

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASANKONSUMEN PADA STUDIO RIBKA FOTO CABANG SEKIP DI PALEMBANG

Febri Yanti¹⁾, Azizah Karim²⁾, Muhammad Wadud³⁾

^{1),3)}Program Studi Manajemen Universitas Indo Global Mandiri

²⁾Program Studi Manajemen Universitas STIE Aprin

Jl. Jend. Sudirman No. 629 KM.4 Palembang Kode Pos 30129

Email : Febriyantiplg123@gmail.com¹⁾, azizahkarim0610@gmail.com²⁾, muhhammadwadud@uigm.ac.id³⁾

ABSTRACT

This service quality of needs fulfillment, consumers desire, and its provision accuracy to meet consumers expectation. using the method of quantitative statistical research and data analysis techniques used was simple linear regression analysis. Since $t\text{-count} (11,505) > (2,368)$ and significant value $(0,000) < (0,01)$. Was mean the H_0 was rejected and H_a was accepted, then the service quality significantly influence consumers satisfaction at Studio Ribka Photo Sekip branch in Palembang. Then, correlation and determination test where they were obtained correlation coefficient value of $R = 0,598$ which means that the correlation between service quality and consumers satisfaction was very strong that was 59,8%. After the correlation test was applied, it was followed by determination test. Determination test was done to see how much the contribution of variable x to variable y , where obtained value of R^2 0,593. It could be stated that the independent variabel correlation between the service quality and consumers satisfaction was 59,3%, meanwhile the rest was 41,7% explained by other variable product, price, promotion, place, presentasi and personalia.

Keywords: *Service Quality, Consumers Satisfaction, Quantitative methods*

1. Pendahuluan

Pemasaran merupakan hal yang sangat penting bagi suatu perusahaan agar barang dan jasa yang diproduksi dapat sampai ditangan konsumen. Dalam keadaan seperti ini maka setiap perusahaan harus jeli dalam melihat situasi dan keadaan perekonomian saat ini sehingga perusahaan mampu bersaing dengan perusahaan-perusahaan lainnya. Saat ini peranan ilmu pengetahuan dan teknologi yang semakin lama semakin maju dan canggih merupakan suatu tantangan bagi perusahaan untuk lebih mengembangkan usahanya.

Persaingan yang dihadapi oleh suatu perusahaan juga semakin ketat, sehingga antar perusahaan harus berlomba-lomba bersaing untuk memberikan barang atau jasa yang berkualitas dan terbaik bagi konsumen. Dan perusahaan harus melakukan periklanan atau promosi, adapun menurut Karim (2011) Periklanan adalah bagian bauran promosi yang paling utama karena sangat umum dilakukan perusahaan untuk mempromosikan produk yang mereka hasilkan. Agar dapat memberikan kepuasan pada konsumen, pihak perusahaan perlu melakukan pemantauan apa yang dibutuhkan dan diinginkan konsumen atau mengidentifikasi sikap konsumen.

Adapun upaya dalam pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan dalam penyampaian untuk memenuhi harapan konsumen. Apabila pelayanan yang diterima dirasakan sesuai dengan pelayanan yang diharapkan, maka kualitas pelayanan dipersepsikan baik dan memuaskan.

Jika pelayanan yang diterima melampaui harapan konsumen, maka kualitas layanan dipersepsikan sebagai

kualitas yang ideal. Sebaliknya jika pelayanan yang diterima lebih rendah daripada pelayanan yang diharapkan, maka kualitas layanan dipersepsikan buruk. Dengan demikian, baik tidaknya kualitas layanan tergantung pada kemampuan penyelenggara pelayanan dalam memenuhi harapan konsumennya secara konsisten. Kemudian menurut Wadud (2012) Jika pelayanan yang diberikan sesuai/lebih dari apa yang diharapkan konsumen, maka mereka akan puas, apabila konsumen merasa puas maka konsumen akan kembali untuk membeli ulang dan menjadi pelanggan tetap.

Di Palembang sendiri banyak berdiri perusahaan yang bergerak di bidang industri foto studio sehingga menyebabkan persaingan semakin ketat saja. Oleh karena itu pemasaran merupakan salah satu kegiatan pokok yang dilakukan suatu perusahaan untuk mempertahankan kelangsungan hidup, untuk berkembang, dan untuk mendapatkan laba. Karena persaingan industri foto yang semakin ketat menyebabkan setiap pengusaha studio foto harus menempatkan orientasi pada kualitas jasa sebagai tujuan utama sehingga konsumen menjadi loyal dan perusahaan tersebut menjadi baik.

Bisnis yang bergerak dibidang photography ini mampu memikat banyak konsumen dan tetap eksis meskipun banyak bermunculan studio foto-studio foto di Palembang. Usaha untuk memberikan yang terbaik dan berkualitas tersebut bertujuan agar seorang konsumen menjadi pelanggan yang setia dan loyal terhadap perusahaan tersebut. Ribka Foto sendiri merupakan spesialis foto pernikahan yang ditangani secara profesional oleh fotografer yang handal dan berpengalaman. Sehingga tidak diragukan lagi banyak

konsumen yang mempercayakan momen bahagia mereka kepada Ribka Foto, tidak hanya foto pernikahan saja melainkan ada berbagai macam lain yang ditawarkan oleh Ribka, pas foto, foto wisuda, foto ulang tahun, foto pertunangan dan sebagainya. Ribka juga menyediakan atau menjual produk album, kaset, flashdisk, dan baterai selain itu juga harga yang ditawarkan tidak begitu mahal dari harga pesaing dan tempat yang disediakan untuk konsumen menunggu juga sangat nyaman. Promosi yang digunakan studio Ribka tidak lain dari mulut kemulut konsumen yang berdatangan untuk memakai jasa studio ini.

A. Perumusan Masalah

Bagaimana pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada Studio Ribka Foto Cabang Sekip Di Palembang.

B. Tujuan Penelitian

Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada Studio Ribka Foto Cabang Sekip Di Palembang?

C. Metodologi Penelitian

1. Jenis Data

Adapun jenis data yang digunakan dalam uraian ini adalah sebagai berikut:

a. Data Kualitatif

Adalah data yang diperoleh dari hasil wawancara dengan pihak-pihak yang berkepentingan berupa data lisan dengan penjelasan mengenai pembahasan.

b. Data Kuantitatif

Adalah data yang diperoleh dari perusahaan yang dapat dibuktikan dengan angka-angka yang akan diolah dan dianalisa sesuai dengan metode analisis sehingga dapat terlihat hasilnya.

2. Sumber Data

Untuk menunjang kelengkapan pembahasan dalam penulisan skripsi ini, penulisan memperoleh data yang bersumber dari:

a. Data Primer

Data primer diperoleh melalui wawancara dengan panduan kuesioner kepada responden. Jenis pertanyaan digunakan dalam kuesioner adalah *closed ended questions*, yaitu bentuk pertanyaan dengan beberapa alternative jawaban bagi responden.

b. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh melalui pencatatan dokumen-dokumen perusahaan dan dari industri terkait yang ada hubungannya dengan pembahasan penulisan.

D. Teknik Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang dipergunakan pada penelitian ini adalah:

1. *Kuesioner*, yaitu suatu teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan tertulis pada responden untuk menjawab.

2. *Observasi*, yaitu dengan melakukan pengamatan secara langsung terhadap objek penelitian.
3. *Dokumentasi*, yaitu teknik pengumpulan data-data tertulis berupa catatan-catatan, laporan-laporan dan dokumen-dokumen di Studio Ribka Foto Cabang Sekip Palembang.

E. Populasi

Populasi bukanlah hanya orang tetapi juga obyek dan benda-benda lain. Populasi juga bukan sekedar jumlah yang ada pada obyek yang dipelajari, tetapi meliputi seluruh karakteristik atau sifat yang dimiliki obyek atau subyek itu dan sampel merupakan bagian dari populasi tersebut. Populasi merupakan wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh seorang peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik sebuah kesimpulannya, Sugiyono (2014).

Tabel 1. Jumlah Konsumen di Studio Ribka Foto Cabang Sekip Di Palembang Dari tahun 2012-2016

| No | Tahun | Data Konsumen/Pelanggan |
|----------------|-------|-------------------------|
| 1 | 2012 | 200.321 |
| 2 | 2013 | 200.538 |
| 3 | 2014 | 190.927 |
| 4 | 2015 | 197.277 |
| 5 | 2016 | 211.277 |
| Total Konsumen | | 1000.34 |

Sumber: Studio Ribka Foto Cabang Sekip Di Palembang

Penelitian ini harus menentukan secara jelas mengenai populasi sasaran penelitian yang disebut dengan populasi sasaran (*target population*), yaitu populasi yang nantinya akan menjadi kesimpulan penelitian. Populasi yang diketahui 1000.34 konsumen yang menggunakan jasa Studi Ribka Foto selama 5 tahun.

F. Sampel

Sampel sebagian dari jumlah dan karateristik yang dimiliki oleh populasi tersebut [3]. Untuk menentukan sampel dari populasi yang telah ditetapkan selama satu bulan, perlu dilakukan suatu pengukuran yang menghasilkan jumlah *n* dalam penelitian ini menggunakan teknik Slovin, dengan rumus sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1 + N(e)^2}$$

Keterangan :

n = ukuran sampel

N= ukuran populasi

e= tolerir kesalahan pengambilan sampel (0,1)²

Berdasarkan rumus Slovin tersebut maka jumlah sampel yang diperoleh adalah :

$$n = \frac{1000.34}{1 + 1000.34 (0,1)^2} = 90.9119 \text{ (dibulatkan menjadi 91)}$$

G. Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel

Definisi operasional merupakan petunjuk tentang bagaimana suatu variabel diukur. Untuk mempermudah dalam penganalisisan maka tiap variabel akan didefinisikan secara operasional. Variabel adalah objek penelitian atau apa yang menjadi perhatian suatu penelitian. Dengan memperhatikan keterkaitan antara variabel yang satu dengan yang lain, maka dalam penelitian ini terdapat dua variabel fungsional:

1. Variabel bebas (independen variabel)

Independen variabel adalah merupakan yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (terikat). Variabel bebas alam penelitian ini adalah kualitas pelayanan (X).

2. Variabel terikat (dependen variabel)

Dependen variabel merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat karena adanya variabel bebas. Dalam penelitian ini variabel terikat (Y) adalah kepuasan konsumen.

Untuk mengukur tanggapan responden terhadap variabel-variabel penelitian dilakukan dengan menggunakan alat dalam bentuk kuesioner yang diisi oleh responden dibuat dalam bentuk pertanyaan dimana dalam kuesioner sudah disediakan alternatif jawaban dari item pertanyaan. Dalam pelaksanaan pengisian responden diminta untuk memilih salah satu jawaban yang sekiranya cocok dengan pendapat responden.

Untuk mempermudah pengambilan kesimpulan dari tanggapan responden yang diperoleh dalam pembagian kuesioner, maka digunakan skala 5 tingkat (*Likert*). Alternatif jawaban disesuaikan dengan skala *Likert* yang dibuat menjadi 5 alternatif jawaban. Skala *Likert* melibatkan serangkaian pertanyaan yang berkaitan sikap responden diminta menyatakan “Sangat Tidak Setuju (STS)” sampai pada jawaban “Sangat Setuju (SS)” untuk setiap pertanyaan, jawaban diberi nilai yang akan merefleksikan secara konsisten sikap responden.

H. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data bertujuan untuk menyederhanakan data hingga lebih dimengerti. Langkah awal yang dilakukan penulis adalah dengan cara menggunakan alat ukur yang relevan secara kuantitatif dan perhitungan menggunakan SPSS 15 yang menganalisa berdasarkan data yang di dapat dari sumber-sumber yang ada.

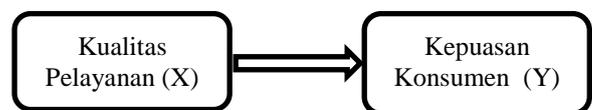
Adapun penghitungan menggunakan SPSS 15, yaitu:

- 1). Uji Validitas
- 2). Uji Reliabilitas
- 3). Uji Regresi
- 4). Korelasi
- 5). Uji t

2. Pembahasan

A. Kerangka Pemikiran

Berikut ini kerangka pemikiran dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:



Gambar 1 :Kerangka Pemikiran

B. Uji Validitas Instrumen

Uji validitas bertujuan untuk mengukur dari masing-masing butir pernyataan dan pertanyaan dari variabel yang diteliti. Biasanya syarat minimum untuk dianggap memenuhi syarat adalah $r = 0,30$. Jadi kalau korelasi antara butir dengan skor total kurang dari 0,30 maka butir dalam instrumen tersebut dinyatakan tidak valid. Pengujian validitas data dalam penelitian ini menggunakan aplikasi SPSS.

Berdasarkan perhitungan dengan menggunakan aplikasi SPSS (*Statistical Product and Service Solution*), diketahui bahwa setiap item pernyataan di variabel kualitas pelayanan (X) dan variabel kepuasan konsumen

Tabel 2.Operasional Variabel

| Variabel | Sub Variabel | Indikator |
|-------------------------|--|--|
| Kualitas Jasa Pelayanan | Kualitas jasa pelayanan adalah upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan untuk memenuhi harapan konsumen. | a).Ketersediaan fasilitas fisik (<i>tangible</i>). b).Ketepatan petugas dalam memberikan pelayanan (<i>Realibility</i>). c) Kemauan dan kesediaan petugas dalam memberikan pelayanan (<i>Responsi veness</i>). d) Sikap (sopan, respek, perhatian, keramahan) petugas dalam memberikan pelayanan (<i>Assurance</i>). e).Usaha karyawan dalam memahami kebutuhan konsumen (<i>Emphaty</i>). |
| Kepuasan Konsumen | Perasaan senang atau kecewa yang muncul setelah membandingkan persepsi pelanggan terhadap hasil dari suatu produk dengan harapannya. | 1.Aspek barang dan jasa. 2.Aspek emosi pelanggan. 3.Aspek pengaruh kesuksesan atau kegagalan jasa. 4. Aspek persepsi atas persamaan atau keadilan. 5.Pelanggan lain, keluarga, dan rekan kerja. |

Sumber: Pra Penelitian

(Y) diperoleh nilai *r* hitung (korelasi) lebih besar dari *r* tabel (batas minimum korelasi), dalam hal ini *r* tabel diketahui 0,30. Sehingga dapat disimpulkan bahwa seluruh butir pernyataan dari variabel *x* dinyatakan valid dan dapat digunakan untuk dilakukan pengujian selanjutnya.

C. Uji Reliabilitas

Setelah melalui uji validitas, maka data dilanjutkan pada uji reabilitas. pengujian ini dilakukan dengan bertujuan untuk mengukur berkali-kali menghasilkan data yang sama. Instrumen yang reliabel adalah instrumen yang bila digunakan beberapa kali untuk mengukur instrumen yang sama akan menghasilkan data yang sama. Dalam penelitian ini uji reabilitas menggunakan metode *cronbach alpha*. Suatu variabel dikatakan reliabel jika nilai pada *cronbach alpha* lebih besar dari 0,60 ($n - 2$) dengan $\alpha = 5\%$.

Berdasarkan uji reliabilitas untuk variabel kualitas pelayanan (X) diketahui bahwa nilai *Cronbach Alpha* yang diperoleh adalah sebesar 0,893 dan variabel kepuasan konsumen (Y) diketahui nilai *Cronbach Alpha* sebesar 0,917 nilai kedua variabel tersebut lebih besar dari nilai 0,60. Sehingga variabel kualitas pelayanan (X) dan variabel kepuasan konsumen (Y) dinyatakan reliabel.

D. Analisis Regresi Linier Sederhana

Tabel 3. Hasil Uji Regresi Linear Sederhana

| Coefficients ^a | | | | | | |
|---------------------------|-------------------|-----------------------------|------------|---------------------------|--------|------|
| Model | | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | t | Sig. |
| | | B | Std. Error | Beta | | |
| 1 | (Constant) | 15,652 | 2,857 | | 5,478 | ,000 |
| | Kepuasan Konsumen | ,655 | ,057 | ,773 | 11,505 | ,000 |

a. Dependent Variable: Kualitas Pelayanan

Sumber : (diolah data SPSS)

Dari tabel diatas menunjukkan bahwa persamaan regresi linear sederhana yang diperoleh dari hasil analisis yaitu:

$$Y = a + b X$$

$$Y = 15.652 + 0.655 X$$

Dimana :

1. Konstanta sebesar 15.652 mempunyai arti bahwa variabel kualitas pelayanan dianggap konstan. Artinya, tingkat kepuasan konsumen Studio Ribka Foto 15.652.
2. Variabel kualitas pelayanan mempunyai pengaruh yang positif terhadap kepuasan konsumen di Studio Ribka Foto Cabang Sekip Palembang dengan koefisien sebesar 0,655 yang berarti apabila kualitas pelayanan.

E. Uji T (pengujian Hipotesis)

Pengujian hipotesis ini dimaksud agar pendugaan yang telah ditentukan sebelumnya dapat diketahui kebenarannya. Oleh sebab itu, pengujian ini terbilang penting untuk menjadikan penelitian ini menjadi sesuai dan terbukti dengan suatu analisis. Dalam penelitian

ini merupakan penelitian regresi linear sederhana, maka pengujian hipotesis akan menggunakan uji *t* (pengujian secara parsial).

Uji *t* bertujuan untuk melihat apakah terdapat pengaruh secara individu variabel independen terhadap variabel dependen. Dalam penelitian ini terdapat satu variabel independen yaitu Kualitas Pelayanan. Untuk melakukan pengujian variabel secara parsial maka dibutuhkan pengujian *t* agar dapat diketahui secara parsial mengenai pengaruh dari masing-masing variabel. Pengujian dapat dilihat jika:

$t \text{ hitung} \leq t \text{ tabel}$; maka H_0 diterima.

$t \text{ hitung} \geq t \text{ tabel}$; maka H_0 ditolak.

Tingkat signifikan yang digunakan adalah 95% maka nilai $\alpha = 0,01$ ($\alpha = 10\%$)

Dasar pengambilan keputusan dalam uji *t* :

- H_0 diterima dan H_a ditolak jika nilai $t \text{ hitung} < t \text{ tabel}$ atau jika nilai $\text{sig} > 0,01$.
- H_0 ditolak dan H_a diterima jika nilai $t \text{ hitung} > t \text{ tabel}$ atau jika nilai $\text{sig} < 0,01$.

Tabel 4. Uji T (pengujian Hipotesis)

| Coefficients ^a | | | | | | |
|---------------------------|-------------------|-----------------------------|------------|---------------------------|--------|------|
| Model | | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | t | Sig. |
| | | B | Std. Error | Beta | | |
| 1 | (Constant) | 15,652 | 2,857 | | 5,478 | ,000 |
| | Kepuasan Konsumen | ,655 | ,057 | ,773 | 11,505 | ,000 |

a. Dependent Variable: Kualitas Pelayanan

Sumber : (diolah data SPSS)

a. Dependent Variabel Total_Y

Dari tabel diatas dapat diketahui bahwa nilai *t* tabel pada taraf signifikan 10% (2-tailed) dengan Persamaan berikut:

$$t \text{ tabel} = n - k - 1 : \alpha/2$$

$$= 91 - 1 - 1 : 0,01/2$$

$$= 89 : 0,02$$

$$= 2,368$$

$$t \text{ tabel} = (0,02 : 89), \text{ nilai } t \text{ tabel sebesar } 2,368.$$

Keterangan:

n : jumlah

k : jumlah variabel bebas

1 : konstan

Diketahui *t* hitung sebesar (11,505) dengan nilai signifikan adalah (0,000) dan *t* tabel (2,368). Karena *t* hitung (11,505) > (2,368) dan nilai signifikan (0,000) < (0,01). Hal tersebut menunjukkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima, maka kualitas pelayanan terpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Studio Ribka Foto Cabang Sekip Di Palembang.

F. Uji Korelasi

Uji *R* menunjukkan korelasi berganda yaitu korelasi antara dua atau lebih variabel independen terhadap variabel dependen. *Koefisien korelasi* dikatakan kuat jika nilai *R* berada diatas 0 sampai 1, jika nilainya mendekati 1, maka hubungan semakin erat.

Gambaran umum hasil analisa korelasi dengan menggunakan metode enter dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 5. Hasil Uji Korelasi

| Model Summary | | | | |
|---------------|-------------------|----------|-------------------|----------------------------|
| Model | R | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate |
| 1 | ,773 ^a | ,598 | ,593 | 4,004 |

a. Predictors: (Constant), Kepuasan Konsumen

Sumber: (diolah data SPSS)

Dari tabel diatas menunjukkan bahwa hasil analisis koefisien korelasi dengan nilai koefisien korelasi sebesar $R = 0,773$ yang berarti bahwa hubungan antara kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen sangat kuat yaitu sebesar 77,3% dengan mendekati nilai 1. Serta dapat dipastikan bahwa kualitas pelayanan mempunyai hubungan yang erat dan terpengaruh terhadap kepuasan konsumen nantinya.

G. Uji R^2 Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi (R^2) adalah sebuah koefisien yang menunjukkan seberapa besar persentase variabel-variabel independen. Semakin besar koefisien determinasinya, maka semakin baik variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen. Dengan demikian regresi yang dihasilkan baik untuk mengestimasi nilai variabel dependen.

Gambaran umum hasil analisis koefisien determinasi dengan menggunakan metode enter dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 6. Hasil Analisis Uji R^2 Koefisien Determinasi

| Model Summary | | | | |
|---------------|-------------------|----------|-------------------|----------------------------|
| Model | R | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate |
| 1 | ,773 ^a | ,598 | ,593 | 4,004 |

a. Predictors: (Constant), Kepuasan Konsumen

Sumber: (diolah data SPSS)

Berdasarkan tabel diatas diperoleh nilai R^2 sebesar 0,598. Artinya adalah bahwa variabel independen hubungan antara kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen adalah sebesar 59,8%, sedangkan sisanya sebesar 41,2% dijelaskan oleh variabel lain yaitu produk, harga, promosi, distribusi, persentasi dan personalia. Serta hasil analisis dari *adjusted R square* sebesar 0,593 yang menunjukkan bahwa kualitas pelayanan terpengaruh terhadap kepuasan konsumen sebesar 59,3% sementara sisanya 41,7% dipengaruhi variabel lain yaitu produk, harga, promosi, distribusi, persentasi dan personalia.

3. Kesimpulan

Meningkatkan kualitas pelayanan merupakan hal yang sangat penting agar dapat menghadapi

persaingan yang semakin ketat dan tetap eksis di era globalisasi, banyak yang harus dipertimbangkan dalam meningkatkan kualitas pelayanan karena hal ini akan berdampak baik langsung maupun tidak langsung terhadap organisasi secara keseluruhan.

Pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan dalam penyampaiannya untuk memenuhi harapan konsumen. Apabila pelayanan yang diterima dirasakan sesuai dengan pelayanan yang diharapkan, maka kualitas pelayanan dipersepsikan baik dan memuaskan. Jika pelayanan yang diterima melampaui harapan konsumen, maka kualitas layanan dipersepsikan sebagai kualitas yang ideal. Sebaliknya jika pelayanan yang diterima lebih rendah daripada pelayanan yang diharapkan, maka kualitas layanan dipersepsikan buruk.

Sebagian besar responden (konsumen) menilai Kualitas Pelayanan sudah baik. Dari hasil temuan data dan analisis data, dapat disimpulkan:

- a. Kualitas pelayanan mempunyai pengaruh yang positif terhadap kepuasan konsumen di Studio Ribka Foto Cabang Sekip Di Palembang.
- b. Kualitas pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Studio Ribka Foto Cabang Sekip Di Palembang.
- c. Kualitas pelayanan mempunyai hubungan yang erat dan terpengaruh terhadap kepuasan konsumen nantinya.
- d. Kualitas pelayanan merupakan variabel utama yang sangat diperlukan oleh pihak studio foto guna mencapai tingkat kepuasan konsumen yang maksimal.

Saran

Dari kesimpulan tersebut ada beberapa saran yang penulis ajukan yang dapat dijadikan acuan sesuai dengan hasil penelitian, diantaranya yaitu:

- a). Studio Ribka Foto harus mempertahankan kualitas pelayanan karena kepuasan konsumen akan tercapai jika suatu layanan dinilai memuaskan dan dapat memenuhi kebutuhan serta apa yang dirasakan konsumen sesuai dengan harapan yang diinginkan.
- b). Studio Ribka Foto harus lebih meningkatkan lagi ketajaman gambar pada foto.
- c). Studio Ribka Foto menyediakan dekorasi yang lebih bagus atau berkualitas, seperti layar yang lebih menarik dengan menampilkan warna-warna yang lebih cerah.
- d). Studio Ribka Foto harus meningkatkan promosi dengan adanya promosi dapat meningkatkan penjualan dan mempengaruhi persepsi konsumen terhadap Studio Ribka Foto Cabang Sekip Palembang.

Daftar Pustaka

Karim, Azizah. 2011. Peranan Customer Service Dalam Meningkatkan Citra Bank Sumsel Babel Cabang

- PTC Di Palembang. Jurnal Ekonomi Global Masa Kini. Volume 2 No.2
- Sugiyono, 2014. *Populasi dan Sampel* (2014:44)
<http://respository.usu.ac.id/bitstream/123456789/20227/4/chapter%20II.pdf>217 desember 2016.
- Sinta. 2010. Analisis Persepsi Konsumen Terhadap Arti Penting dan Kinerja Agatha Photo Di Kota Yogyakarta.<http://sinta.ukdw.ac.id/sinta/resources/sintarv/nim/1103449>.
- Wadud, Muhammad. 2012. Pengaruh Variabel Kualitas Pelayanan terhadap Variabel Kepuasan Konsumen (Studi Pada Rumah Makan Pelangi Sekayu). Jurnal Ekonomi Global Masa Kini. Volume 3 No.1