabel Citra Perusahaan terlihat bahwa nilai *Cronbach’s Alpha* (0.830) > r tabel (0.254), maka hasil data di atas memiliki tingkat reliabilitas yang reliabel. Dengan demikian instrumen pada variabel Citra Perusahaan dinyatakan reliabel.

**Hasil Uji Reliabilitas Variabel Kepuasan Pelanggan (Y)**

|  |  |
| --- | --- |
| **Reliability Statistics** | |
| Cronbach's Alpha | N of Items |
| ,807 | 7 |

Dari hasil perhitungan nilai koefisien reliabilitas variabel Citra Perusahaan terlihat bahwa nilai *Cronbach’s Alpha* (0.807) > r tabel (0.254), maka hasil data di atas memiliki tingkat reliabilitas yang reliabel. Dengan demikian instrumen pada variabel Citra Perusahaan dinyatakan reliabel..

**Analisis Regresi Linear Sederhana**

**Tabel 4.11**

**Hasil Regresi Linear Sederhana**

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Coefficientsa** | | | | | | |
| Model | | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | T | Sig. |
| B | Std. Error | Beta |
| 1 | (Constant) | 1,091 | 1,536 |  | ,710 | ,480 |
| Citra\_Perusahaan | ,553 | ,033 | ,911 | 16,852 | ,000 |
| a. Dependent Variable: Kepuasan\_Pelanggan | | | | | | |

***Sumber data : Hasil Uji IBM SPSS Statistics 22***

Pada tabel Coefficients, pada kolom B pada Constant (a) adalah 1.091, sedangkan nilai Citra Perusahaan (b) adalah 0.553, sehingga persamaan regresinya dapat ditulis :

**Y = 1.091 + 0.553X**

Koefisien b dinamakan koefisien arah regresi dan menyatakan perubahan rata-rata variabel Y untuk setiap perubahan variabel X sebesar satu satuan. Perubahan ini merupakan pertambahan bila b bertanda positif dan penurunan bila b bertanda negatif. Sehingga dari persamaan tersebut dapat diterjemahkan :

* Konstanta sebesar 1.091 menyatakan bahwa jika tidak ada nilai Citra Perusahaan maka nilai Kepuasan Pelanggan sebesar 1.091.
* Koefisien regresi X sebesar 0.553 menyatakan bahwa setiap penambahan 1 nilai Citra Perusahaan, maka nilai Kepuasan Pelanggan bertambah sebesar 0.553.

**Analisis Koefisien Korelasi (R) dan Koefisien Determinasi (R2)**

**Tabel 4.12**

**Interpretasi Koefisien Korelasi**

|  |  |
| --- | --- |
| **Koefisien** | **Tingkat Hubungan** |
| 0.00-0.199 | Sangat Lemah |
| 0.20-0.399 | Lemah |
| 0.40-0.599 | Cukup |
| 0.60-0.799 | Kuat |
| 0.80-1.000 | Sangat Kuat |

**Sumber : Sugiyono (2012:182)**

**5. Hasil Analisis Koefisien Korelasi**

Tabel di atas menunjukkan bahwa Koefisien Korelasi (R) sebesar 0.911. Bila dilihat berdasarkan tabel Interpretasi Koefisien Korelasi R sebesar 0.911 ini menunjukkan bahwa Citra Perusahaan dan Kepuasan Pelanggan mempunyai hubungan yang *sangat kuat* antara variabelnya dan ini dapat dilihat melalui tabel Interpretasi Koefisien Korelasi yang *range* nya berada dalam 0.80-1.000 dengan keterangan *sangat kuat*.

**Uji t (Parsial)**

Berdasarkan hasil pengujian menggunakan SPSS 22 dapat dijelaskan sebagai berikut:

* Ho : Tidak ada pengaruh yang signifikan antara Citra Perusahaan (X) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y)
* H1 : Ada pengaruh yang signifikan antara Citra Perusahaan (X) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y)

Dari outpun di atas dapat diketahui nilai t hitung sebesar 16.852 dengan nilai signifikansi 0.000 < 0.05, maka *Ho ditolak dan H1 diterima*dengan penjelasan :

*“Ada pengaruh yang signifikan antara Citra Perusahaan (X) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) secara parsial.”*

* 1. Variabel Citra Perusahaan

Pada item pernyataan yang tertinggi ialah pada pernyataan pelayanan karyawan koperasi mitra sejati sudah sesuai dengan visi dan misi yang menghasilkan sekor 3.93 dapat dikaegorikan baik. Artinya pelayanan karyawan PT. Koperasi Mitra Sejati (Sampoerna Sahabat UKM) Kecamatan Banyuasin III Sumatera Selatan. Sudah sesuai dengan yang diharapkan oleh pelanggan

**Pembahasan Hasil Analisis**

Berdasarkan hasil dari Uji Validitas menunjukkan bahwa variabel Citra Perusahaan Kepuasan Pelanggan (Y) dinyatakan **Valid** karena nilai r hasil lebih besar dibandingkan r tabel pada penelitian ini yaitu **0.254**

|  |
| --- |
| **r hasil > r tabel (0.254)** |

Pada tabel Coefficients, pada kolom B pada Constant (a) adalah 1.091, sedangkan nilai Citra Perusahaan (b) adalah 0.553, sehingga persamaan regresinya dapat ditulis :

**Y = 1.091 + 0.553X**

Koefisien b dinamakan koefisien arah regresi dan menyatakan perubahan rata-rata variabel Y untuk setiap perubahan variabel X sebesar satu satuan. Perubahan ini merupakan pertambahan bila b bertanda positif dan penurunan bila b bertanda negatif. Sehingga dari persamaan tersebut dapat diterjemahkan :

* Konstanta sebesar 1.091 menyatakan bahwa jika tidak ada nilai Citra Perusahaan maka nilai Kepuasan Pelanggan sebesar 1.091.
* Koefisien regresi X sebesar 0.553 menyatakan bahwa setiap penambahan 1 nilai Citra Perusahaan, maka nilai Kepuasan Pelanggan bertambah sebesar 0.553.

**V. KESIMPULAN**

**Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dijelaskan pada bab sebelumnya menghasilkan kesimpulan bahwa :

1. Citra Perusahaan PT. Koperasi Mitra Sejati dapat dikategorikan baik. Dengan jumlah sekor keseluruhan rata-rata 3.83 pada uji tabulasi kuesioner Citra Perusahaan.
2. Kepuasan Pelanggan pada PT. Koperasi Mitra Sejati dapat dikategorikan baik. Dengan sekor rata-rata 3.82 pada uji tabulasi kuesioner Kepuasan Pelanggan.
3. Ada pengaruh yang signifikan antara citra perusahaan terhadap kepuasan pelanggan.

**Saran**

Berdasarkan hasil dari kesimpulan di atas, penulis memberikan saran yaitu :

1. PT Koperasi Mitra Sejati harus meningkatkan Citra Perusahaan supaya menghasilkan citra perusahaan yang sangat baik. Hal ini dapat lihat pada item pernyataan yang tertinggi dengan pernyataan pelayan karyawan keporasi mitra sejati sudah sesuai dengan visi dan misi menghasil nilai sekor 3.93
2. PT. Koperasi Mitra Sejati harus memperhatikan variabel citra perusahaan dengan item pernyataan karyawan koperasi mitra sejati profesional dalam melakukan pekerjaan dan perhatian karyawan koperasi mitra sejati dalam menyelesaikan masalah dengan sekor yang terendah 3.80
3. PT. Koperasi Mitra Sejati harus meningkatkan kepuasan pelanggan agar menjadi pelanggan yang loyal terhadap perusahaan.
4. PT. Koperasi Mitra Sejati harus memperhatikan kepuasan pelanggan. Hal ini dapat dilihat dari item pernyataan pada variabel kepuasan pelanggan menghasilkan sekor yang tertinggi 3.91 dengan item pernyataan berkeinginan untuk tetap menjadi pelanggan koperasi mitra sejati.

* PT. Koperasi Mitra Sejati harus meningkatkan Kepuasan Pelanggan. Hal ini dapat dilihat pada variabel kepuasan pelanggan menghasilkan sekor yang terendah 3.71 dengan item pernyataan tidak terpengaruh oleh bujukan untuk berpindah menjadi pelanggan perusahaan lain..

**DAFTAR PUSTAKA**

Adona, Fitri. 2006. *Citra dan Kekerasan dalam Iklan Perusahaan di Televisi. Padang:* Andalas *University* press.

Bandu, M.Yunus. 2013. *“Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan PadaPT.PLN(Persero).*https:www.google.com/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=4&cad=rja=&uact=8&ved=0ahukewi. (Diakses 3 maret 2016)

Ghozali, Imam. 2011. *“ Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS19”.* Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Happy, Wendi Ardiawan.2009. *“ Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan”* <https://eprints.uns.ac.id/3068/1/130320508201001471.pdf>. (Diakses tanggal 15 Vovember 2015)

Majid, Suharto Abdul. 2009. *“ Customer Service dalam Bisnis Jasa Transportasi”.* : Jakarta PT Raja Grafindo Persada.

Marwanto, Aris. 2015. *“ Marketing Sukses”*. Jakarta: KOBIS.

Normasari, Selvi dkk. 2013. *“Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan, Citra Perusahaan dan Loyalitas Pelanggan”* <http://administrasibisnis.studentjournal.ub.ac.id/index.php/jab/article/viewFile/286/479>. (Diakses tanggal 15 November 2015)

Sigit, Reza Dimas dkk. 2014. *“Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan jasa lapangan putasl”* [file:///c:/users/acer/downloads/14.04.757\_jurnal\_eproc%20(1).pdf](file:///C:/Users/ACER/Downloads/14.04.757_jurnal_eproc%20(1).pdf). (Diakses tanggal 15 November 2015)

Soemirat, Ardianto. 2003. *“Dasar-Dasar Public Relations.* Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.

Sugiyono, 2013. *“Metode Penelitian Bisnis”.* Bandung: Alfabeta.

Sugiyono, 2012. *“Statistika Untuk Penelitian”.* Bandung: Alfabeta.

Supranto, J. 2006. *“Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan Untuk Menaikan Pangsa Pasar”*. Jakarta: PT. Rineka Cipta.

Swasta, Basu. 2012. *“Statistika Untuk Penelitian”.* Yogyakarta: BPFE.

Sunyota, Danang. 2014. *“Konsep Dasar Riset Pemasaran & Perilaku*

*Konsumen”.* Jakarta: Center For Academic Publishing Service.

Tjiptono, Fandy. 2012. *“Service Management”.*  Yogyakarta: CV Andi Offset.