



YAYASAN PENDIDIKAN MAJAPAHIT MALANG
SEKOLAH TINGGI ILMU ADMINISTRASI (STIA) MALANG

JL. BAIDURI BULAN NO. 1 (D/H TLOGOMAS 35) MALANG Telp. (0341) 553401 Fax. (0341) 562768
Website : www.stia-malang.ac.id, e-mail : info@stia-malang.ac.id

TERAKREDITASI

LEMBAR PERSETUJUAN JURNAL

JUDUL : PENGARUH KUALITAS LAYANAN TERHADAP
KEPUASAN PELANGGAN DI PT. LITERINDO BERKAH
KARYA MALANG (Studi Kasus Penerbit Dan Percetakan PT.
Literindo Berkah Karya Malang)

NAMA : FRITS MENASE FIMBAI

NRP : 21724419

PROGRAM STUDI : ADMINISTRASI BISNIS

JENJANG PENDIDIKAN : S1 ADMINISTRASI BISNIS

PERGURUAN TINGGI : SEKOLAH TINGGI ILMU ADMINISTRASI (STIA)
MALANG

Malang, 5 Agustus 2024

Dosen Pembimbing

Dr. Tri Murni, M.Si
NIDK. 8989710021

**THE INFLUENCE OF SERVICE QUALITY ON SATISFACTION
CUSTOMERS AT PT. LITERINDO BERKAH KARYA
POOR**

**(Case Study of PT Publishing and Printing. Literindo Blessing
Malang Works)**

(Frits Menase Fimbai¹), (Dr. Tri Murni²),

Program Studi: Adminitrasi Bisnis

Sekolah Tinggi Ilmu Adminitrasi Bisnis

Email: fritsmenasefimbai@gmail.com

Abstract

This research aims to evaluate the influence of service quality on customer satisfaction at PT. Literindo Berkah Karya Malang, which operates in the publishing and printing sector. The main focus of this research is to understand how the dimensions of service quality include reliability, responsiveness, assurance, empathy, loyalty, expectations and reality. Influences the level of customer satisfaction which is a key aspect in maintaining and increasing customer loyalty.

The methodology used in this research is a quantitative approach with a survey design. Data was collected through questionnaires distributed to PT customers. Literindo Berkah Karya Malang. The research sample consisted of 50 respondents selected randomly, and data analysis was carried out using quantitative, regression analysis to test the influence of service quality dimensions on customer satisfaction.

The research results show that overall service quality has a significant positive influence on customer satisfaction. Specifically, the dimensions of reliability and responsiveness are proven to have the strongest influence on customer satisfaction, followed by the dimensions of assurance, empathy, loyalty, hope and reality. These results indicate that customers feel more satisfied when the service provided is consistent, responsive, and provides a sense of security and personal attention. These findings provide important insights for PT management. Literindo Berkah Karya Malang regarding areas that need improvement to improve service quality.

Keywords: service quality, customer, satisfaction.

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengevaluasi pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan di PT. Literindo Berkah Karya Malang, yang beroperasi di sektor penerbitan dan percetakan. Fokus utama dari penelitian ini adalah untuk memahami

bagaimana dimensi-dimensi kualitas layanan termasuk keandalan, daya tanggap, jaminan, empati, dan bukti fisik, mempengaruhi tingkat kepuasan pelanggan yang merupakan aspek kunci dalam mempertahankan dan meningkatkan loyalitas pelanggan.

Metodologi yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif dengan desain survei. Data dikumpulkan melalui kuesioner yang dibagikan kepada pelanggan PT. Literindo Berkah Karya Malang. Sampel penelitian terdiri dari 50 responden yang dipilih secara acak, dan analisis data dilakukan dengan menggunakan kuantitatif, analisis regresi untuk menguji pengaruh dimensi kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas layanan secara keseluruhan memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Secara spesifik, dimensi keandalan dan daya tanggap terbukti memiliki pengaruh terhadap kepuasan pelanggan, diikuti oleh dimensi jaminan, empati, dan bukti fisik. Hasil ini mengindikasikan bahwa pelanggan merasa lebih puas ketika layanan yang diberikan konsisten, responsif, serta memberikan rasa aman dan perhatian personal. Temuan ini memberikan wawasan penting bagi manajemen PT. Literindo Berkah Karya Malang tentang area-area yang perlu diperbaiki untuk meningkatkan kualitas layanan.

Kata Kunci: kualitas layanan, kepuasan, pelanggan.

1.PENDAHULUAN

Latar Belakang

Kepuasan pelanggan merupakan kunci dalam menciptakan loyalitas pelanggan. Banyak manfaat yang diterima oleh perusahaan dengan tercapainya tingkat kepuasan pelanggan yang tinggi, yakni selain dapat meningkatkan loyalitas pelanggan tapi juga dapat mencegah terjadinya perputaran pelanggan, mengurangi sensitivitas pelanggan terhadap harga, mengurangi biaya kegagalan pemasaran, mengurangi biaya operasi yang diakibatkan oleh meningkatnya jumlah pelanggan, meningkat efektivitas iklan dan meningkatkan reputasi bisnis (Fornell, 1992).

Kualitas pelayanan sangat dibutuhkan oleh pelanggan untuk digunakan dari keseluruhan karakteristik produk maupun jasa yang disediakan dalam memenuhi harapan yang diinginkan pelanggan dengan atribut atau faktor yang meliputi: bukti langsung, perhatian dari karyawan kepada pelanggan, keandalan dan jaminan (Hutasoit, 2011: 164) adalah upaya memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketetapan penyampaian untuk menyeimbangi harapan pelanggan. Sehingga dapat disimpulkan kualitas pelayanan merupakan suatu pernyataan tentang sikap, hubungan yang dihasilkan dari perbandingan antara ekspektasi (harapan) dengan kinerja (hasil). Salah satu

strategi yang dianggap penting dalam keberhasilan layanan dan bisnis ritel adalah layanan kualitas tinggi.

Kepuasan dapat dipengaruhi oleh perbandingan pelanggan atas kualitas pelayanan yang diberikan dengan diharapkan oleh para pelanggan. Beberapa pelanggan layak untuk menerima perhatian dan pelayanan yang lebih dibandingkan dengan pelanggan lainnya. Ada pelanggan yang tidak akan pernah memberikan umpan balik, tidak peduli berapa banyak perhatian yang akan diberikan pihak perusahaan yang akan diberikan kepadanya, dan tidak peduli berapa puas mereka, dengan demikian antusiasme tentang kepuasan pelanggan harus dilakukan dengan Analisa-analisa dari perusahaan (Basith, 2014:2).

Percetakan merupakan suatu proses memindahkan tulisan atau gambaran pada kertas atau objek lainnya dengan melalui sebuah mesin cetak. Percetakan biasanya memproduksi buku, jurnal, modul, majalah, kalender, brosur, undangan, kop surat, poster, sticker dan sebagainya. Pada dewasa ini perkembangan percetakan yang semakin maju bisa dilihat dari berbagai hasil cetakan yang sudah banyak jenis dan desainnya mulai dari proses mencetak yang tidak lagi membutuhkan waktu yang lama dibanding dengan beberapa tahun kebelakang proses mencetak bisa membutuhkan waktu yang

cukup lama, pada perwarnaan hasil cetakan lebih bisa terlihat jelas dengan berbagai macam warna dibanding beberapa tahun kebelakang hasil cetakan berwarna hitam dan putih. PT. Literindo Berkah Karya Malang merupakan salah satu perusahaan percetakan terbesar di Malang yang berkembang di bidang percetakan digital printing, yang melayani pemesanan cetak buku, majalah, jurnal, poster, pos surat, undangan, brosur Sticker dan lainnya serta menerima desain. PT. Literindo Berkah Karya Malang, yang berlokasi di Jl. Raya Apel No 28A Semanding Sumbersekar Kecamatan Dau Kabupaten Malang. Perusahaan ini harus mengutamakan kualitas produk dan layanan terbaik untuk para pelanggannya. Sumber daya sistem dan teknologi informasi yang sudah ada akan di perbaharui secara terus menerus seiring perkembangan teknologi yang tentunya hal tersebut akan membantu PT. Literindo Berkah Karya Malang dalam menghadapi pesaing-pesaingnya.

2.TIJAUAN PUSTAKA

Pengertian Pemasaran

Pemasaran (marketing) merupakan sebuah subjek yang sangat penting dan dinamis. Dikatakan dinamis karena bekerja disebuah lingkungan yang nyata terus-menerus berubah. Dikatakan penting karena, dapat menentukan hidup atau matinya perusahaan. Pada dasarnya pemasaran menyangkut kegiatan sehari-hari dalam sebuah

masyarakat yang disusun untuk menghasilkan dan memudahkan pertukaran demi memuaskan kebutuhan dan keinginan manusia.

Pengertia jasa

Menurut Nana Herdiana Abdurahman (2015:103) Mendefinisikan jasa adalah setiap kegiatan atau manfaat yang ditawarkan oleh suatu pihak lain dan pada dasarnya tidak berwujud, serta tidak menghasilkan kepemilikan sesuatu. Sedangkan menurut (Yazis dalam buku Etta Mamang Sangadji dan Sopiah 2013:93), Jasa adalah aktifitas ekonomi yang mempunyai sejumlah elemen (nilai atau manfaat) yang tidak bewujud berkaitan dengannya, dan melibatkan sejumlah interaksi dengan konsumen atau dengan barang-barang milik, tetapi tidak menghasilkan transfer kepemilikan.

Pengertian Pelayanan

Pelayanan adalah suatu hal yang penting bagi perusahaan dalam menjalankan bisnis-Nya, apalagi untuk perusahaan yang menjual jasa pada para konsumennya. Oleh karenanya pelayanan ini harus diperhatikan oleh perusahaan agar tetap dapat mempertahankan konsumen dan bertahan dipasar. Berikut beberapa pengertian pelayanan.

Menurut Etta Mamang Sangadji & Sopiah (2013:100) Kualitas memiliki hubungan erat dengan kepuasan pelanggan, kualitas memberikan suatu dorongan kepada

pelanggan untuk menjalani ikatan yang kuat dengan perusahaan. Dan adapun definisi dari kualitas jasa sebagai tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan. (Parasuraman dalam Etta Mamang dan Sopiah, 2013:100).

Pengertian KepuasanPelanggan

Dalam menjalankan suatu bisnis perusahaan memerlukan strategi yang tepat untuk dapat mencapai tujuan yang diharapkan, salah satunya adalah dengan membuat konsumen menjadi puas dengan apa yang ditawarkan oleh perusahaan berikut ini pengertian kepuasan konsumen. Menurut Kolter and Keller (2009:177) Kepuasan mencerminkan perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja (atau hasil) yang diharapkan. Sedangkan (Tjiptono, 2012:58), mengemukakan bahwa kepuasan pelanggan merupakan sebuah siklus proses yang saling terkait antara kepuasan pemilik, karyawan dan kepuasan pelanggan.

Karangka Pemikiran dan Konstelasi Penelitian

Dengan demikian, percetakan PT. Literindo Berkah Karya Malang sangat memperhatikan kepuasan para pelanggannya yaitu dengan memberikan pelayanan yang berkualitas yang mana kualitas pelayanan atau kualitas jasa.

Salah satu yang menjadi pertimbangan adalah kualitas pelayanannya dan tentang

berbagai macam pelanggan yang memiliki pandangan berbeda tentang pelayanan serta tingkatan yang berbeda pula dalam memandang kepuasan yang telah diberikan dan karena banyaknya pelanggan yang dilayani maka tidak semua dapat diselesaikan sesuai dengan keinginan pelanggan.

Hubungan Kualitas Layanan dengan Kepuasan pelanggan

Menurut Koller Fajar Laksana, 2008 yaitu, kepuasan pelanggan adalah hasil yang dirasakan pembeli yang telah mengalami kinerja perusahaan itu telah memenuhi harapan. Maksudnya menyakngkut komponen harapan dan kinerja/hasil yang dirasakan.

Hipotesis Penelitian

Kualitas pelayanan yang baik cenderung berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

3. METODE PENELITIAN

Jenis dan Pendekatan Penelitian

Dalam penelitian ini menggunakan penelitian kuantitatif. Penelitian dengan pendekatan kuantitatif lebih menekankan analisisnya pada proses penyimpulan deduktif dan induktif serta pada analisis terhadap dinamika hubungan antara fenomena yang diamati, dengan menggunakan logika ilmiah, (Saifudin Anwar, 2004). Dalam penelitian ini akan

diamati adalah meningkatkan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan di PT. Literindo Berkah Karya Malang. (Studi Kasus Penerbit dan Percetakan PT. Literindo Berkah Karya Malang.

Populasi dan Sampel

Sementara menurut Sugiyono, populasi adalah generalisasi yang terdiri dari objek/subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Dalam penelitian ini Populasinya adalah seluruh pelanggan tetap PT. Literindo Berkah Karya Malang.

Menurut sugiyono (2008), sampel merupakan bagian dari populasi yang diambil untuk diteliti. sampel adalah penelitian ini dalam jumlah 50 Pelanggan.

Metode Mengumpulkan Data

Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah dikumpulkan melalui metode kuesioner, yaitu menyebarkan pertanyaan-pertanyaan (kuesioner) yang akan diisi oleh responden yakni pelanggan PT. Literindo Berkah Karya Malang di Kota Malang. Dimana jumlah pertanyaan tertulis disampaikan kepada responden.

Teknik Analisis Data

Penelitian dengan cara mengumpulkan data-data sesuai dengan yang sebenarnya kemudian data-data tersebut disusun, diolah dan dianalisis untuk dapat memberikan gambaran mengenai masalah yang ada.

Pada analisis deskriptif data biasanya ditampilkan dalam bentuk tabel biasa atau tabel frekuensi, grafik, diagram batang, diagram garis, diagram lingkaran, ukuran pemusatan data, ukuran penyebaran data dan sebagainya (Sugiyono, 2010).

Melalui analisis statistik dapat menjadi gambaran yang jelas untuk memahami apa yang terjadi dalam data sehingga dapat membantu menghasilkan keputusan yang tepat. Analisis regresi sederhana digunakan untuk meramalkan perubahan variabel satu dengan variabel lain. Dalam hal ini regresi dilakukan untuk menentukan kualitas layanan Y yang disebabkan kepuasan pelanggan X.

Uji Hipotesis

Uji statistik t ini dilakukan dengan menggunakan tingkat signifikansi 5%. Jika nilai signifikansi $t < 0,05$ artinya pengaruh signifikan antara satu variabel independen terhadap variabel dependen. Jika nilai

signifikansi $t > 0,05$ artinya terdapat pengaruh antara satu variabel independen. Koefisien determinasi (R^2) mengukur seberapa jauh kemampuan dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah diantara nol dan satu. Nilai R^2 kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variabel-variabel dependen terbatas, namun apabila nilai R^2 mendekati satu berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang untuk memprediksi variabel independen.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Uji Kualitas Data

Tujuan dari kualitas data adalah untuk mengetahui konsistensi dan keakuratan data yang dikumpulkan. Uji kualitas data yang dihasilkan dari penggunaan instrumen penelitian dan dapat dianalisis dengan menggunakan uji validitas dan uji reliabilitas.

Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu pernyataan pada kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pernyataan pada kuesioner mampu mengungkapkan sesuatu yang akan diukur. Jika r hitung lebih besar dari r tabel dan nilai positif maka butir pernyataan atau indikator tersebut dinyatakan valid. Jika r hitung $>$ dari r tabel (pada taraf signifikansi 0,05) maka pernyataan tersebut

dinyatakan tersebut dinyatakan valid (Ghozali, 2016).

Uji Reliabilitas

Tabel 1. Hasil Uji Reliabilitas

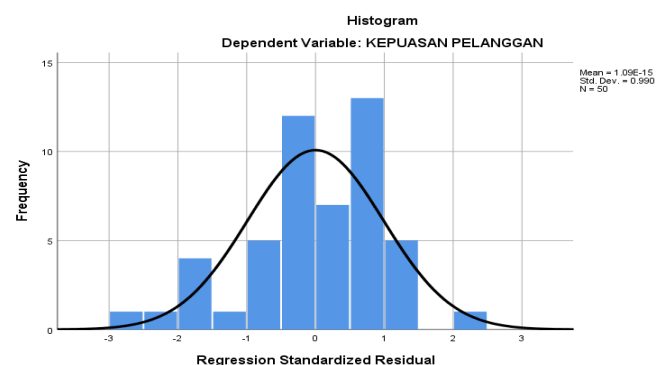
N o	Variabel	Cronbach's Alpha	Keterangan
1.	Kualitas Layanan	0,564	Reliabel
2.	Kepuasan Pelanggan	0,671	Reliabel

Sumber : olah data SPSS 2024

Tabel 4.8 diatas menunjukan bahwa nilai Cronbach's Alpha dari semua variabel lebih besar dari koefisien keandalan reliabilitas sebesar 0,60, sehingga dapat disimpulkan bahwa instrumen dari kuesioner yang digunakan untuk menjelaskan variabel kualitas layanan dan variabel kepuasan pelanggan yaitu dinyatakan handal atau dapat dipercaya sebagai alat ukur variabel.

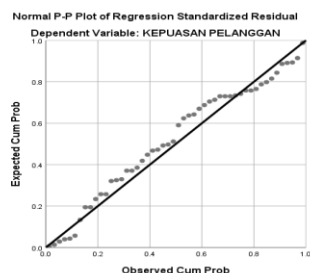
Hasil Uji Normalitas

Gambar 1. Grafik Histogram



Sumber : olah data SPSS 2024

Gambar 2. Normal Probability Plot



Sumber : olah data SPSS 2024

Gambar 4.2 menunjukan bahwa data terdistribusi normal karena bentuk grafik normal dan tidak melenceng ke kanan atau ke kiri. Gambar 4.3 menunjukan adanya titik (data) yang tersebar disekitar garis diagonal dan penyebaran titik-titik tersebut mengikuti arah garis diagonal. Hal ini berarti bahwa model-model regresi dalam penelitian ini memenuhi asumsi normalitas berdasarkan analisis grafik *normal probability plot*.

Hasil Uji Multikolinieritas

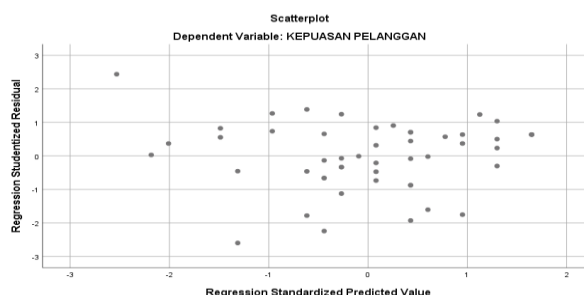
Uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independent). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel independen. Pengujian multikolinearitas dapat dilihat dari Tolerance Value dan VIF (variance inflation factor).

Hasil Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Untuk mendeteksi adanya heterokedastisitas dapat dilakukan dengan menggunakan *Scatter Plot*. Apabila tidak terdapat pola teratur,

maka model regresi tersebut bebas dari masalah heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah tidak terjadi heterokedastisitas. Untuk mendeteksi ada tidaknya heterokedastisitas pada penelitian ini, digunakan metode grafik Scatterplot yang dihasilkan dari output program SPSS versi 25 (Ghozali, 2006).

Gambar 4. Garfik Scatterplot



Sumber : olah data SPSS 2024

Analisis hasil uji heteroskedastisitas dari gambar 4.4 menunjukkan bahwa titik-titik menyebar di bawah dan di atas sumbu Y dan tidak memiliki pola yang teratur, maka variabel bebas tidak terjadi heteroskedastisitas.

Hasil Uji Hipotesis

Tabel 2. Hasil Uji Koefisien Determinasi (R²)

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1.	.632 ^a	.399	.387	3.46887
a. Predictors: (Constant), Kualitas Layanan				
b. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan				

Sumber : olah data SPSS 2024

Berdasarkan hasil uji koefisien determinasi diatas, nilai R^2 (*R Square*) dari model regresi digunakan untuk mengetahui seberapa besar kemampuan variabel bebas (independen) dalam menerapkan variabel terikat (dependen). Dari tabel 4.9 diatas dapat diketahui bahwa nilai R^2 Adjusted Square sebesar 0,387. Hal ini berarti bahwa 38,7% yang menunjukan bahwa kepuasan pelanggan dipengaruhi variabel kualitas layanan. Sisanya sebesar 62,1% dipengaruhi oleh variabel lain yang belum diteliti dalam penelitian ini.

PEMBAHASAN

Kualitas Pelayanan Yang Diberikan Oleh PT. Literindo Berkah Karya Malang

Keandalan layanan yang selalu tepat waktu dan sesuai dengan janji adalah elemen penting dalam membangun kepercayaan dan kepuasan pelanggan. Dengan menetapkan janji yang realistis, merencanakan dan mengelola waktu dengan efektif, melatih karyawan, dan menggunakan teknologi yang mendukung, perusahaan dapat memastikan bahwa mereka memenuhi komitmen mereka kepada pelanggan. Selain itu, menangani keterlambatan atau ketidakcocokan dengan proaktif dan melakukan perbaikan berkelanjutan akan memperkuat reputasi perusahaan dalam hal keandalan layanan.

Daya Tanggap karyawan yang selalu siap membantu adalah kualitas penting yang berkontribusi pada kepuasan dan loyalitas pelanggan. Dengan melatih karyawan dalam

keterampilan layanan pelanggan, menerapkan teknologi yang mendukung, dan membangun budaya yang mendorong sikap proaktif, perusahaan dapat memastikan bahwa karyawan dapat merespons dengan cepat dan efektif. Evaluasi berkelanjutan dan penyesuaian terhadap proses serta dukungan untuk kesejahteraan karyawan juga memainkan peran penting dalam mempertahankan daya tanggap yang tinggi. Kepastian bahwa karyawan memiliki pengetahuan yang cukup memerlukan pendekatan yang terstruktur dan berkelanjutan. Ini melibatkan pemahaman yang mendalam tentang kebutuhan pengetahuan, rekrutmen yang selektif, pelatihan yang efektif, dan penilaian yang rutin. Dengan melakukan hal ini, organisasi/perusahaan dapat memastikan bahwa karyawan mereka siap untuk menghadapi tantangan pekerjaan mereka dan berkontribusi secara efektif terhadap tujuan perusahaan.

Empati karyawan terhadap pelanggan adalah komponen penting dari pelayanan pelanggan yang unggul. Ini melibatkan pemahaman mendalam tentang perasaan dan kebutuhan pelanggan serta respons yang relevan dan mendukung. Dengan melatih dan mempromosikan empati, organisasi dapat meningkatkan kepuasan dan loyalitas pelanggan, menyelesaikan masalah dengan lebih efektif, dan menciptakan budaya layanan yang positif. Melalui pelatihan yang

tepat, dukungan yang konsisten, dan evaluasi berkelanjutan, karyawan dapat mengembangkan keterampilan empati yang kuat yang akan bermanfaat baik bagi pelanggan maupun perusahaan.

Kepuasan layanan seringkali diukur melalui tingkat kepuasan pelanggan. Jika banyak pelanggan merasa puas dengan hasil cetakan dan layanan yang diberikan, ini adalah indikasi positif PT. Literindo Berkah Karya Malang.

Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Di PT. Literindo Berkah Karya Malang

Berdasarkan analisis yang telah diuraikan diatas diperoleh hasil bahwa variabel kualitas layanan (X) berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel kepuasan pelanggan (Y) di PT. Literindo Berkah Karya Malang. Hal tersebut ditunjukkan dari hasil perhitungan SPSS 25 diperoleh nilai t hitung untuk variabel kualitas layanan adalah sebesar 5.648 dengan menggunakan level significane (taraf signifikansi) sebesar 5% diperoleh t tabel sebesar 2,011 yang berarti bahwa nilai t hitung lebih besar dari t tabel yaitu $5.648 > 2,011$. Nilai signifikansi t kurang dari 5% (0,000), menandakan bahwa kualitas layanan (X) mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Y). dengan demikian dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_1 diterima, sehingga hipotesis yang menyatakan kualitas layanan mempunyai

pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan dapat diterima.

5. KESIMPULAN DAN SARAN

Kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan, semakin baik layanan yang diberikan maka pelanggan akan merasa puas, karena kualitas layanan erat hubungan dengan kepuasan pelanggan ini sesuai definisi secara sederhana sebagai suatu keadaan dimana kebutuhan, keinginan, dan harapan pelanggan dapat terpenuhi. semua ini bisa dibuktikan dari hasil hipotesisnya dan juga dari hasil pengisian kuesioner dari para responden yang dilakukan. Para pelanggan akan merasa puas jika mereka dianggap seperti seorang raja dalam pembeli. Dan juga dengan layanan yang baik maka para pelanggan semakin banyak. karena akan adanya merketing mulut, yaitu mempromosikan kualitas layanan yang dimiliki oleh PT. Literindo Berkah Karya Malang kepada para pelanggan yang lain, maka dengan sendirinya para pelanggan yang belum berlangganan akan datang ke PT. Literindo Berkah Karya Malang karena kualitasnya.

Berdasarkan hasil pembahasan maka penulis memberikan saran kepada pihak PT. Literindo Berkah Karya Malang agar lebih memperhatikan layanannya demi terciptanya kepuasan pelanggan. Kepuasan pelanggan tercipta dari loper Literindo

Berkah karya Malang yang dipilih dari agen. Jadi agen harus selektif dalam memilih loper Literindo Berkah Karya Malang agar tidak lalai dalam melakukan tugasnya. Jika loper Literindo Berkah Karya Malang rajin dan mempunyai kualitas maka layanan yang ada akan lebih baik.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdul Basith, 2014. Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Pelanggan. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*.
- Assauri, Sofjan (2010), *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Cronin, J. Joseph, Jr. and Steven A. Taylor. 1992. *Measuring Service Quality; A Reexamination and Extension*. *Journal of Marketing*.
- Fornell, Jhoson D Miccahel, Anderson W Eugene, Cha Jaesung & Bryant Everitt Barbara. 1996. *The American Customer Satisfaction Index: Nature, Purpose and Findings*. *Journal of marketing*.
- Fandy Tjiptono, Billa Reyza Maulana. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Fasilitas yang Diberikan Kenari Waterpark Bontang terhadap Tingkat Kepuasan Pelanggan. *Al-Infaq: Jurnal Ekonomi Islam*.
- Fornell, C. (1992). *National Customer Satisfaction Barometer*. Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.
- Ghozali, Imam. 2013. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21*. Semarang.
- Kolter, Philip dan Kevin Lane Keller (2009), *Manajemen Pemasaran*. Edisi ketiga belas. Jilid 1 Jakarta.
- Lupiyoadi, Rambat (2013) *Manajemen Pemasaran Jasa*. Edisi 3 Jakarta: Penerbit Salemba Empat.
- Martono, Nanang. 2014. *Metode Penelitian Kuantitatif, (Analisis Isi dan Analisis Data Sekunder)*, Edisi Kedua. Depok: Raja Grafindo Persada.
- CSR Report. (2018). *The Marshall Plan: Design, Accomplishments, and Significance*. *Congressional Research Service*, 1.
- Olson. (2002). *Consumer Behavior, and Marketing Strategy*. New York: The Free Press A Division of Macmillan Inc.
- Mamang, Etta Sangdji dan Sopiah (2013) *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: Andi Yogyakarta.