

ASLI  
JURUSAN EKONOMI 13/2025  
KEMENTERIAN RISET, TEKNOLOGI,  
DAN PENDIDIKAN TINGGI

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN *LOYALTY PROGRAM*  
TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN  
DI GRAMEDIA WORLD PALEMBANG**



Skripsi Oleh:

**M SYAHNAN ALGHIFARI  
01011382025153  
MANAJEMEN**

*Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat untuk Meraih Gelar Sarjana Ekonomi*

**KEMENTERIAN RISET, TEKNOLOGI,  
DAN PENDIDIKAN TINGGI  
UNIVERSITAS SRIWIJAYA  
FAKULTAS EKONOMI  
2025**

**LEMBAR PERSETUJUAN UJIAN KOMPREHENSIF**  
**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN *LOYALTY* PROGRAM**  
**TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN DI GRAMEDIA WORLD**  
**PALEMBANG**

Disusun Oleh :

Nama : M Syahn Alghifari  
NIM : 01011382025153  
Fakultas : Ekonomi  
Bidang Kajian/Kompensasi : Manajemen Pemasaran  
Disetujui untuk digunakan dalam ujian komprehensif

Tanggal Persetujuan

Tanggal : 27-12-2024

Dosen Pembimbing



Dr. Isnawati, S.E., M. SI  
NIP. 198208152023212024

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

ASLI  
DIPERIKSA PADA 13/1/2025  
DITETAPKAN

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN *LOYALTY PROGRAM* TERHADAP  
LOYALITAS PELANGGAN DI GRAMEDIA WORLD PALEMBANG

Disusun oleh :

Nama : M. Syahnun AlGhifari  
NIM : 01011382025153  
Fakultas : Ekonomi  
Jurusan : Manajemen  
Bidang kajian/Konsentrasi : Manajemen Pemasaran

Telah diuji dalam ujian komprehensif pada tanggal 13 Desember 2024 dan sudah memenuhi syarat untuk diterima.

Palembang, 14 Januari 2025  
Panitia Ujian Komprehensif

Ketua



Dr. Lisnawati, S.E., M.Si  
NIP.198208152023212024

Anggota



Dr. Welly Nailis, S.E., M.M  
NIP. 197407102008011011

Ketua Jurusan Manajemen



Dr. M. Ichsan Hadjri, S.T., M.M  
NIP 198907112018031001

## SURAT PERNYATAAN INTEGRITAS KARYA ILMIAH

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : M. Syahnan Alghifari

NIM : 01011382025153

Fakultas : Ekonomi

Jurusan : Manajemen

Bidang kajian/Konsentrasi : Manajemen Pemasaran

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi yang berjudul :

**“PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN *LOYALTY PROGRAM*  
TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN DI GRAMEDIA WORLD  
PALEMBANG”**

Pembimbing :

Ketua : Iisnawati, S.E., M.Si

Penguji : Dr. Welly Nailis, S.E., M.M

Tanggal Ujian : 13 Desember 2024

Adalah benar hasil karya saya sendiri. Dalam skripsi ini tidak ada kutipan hasil karya orang lain yang tidak disebutkan sumbernya.

Demikianlah pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya, dan apabila pernyataan saya ini tidak benar dikemudian hari, saya bersedia dicabut predikat kelulusan dari gelar kesarjanaan.

Palembang, 16 Januari 2025

Pembuat Pernyataan



M. Syahnan Alghifari

01011382025153

## **MOTTO DAN PERSEMBAHAN**

**Bila kamu melakukan kesalahan hari ini jangan pernah malu, karena dalam proses belajar kesalahan adalah hal yang wajar.**

**Bila kamu menginginkan seisi dunia, maka hendaklah berilmu dan berakal.  
Jika kamu juga menginginkan dunia akhirat, maka hendaklah berilmu dan mengumpulkan amal yang banyak.**

**Skripsi ini saya**

**Persembahkan untuk:**

- **Tuhan**
- **Orang Tua**
- **Keluarga**
- **Almamater**

## **KATA PENGANTAR**

Rasa syukur dari hati terdalam saya panjatkan pada Allah SWT pemilik kehidupan, karena dengan rahmat dan hidayah-Nya saya diberi kesempatan untuk menulis dan menyelesaikan skripsi ini. Sholawat dan salam saya haturkan kepada Nabi Muhammad SAW semoga kelak mendapatkan syafaat beliau di yaumul akhir nanti. Pada skripsi ini penulis mengambil judul "Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Loyalty Program Terhadap Loyalitas Pelanggan Di Gramedia World Palembang". Skripsi ini saya buat dengan tujuan untuk tugas akhir saya, dan semoga penelitian ini dapat memberikan manfaat bagi saya, tempat penelitian, dan orang lain.

Skripsi ini mungkin masih banyak kekurangan dan kesalahan, sebagai penulis saya haturkan permohonan maaf dan dengan terbuka menerima kritik dan saran yang membangun untuk menjadi lebih baik lagi kedepannya. Atas perhatiannya penulis ucapkan terima kasih.

Palembang, 17 Januari 2025

M. Syahnan Alghifari  
NIM. 01011382025153

## UCAPAN TERIMA KASIH

Bismillahirrahmanirrahim, Alhamdulillahill'amin. Pada kesempatan yang berbahagia ini, Penulis mengucapkan rasa syukur dan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada seluruh pihak yang telah terlibat dalam penulisan skripsi ini, sehingga skripsi ini dapat terselesaikan. Dengan kerendahan hati dan rasa hormat penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Allah SWT yang telah memberikan kesehatan dan kesempatan serta anugerah yang luar biasa sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini dengan sebaik-baiknya. Tiada daya dan upaya kecuali dengan pertolongan Allah SWT.
2. Papa, Mama dan Adikku tersayang yang menjadi penyemangat penulis untuk selalu melakukan yang terbaik. Terima kasih atas doa dan kasih sayang yang tulus untuk penulis dan selalu menjadi penghibur dan penenang disaat penulis sedang mengalami kesulitan.
3. Bapak Prof. Dr. Taufiq Marwa, S.E., M.Si selaku Rektor Universitas Sriwijaya beserta jajaran dan staf Universitas Sriwijaya.
4. Bapak Prof. Dr. Mohammad Adam, S.E., M.E selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Sriwijaya beserta jajaran dan staf Fakultas Ekonomi Universitas Sriwijaya.
5. Bapak Dr. Muhammad Ichsan Hadjri, S.T., M.M selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Sriwijaya.
6. Ibu Lina Dameria Siregar, S.E., M.M selaku Sekretaris Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Sriwijaya.

7. Ibu Dr. Iisnawati, S.E., M.Si selaku dosen pembimbing skripsi yang sangat berperan penting dalam penulisan skripsi ini. Terima kasih banyak atas bantuan ibu, serta ilmu yang ibu berikan untuk bekal saya kedepannya, kebaikan dan ketabahan ibu sangat berarti bagi saya.
8. Bapak Dr. Welly Nailis, S.E., M.M selaku dosen penguji yang telah memberikan arahan, kritik dan saran kepada penulis dalam perbaikan penulisan skripsi ini.
9. Bapak/Ibu Dosen Fakultas Ekonomi Universitas Sriwijaya yang telah membagikan ilmu pengetahuan yang sangat bermanfaat kepada penulis selama masa perkuliahan.
10. Staff Tata Usaha, Staff Perpustakaan dan Staff lainnya di Universitas Sriwijaya atas segala bantuan yang telah diberikan selama penulis menempuh perkuliahan.
11. Paljek, Ridho, Andien, Figo, terima kasih sudah menjadi bagian paling penting dalam menghadapi lika-liku perkuliahan dan menjadi teman yang telah mengisi hari-hari penulis serta memberikan dukungannya selama ini kepada penulis.
12. BPI dan BPH IMAJE FE UNSRI Periode 2022/2023, terima kasih untuk semua pengalaman, kehangatan dan kebersamaan berharganya.
13. Teman-teman Manajemen 2020 Fakultas Ekonomi UNSRI, terima kasih untuk tiga tahun berharganya.
14. *Last but not least*, terima kasih untuk diri sendiri yang mau berjuang sampai di titik ini dengan semua kekurangan dan keterbatasan yang ada.



Penulis menyadari terdapat banyak keterbatasan selama proses penyusunan skripsi ini. Besar harapan penulis akan saran dan kritikan yang bersifat membangun. Semoga dengan adanya skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi para pembaca dan dapat menginspirasi pembaca untuk menemukan beberapa penelitian baru dan inovatif.

Palembang, 17 Januari 2025  
Penulis

M. Syahnan Alghifari  
NIM. 01011382025153

ABSTRAK

**Pengaruh Promosi Kualitas Pelayanan dan *Loyalty Program* terhadap  
Loyalitas Pelanggan di Gramedia World Palembang**

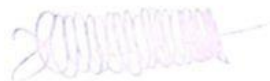
Oleh

M Syahnan Alghifari, lisnawati

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dan *loyalty program* terhadap loyalitas pelanggan di Gramedia World Palembang. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Teknik pengambilan sampel menggunakan teknik non probabilitas sampling. Sampel yang diteliti dalam penelitian ini sebanyak 100 responden yang pelanggan di Gramedia World Palembang. Berdasarkan uji t statistik yang dilakukan dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh secara parsial terhadap loyalitas pelanggan di Gramedia World Palembang yang ditunjukkan oleh hasil statistik uji t menunjukkan nilai t hitung = 4,338 lebih besar dari pada t tabel 1,985. Berdasarkan uji t yang dilakukan, dapat disimpulkan bahwa variabel *loyalty program* berpengaruh secara parsial terhadap terhadap loyalitas pelanggan di Gramedia World Palembang yang ditunjukkan oleh hasil statistik uji t menunjukkan nilai t hitung = 5,270 lebih besar dari pada t tabel 1,985. Berdasarkan uji F simultan diperoleh nilai Fhitung = 66,239 lebih besar dari pada Ftabel = 3,09, maka dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan dan *loyalty program* secara keseluruhan berpengaruh terhadap terhadap loyalitas pelanggan di Gramedia World Palembang.

**Kata Kunci:** Kualitas Pelayanan, *Loyalty Program*, Loyalitas Pelanggan

Ketua Jurusan Manajemen



Dr. M. Ichsan Hadjri, S.T., M.M  
NIP. 198907112018031001

Dosen Pembimbing



Dr. lisnawati, S.E., M.Si  
NIP. 198208152023212024

## ABSTRACT

**The Influence of Service Quality and Loyalty Programs on Customer Loyalty  
at Gramedia World Palembang**

by

M Syahnan Alghifari, Iisnawati

This study aims to examine the influence of service quality and loyalty programs on customer loyalty at Gramedia World Palembang. The research employs a quantitative method and utilizes both primary and secondary data. The sampling technique used is non-probability sampling, with a total of 100 respondents who are customers of Gramedia World Palembang. Based on the t-test statistics, it is concluded that service quality has a partial effect on customer loyalty at Gramedia World Palembang, as indicated by the t-value ( $t = 4.338$ ) being greater than the critical t-value ( $t\text{-table} = 1.985$ ). Similarly, the t-test results show that the loyalty program variable also has a partial effect on customer loyalty, with a t-value ( $t = 5.270$ ) greater than the critical t-value ( $t\text{-table} = 1.985$ ). Furthermore, the simultaneous F-test results indicate that the F-value ( $F = 66.239$ ) is greater than the critical F-value ( $F\text{-table} = 3.09$ ). Thus, it can be concluded that service quality and loyalty programs collectively influence customer loyalty at Gramedia World Palembang.

**Keywords:** Service Quality, Loyalty Programs, Customer Loyalty

Ketua Jurusan Manajemen



Dr. M. Ichsan Hadjri, S.T., M.M  
NIP. 198907112018031001

Dosen Pembimbing



Dr. Iisnawati, S.E., M.Si  
NIP. 198208152023212024

ASLI  
PERIODE 13 / 2015

### SURAT PERNYATAAN ABSTRAK

Kami dosen pembimbing skripsi menyatakan bahwa Abstrak Skripsi dalam Bahasa Inggris dari mahasiswa:

Nama : M Syahnan Alghifari

NIM : 01011382025153

Jurusan : Manajemen

Bidang Kajian/Konsentrasi : Manajemen Pemasaran

Judul Skripsi : **PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN LOYALTY PROGRAM TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN DI GRAMEDIA WORLD PALEMBANG**

Telah kami periksa penulisan, grammar, maupun susunan tesis-nya dan kami setuju untuk ditempatkan di lembar abstrak.

Ketua Jurusan Manajemen

Dr. M. Ichsan Hadjri, S.T., M.M  
NIP. 198907112018031001

Dosen Pembimbing

Dr. Iisnawati, S.E., M.Si  
NIP. 198208152023212024

## **RIWAYAT HIDUP**

### **DATA PRIBADI**

Nama Mahasiswa : M. SyahnanAlghifari  
NIM : 01011382025153  
Jenis Kelamin : Laki-Laki  
Tempat/Tanggal lahir : Palembang/ 28 Februari 2003  
Agama : Islam  
Status : Belum Menikah  
Alamat : Jl. HBR Motik, Komplek Gardena Hill E3  
Kecamatan Alang-Alang Lebar, Karya Baru, Palembang, Sumatera Selatan  
Alamat Email : [agifsyahnan6@gmail.com](mailto:agifsyahnan6@gmail.com)

### **PENDIDIKAN FORMAL**

SD : MI. Istiqomah  
SMP : SMP Negeri 1 Sekayu  
SMA : SMA Negeri 1 Sekayu

### **RIWAYAT ORGANISASI**

2020 - 2021 : Staff Sport Art And Talent IMAJE FE UNSRI  
2021 - 2022 : Staff Sport Art And Talent IMAJE FE UNSRI  
2022 - 2023 : Manager Sport And Talent IMAJE FE UNSRI

## DAFTAR ISI

LEMBAR UJIAN KOMPREHENSIF .....	i
LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI.....	ii
SURAT PERNYATAAN INTEGRITAS KARYA ILMIAH .....	iii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN .....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
UCAPAN TERIMA KASIH .....	vi
ABSTRAK .....	ix
SURAT PERNYATAAN ABSTRAK.....	xi
RIWAYAT HIDUP .....	xii
BAB 1.....	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	9
1.3 Tujuan Penelitian.....	10
1.4 Manfaat Penelitian.....	10
BAB II.....	12
TINJAUAN PISTAKA .....	12
2.1    Landasan Teori .....	12
2.1.1    Kualitas Pelayanan.....	12
2.1.2    Loyalty Program .....	13
2.1.3    Loyalitas Pelanggan.....	15
2.2    Penelitian terdahulu.....	17
2.3    Kerangka Konseptual .....	22
2.4    Hipotesis Peneltian .....	23
BAB III.....	24
METODE PENELITIAN .....	24
3.1 Ruang lingkup Penelitian .....	24

3.2. Desain Penelitian .....	24
3.3. Jenis dan Sumber Data .....	24
3.3.1 Jenis Data .....	24
3.3.2 Sumber Data .....	25
3.4 Populasi dan Sampel.....	25
3.4.1 Populasi.....	26
3.4.2 Sampel .....	26
3.5 Teknik Pengumpulan Data.....	28
3.6 Instrumen Penelitian.....	28
3.6.1 Uji Instrumen .....	30
3.6.1.3 Uji Reliabilitas .....	31
3.6.2 Uji Asumsi Klasik.....	31
3.7 Teknik Analisis Data.....	33
3.7.1 Analisis Regresi Linear Berganda.....	33
3.7.2 Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).....	34
3.7.4 Uji F (Simultan).....	35
3.7.5 Definisi Operasional Variabel Penelitian.....	35
BAB VI .....	38
PEMBAHASAN .....	38
4.1 Karakteristik Responden .....	38
4.1.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	38
4.1.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia .....	39
4.1.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	40
4.1.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pengeluaran .....	41
4.2 Perilaku Responden.....	42
4.3 Frekuensi Variabel Penelitian .....	43
4.3.1 Distribusi Frekuensi Variabel Kualitas Pelayanan (X1) .....	43
4.3.3 Distribusi Frekuensi Variabel Loyalitas Pelanggan (Y) .....	49
4.4 Hasil Uji Instrumen Penelitian .....	51
4.4.1 Hasil Uji Validitas .....	51
4.4.2 Hasil Uji Reliabilitas.....	52
4.5 Hasil Uji Asumsi Klasik .....	53
4.5.1 Hasil Normalitas .....	53
4.5.2 Hasil Uji Multikolinieritas .....	55
4.5.3 Hasil Uji Heteroskedastisitas .....	56

4.6 Hasil Teknik Analisis Data .....	57
4.6.1 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda .....	57
4.6.2 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R <sup>2</sup> ) .....	58
4.6.3 Hasil Uji t (Parsial) .....	59
4.6.4 Uji Hipotesis 1 .....	60
4.6.5 Uji Hipotesis 2 .....	60
4.6.6 Hasil Uji F (Simultan).....	60
4.6.7 Uji Hipotesis 3 .....	61
4.7 Pembahasan Hasil Penelitian.....	61
4.7.1 Pengaruh Kualitas Pelayanan (X1) terhadap Loyalitas Pelanggan (Y) 61	
4.7.2 Pengaruh Loyalty Program (X2) terhadap Loyalitas Pelanggan (Y)....	63
4.7.3 Pengaruh Kualitas Pelayanan (X1) dan Loyalty Program (X2) terhadap Loyalitas Pelanggan (Y) .....	64
BAB V.....	65
KESIMPULAN DAN SARAN.....	65
5.1 Kesimpulan.....	65
5.2 Saran .....	65
DAFTAR PUSTAKA .....	67



# **BAB 1**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Perkembangan teknologi informasi di era digital memiliki dampak yang besar pada industri retail buku. Konsumen dapat dengan mudah mengakses informasi dan konten digital melalui penggunaan gawai yang mudah dibawa dan praktis. Teknologi memungkinkan penjual buku untuk menawarkan pelayanan yang lebih baik kepada pelanggan, seperti memberikan informasi tentang produk, kondisi dan harga, serta memudahkan proses pemesanan dan pengiriman (Lutfiputri, 2022). Sebelumnya, toko buku tradisional mengandalkan proses manual dalam menjalankan bisnis mereka. Namun, dengan adanya teknologi informasi, toko buku menghadapi perubahan besar dalam berbagai aspek operasional mereka. Perusahaan juga dituntut untuk lebih aktif dalam mendistribusikan produknya serta melakukan inovasi dan mengevaluasi pelayanan yang mereka berikan terhadap pelanggan dalam upaya meningkatkan loyalitas pelanggan.

Loyalitas pelanggan merupakan situasi dimana pelanggan secara konsisten membelanjakan seluruh anggaran yang ada untuk membeli produk suatu layanan jasa dari penjual yang sama (P. Kotler & Keller, 2021). Loyalitas merupakan bentuk perilaku yang diharapkan atas produk/jasa, ditandai dengan pembelian kembali sebuah produk atau penggunaan kembali suatu layanan jasa, atau besarnya kemungkinan seseorang untuk beralih pada merek maupun penyedia jasa lainnya (P. Kotler & Keller, 2021) Loyalitas pelanggan didapat dari hasil pengukuran

kepuasan dan ketidakpuasan pelanggan, jika persepsi pelanggan terhadap layanan yang diberikan rendah, maka pelanggan akan berpindah ke tempat lain kecuali terdapat faktor lain yang kuat untuk pelanggan kembali. Apabila pelanggan puas dengan layanan yang diberikan dipastikan pelanggan akan kembali dan merekomendasikan kepada yang lain (Critobal, 2018). Loyalitas pelanggan mencerminkan kecenderungan konsumen untuk terus memilih dan menggunakan produk atau layanan dari suatu perusahaan secara konsisten, bahkan dihadapkan dengan pilihan yang lebih banyak atau persaingan yang ketat, loyalitas pelanggan berkaitan erat terhadap kualitas pelayanan. Salah satu hal yang harus diperhatikan dalam pemenuhan kualitas pelayanan adalah kualitas layanan. Kualitas layanan yang baik akan menciptakan kepuasan pelanggan yang selanjutnya akan membuat konsumen menjadi loyal.

Kualitas adalah keseluruhan fitur dan karakteristik dari suatu produk atau layanan yang bergantung pada kemampuannya untuk memenuhi kebutuhan yang dinyatakan atau tersirat (Kotler & Keller, 2016). Kualitas pelayanan yang mencakup sektor jasa selalu diidentikkan dengan mutu dari usaha itu sendiri (Yulianto, 2010). Semakin baik dan memuaskan tingkat pelayanannya maka akan semakin bermutu usaha tersebut dan begitu pula sebaliknya. Kualitas pelayanan bisa diwujudkan melalui pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaiannya untuk mengimbangi harapan pelanggan. Salah satu contoh Perusahaan yang menjaga loyalitas pelanggannya adalah Toko Buku Gramedia World Palembang. Produknya meliputi berbagai jenis buku, alat tulis, alat elektronik, alat musik dan masih banyak lagi. Berbagai produk yang ditawarkan

oleh Gramedia World Palembang belum bisa menjamin kepuasan pelanggan. Sebagai perusahaan yang bergerak dibidang penerbitan dan perdagangan buku, Gramedia telah melakukan upaya dalam melayani pelanggannya selain dengan memberikan produk yang berkualitas. Namun, pelayanan di Gramedia World Palembang masih dirasa kurang memenuhi keinginan pelanggan dengan melihat keluhan pelanggan terhadap layanan di Gramedia World Palembang.

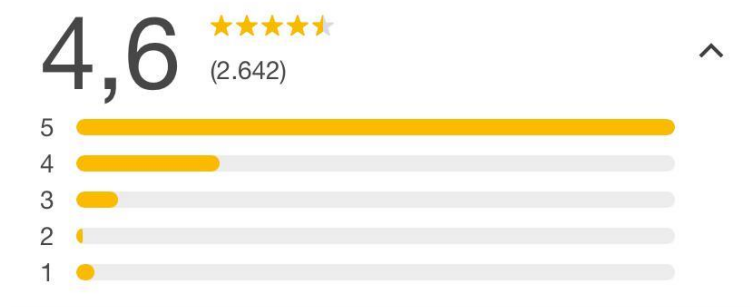
**Tabel 1. Keluhan Pelanggan**

<b>Nama Pelanggan</b>	<b>Keluhan terhadap Layanan di Gramedia World Palembang</b>
Yessy Fristika	”Mohon maaf untuk pelayanannya buruk sekali, kita cari buku tidak dilayani, pas dapat bukunya minta dicarikan dimana kumpulan buku yang lainnya cuma dijawab cuma ada stok yang itu tanpa pegawainya datang nyamperin dan nunjukkin dmn tempatnya, pegawainya pada asyik sendiri ngobrol dan main hp”
Heni Luspita	“Tidak bagus pelayannya yang buruk. Menegur yang tidak sopan”

*Sumber: Ulasan Google Maps Gramedia World Palembang*

Berdasarkan gambar di atas, terlihat bahwa kualitas pelayanan di Gramedia World Palembang masih belum memenuhi ekspektasi dan membuat pelanggan tidak puas. Hal ini dapat mengurangi kepercayaan pelanggan dalam melakukan pembelian di Gramedia World Palembang. Persaingan di dunia toko buku juga sudah banyak dan pilihan untuk membeli buku bukan hanya membeli secara langsung. Pelanggan toko buku sekarang dapat menggunakan perangkat lunak manajemen toko buku yang membantu mereka dalam mengelola inventaris, penjualan, dan pemesanan.

Hal ini memungkinkan para pelanggan untuk melacak dan mengelola stok buku dengan lebih efisien, menghindari kekurangan atau kelebihan persediaan. Selain itu, perangkat lunak ini juga memudahkan pemrosesan transaksi, pembuatan faktur, dan rekonsiliasi keuangan. Penilaian layanan di Toko buku Gramedia World Palembang dapat dilihat salah satunya dari ulasan yang ada di *Google Maps Gramedia World Palembang*.

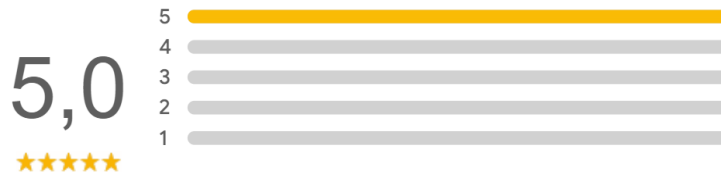


**Gambar 1. Rata-Rata Ulasan Pelanggan**

*Sumber: Ulasan Google Maps Gramedia World Palembang*

Berdasarkan gambar di atas, dari diketahui rata-rata penilaian pelanggan sebesar 4,6 dari total 2.642 pelanggan yang memberikan ulasan. Ulasan tersebut didominasi oleh pelanggan yang memberikan bintang lima, dilanjutkan dengan pelanggan yang memberikan bintang empat, tiga, dua, dan satu. Gambar tersebut juga bisa dilihat bahwa terdapat pelanggan yang memberikan ulasan selain dari bintang lima, yang berarti pelanggan tersebut merasa belum mendapatkan layanan yang maksimal serta tidak merasa puas atas kualitas yang diberikan.

Berbeda dengan penilaian Toko buku Gramedia World Palembang, penelian di Toko Buku Kharisma menunjukkan nilai yang lebih besar dan tidak terdapat keluhan layanan yang buruk dari para pelanggannya.



### **Gambar 2. Rata-rata Ulasan Pelanggan Toko Buku Kharisma**

*Sumber: Ulasan Google Maps Toko Buku Kharisma*

Berdasarkan gambar di atas, Toko Buku Kharisma yang beralamat di Jl. MP. Mangkunegara Palembang mendapatkan rata-rata penilaian pelanggan sebesar 5,0. Jika dibandingkan dengan Toko Buku Gramedia Word Palembang, penilaian ulasan di Toko Buku Kharisma memiliki nilai yang lebih besar.

Perbedaan penilaian ulasan antara Toko buku Gramedia World dan Toko Buku Kharisma menunjukkan bahwa Toko buku Gramedia World Palembang belum memaksimalkan kualitas layanannya kepada para pelanggan mereka. Toko buku Gramedia World Palembang seharusnya melakukan evaluasi dan terus memperbaiki layanannya sehingga pelanggan merasa nyaman untuk melakukan pembelian sehingga dapat menciptakan loyalitas terhadap pelanggan setianya.

Konsumen kini dapat dengan mudah mengakses informasi dan konten digital melalui perangkat elektronik seperti *e-book* dan *gadget*. Hal ini menjadi tantangan bagi industri retail buku, termasuk Gramedia, untuk mempertahankan minat dan kepercayaan konsumen terhadap buku fisik. Toko buku sebaiknya menaruh perhatian kepada pembaca atau masyarakat. Walaupun *E-Book* semakin berkembang, pengalaman membaca buku konvensional masih lebih tinggi. *E-Book* hanya memudahkan sehingga toko buku tetap mengoptimalkan kedua versi buku tersebut (Primantoro & Nababan, 2023).

Perkembangan teknologi informasi juga telah memengaruhi cara toko buku berinteraksi dengan para pelanggan. Toko buku hanya mengandalkan layanan fisik dan penjualan langsung. Namun, dengan kemajuan teknologi toko buku sekarang dapat memanfaatkan platform *e-commerce* dan situs web untuk menjual buku secara online. Gramedia telah memiliki *e-commerce* yaitu Gramedia.com dan Gramediana. *E-commerce* membuat akses ke pasar yang lebih luas dan pelanggan potensial (Madania, n.d.). Pelanggan juga dapat dengan mudah mencari dan membeli buku secara online, membuka kemungkinan penjualan yang lebih besar bagi toko buku. Gramedia juga telah membuat suatu aplikasi program *loyalty* untuk terus menarik pelanggannya agar berbelanja di Gramedia.

Teknologi juga memungkinkan toko buku untuk mengembangkan produk baru, seperti *e-book* dan aplikasi buku yang mengandung elemen interaktif dan gamifikasi (Lutfiputri, 2022). Selain penjualan online, teknologi informasi juga telah memungkinkan toko buku untuk menyediakan konten digital kepada pelanggan mereka. Adanya *e-book* dan *audiobook*, pelanggan dapat dengan mudah mengakses dan membaca buku dalam format digital. Ini memberi pelanggan pilihan yang lebih luas dan meningkatkan aksesibilitas terhadap buku-buku yang mereka minati.

Perkembangan teknologi informasi juga membawa sejumlah tantangan bagi industri toko buku. Kebanyakan penerbit memutuskan untuk menjual langsung buku ke konsumen melalui toko daring mereka sendiri (Mediana, 2020). Berbagai platform *e-commerce* populer seperti Amazon, eBay, Alibaba, dan banyak lainnya telah mengubah lanskap belanja global (Bamai Uma, 2023). Toko buku harus dapat

menyediakan nilai tambah yang unik, seperti menyelenggarakan acara baca buku, diskusi, atau program promosi yang menarik bagi pelanggan dan juga memberikan pelayanan yang baik bagi konsumen yang datang langsung ke toko buku.

**Tabel 2. Penurunan Penjualan di Toko Buku oleh Penerbit**

<b>Jumlah Penerbit</b>	<b>Persentase Penurunan Penjualan</b>
58,2% Penerbit	>50%
29,6% Penerbit	31%- 50%,
8,2% Penerbit	10% sampai 30%
4,1% Penerbit	<10%

*Sumber: Sekretariat IKAPI, 2020.*

Selama pandemi, banyak orang beralih ke pembelian online untuk membeli barang-barang mereka, termasuk buku. Ini menyebabkan pergeseran dari pembelian di toko fisik ke pembelian online. Toko buku yang tidak memiliki kehadiran online yang kuat atau infrastruktur *e-commerce* yang memadai mungkin mengalami kesulitan dalam menjual produk mereka.

Kualitas layanan penting untuk dijaga demi mempertahankan loyalitas konsumen. Gramedia yang merupakan salah satu merek terkemuka di industri retail buku, berhasil menjadi pilihan utama melalui upaya berkelanjutan dalam menjaga kualitas layanan dan membangun loyalitas konsumen. Hal ini menjadi tantangan bagi industri retail buku, termasuk toko buku Gramedia. Toko buku Gramedia harus bisa mempertahankan minat dan kepercayaan konsumen terhadap buku fisik.

Gramedia berhasil mengatasi perubahan ini dengan bijaksana. Mereka menyadari bahwa meskipun informasi digital semakin mudah diakses, buku fisik memiliki nilai tambahan yang tidak dapat digantikan. Oleh karena itu, Gramedia

tetap berkomitmen untuk menyediakan pengalaman berbelanja yang menyenangkan dan layanan berkualitas bagi pelanggan mereka (Naela Marcelina, 2023). Langkah yang diambil oleh Gramedia adalah menjaga kualitas layanan dan membuat program loyalitas. Karyawan dilatih untuk memberikan pelayanan yang ramah, membantu, dan profesional kepada pelanggan. Gramedia juga membuat program *loyalty reward* melalui aplikasi *MyValue*. Hal ini membuat konsumen merasa dihargai dan puas dengan pengalaman berbelanja di Gramedia serta membuat konsumen mau kembali berbelanja di Gramedia. Gramedia juga berfokus pada membangun loyalitas konsumen. Program *loyalty* dari Gramedia ini bernama *MyValue*, program ini merupakan kartu *loyalty* yang dirancang untuk memberikan berbagai manfaat dan untuk memberikan pengalaman yang menyenangkan bagi pelanggan Kompas Gramedia (MyValue, 2023). *Loyalty program* dapat diartikan sebagai sebuah *marketing* program dengan tujuan untuk meningkatkan kepuasan dan loyalitas pelanggan dengan menawarkan hadiah sejenisnya (Breugelmans, 2014). Program ini menawarkan berbagai manfaat, seperti diskon dan bonus, yang dapat diperoleh melalui penggunaan kartu loyalti.

Berdasarkan hasil penelitian dan informasi yang ditemukan, program *MyValue* dari Kompas Gramedia memiliki pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Sebuah penelitian tentang pengaruh Program *Customer Relationship Management* (CRM) terhadap loyalitas pelanggan toko buku Gramedia di Jakarta menunjukkan bahwa program *MyValue* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas pelanggan (Leonard & Regina, 2021). Kompas Gramedia juga menunjukkan komitmen perusahaan dalam membangun *loyalty*



*program* yang memberikan pengalaman tak terlupakan dan terus melakukan perbaikan serta pengembangan fitur, layanan, program, dan promo yang relevan demi memenuhi kebutuhan pengguna.

Terdapat perbedaan hasil penelitian dari beberapa penelitian terdahulu. Kualitas layanan memiliki pengaruh terhadap kepuasan pelanggan dan loyalitas konsumen, namun kepuasan tidak signifikan mempengaruhi loyalitas sehingga hubungan tidak langsung antara kualitas dan loyalitas melalui kepuasan konsumen tidak dapat diverifikasi (Zahara, 2020). Kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan (Khoirunnisa & Wijayanto, 2021).

Perbedaan hasil penelitian mendasari perlu dilakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Kualitas Pelayanan dan *Loyalty Program* Terhadap Loyalitas Pelanggan Di Gamedia World Palembang”**.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Rumusan masalah dalam penelitian ini ialah sebagai berikut:

1. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh signifikan secara parsial terhadap loyalitas pelanggan di Gamedia World Palembang?
2. Apakah *loyalty program* berpengaruh signifikan secara parsial terhadap loyalitas pelanggan di Gamedia World Palembang?
3. Apakah kualitas pelayanan dan *loyalty program* berpengaruh secara simultan terhadap loyalitas pelanggan di Gamedia World Palembang?

### **1.3 Tujuan Penelitian**

Tujuan yang akan dicapai dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui seberapa besarnya pengaruh kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan di Gramedia World Palembang.
2. Untuk mengetahui seberapa besarnya pengaruh *loyalty program* berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan di Gramedia World Palembang.
3. Untuk mengetahui seberapa besarnya pengaruh kualitas pelayanan dan *loyalty program* berpengaruh signifikan secara simultan terhadap loyalitas pelanggan di Gramedia World Palembang.

### **1.4 Manfaat Penelitian**

Adapun manfaat yang akan dicapai dalam penelitian ini, yaitu:

1. Manfaat teoritis

Manfaat penelitian ini berguna menambah wawasan dan pengembangan ilmu terhadap seluruh elemen yang ikut serta dalam penggunaan layanan Gramedia World Palembang.

2. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai informasi dan bahan pertimbangan yang bermanfaat bagi manajemen Gramedia World Palembang dalam merumuskan dan menentukan strategi pemasaran yang tepat serta dapat digunakan sebagai acuan untuk perencanaan pemasaran periode

berikutnya. Selain itu, penelitian juga ini diharapkan dapat mendorong masyarakat dalam menggunakan layanan Gramedia World Palembang.

## DAFTAR PUSTAKA

- Aang Curatman, Agus Suroso, & Suliyanto. (2020). *Program Loyalitas Pelanggan*. Deepublish.
- Adhitya Akbar, L. D. N. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan Jasa Transportasi Online. *Jurnal Ekonomi*, 24(2), 213. <https://doi.org/10.24912/je.v24i2.574>
- Afandi, M. R., Setyowati, T., & Saidah, N. (2019). Dampak Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Pelanggan Pada Dira Cafe & Pool Pontang Ambulu Jember. *Jurnal Penelitian Ipteks*, 4(1), p-ISSN.
- Agung, M., & Yustine, T. (2020). *PENGARUH KUALITAS LAYANAN, CITRA PERUSAHAAN DAN KEPERCAYAAN PADA LOYALITAS KONSUMEN* (Vol. 22, Issue 1). <http://jurnaltsm.id/index.php/JBA>
- Agus Setyawan, A. (n.d.). *PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN TOKO BUKU GRAMEDIA SLAMET RIYADI SURAKARTA*.
- Aprilia, T., Stie, S., & Majalengka, S. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan pada Hotel Libra Kadipaten Kabupaten Majalengka. In *Jurnal Insitusi Politeknik Ganesha Medan Juripol* (Vol. 3).
- arwin yafi rahmatullah, & amelindha vania. (2021). *Pengaruh Program Loyalitas dan Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan di Sinar Bahagia Pancor Lombok Timur*.
- Asmarasari, D. T., Dewi Muftian, R., Diyanto, T., Dewobroto, W. S., Nusantara, U. B., & Podomoro, U. A. (2020). Pengaruh Digital Loyalty Program Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan Studi Kasus Tokopedia. In *Jurnal Pemasaran Kompetitif* (Vol. 4, Issue 1). <http://www.openjournal.unpam.ac.id/index.php/JPK>
- Bamai Uma. (2023, August 8). *Penjualan Online: Perkembangan dan Tantangan di Era Digital*.

- Breugelmans, E. (2014). Advancing Research on Loyalty Programs: A Future Research Agenda. *Springer Science Business Media*.
- Chen, Y., Mandler, T., & Meyer-Waarden, L. (2021). Three decades of research on loyalty programs: A literature review and future research agenda. In *Journal of Business Research* (Vol. 124, pp. 179–197). Elsevier Inc. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2020.11.057>
- Critobal, A. (2018). *Expectations on Library Services, Library Quality (LibQual) Dimension and Library Customer Satisfaction: Relationship to Customer Loyalty*.
- diaz setiadi, & ati mustikasari. (2022). *Pengaruh Loyalty Program terhadap Loyalitas Pelanggan Indihome di Kota Bandung pada Tahun 2022 (Studi Kasus Pelanggan Prioritas atau High Value Customer PT Telkom Witel Bandung)*.
- Fachruddin, I. (2009). *Desain Penelitian*.
- Fida, B. A., Ahmed, U., Al-Balushi, Y., & Singh, D. (2020). Impact of Service Quality on Customer Loyalty and Customer Satisfaction in Islamic Banks in the Sultanate of Oman. *SAGE Open*, 10(2). <https://doi.org/10.1177/2158244020919517>
- Ghozali I. (2002). *Aplikasi Analisis Multi Variat dengan Program SPSS*. .
- Griffin, J. (2005). *Customer Loyalty: Menumbuhkan & Mempertahankan Kesetiaan Pelanggan*. Erlangga.
- Gultom, P. I., & Tamara, P. (n.d.). *ANALISIS TEKNOLOGI DALAM INDUSTRI KECIL KERAJINAN GERABAH*.
- Kasmir. (2017). *Customer Service Excellent*. Raja Grafindo Persada.
- Khairawati, S. (2019). Effect of customer loyalty program on customer satisfaction and its impact on customer loyalty. *International Journal of Research in Business and Social Science* (2147- 4478), 9(1), 15–23. <https://doi.org/10.20525/ijrbs.v9i1.603>
- Jenu, Widjaja Tandjung (2011). *Dengan Internet Dapat memberikan Efisiensi Anggaran Pemasaran, Internet memiliki Jangkauan Luas, Akses Mudan dan Biaya Murah*. Kualitatif.

- Khoirunnisa, A. A., & Wijayanto, A. (2021). PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN INDIHOME DI KOTA SEMARANG. In *Jurnal Administrasi Bisnis: Vol. X*.
- Kotler, p, & Keller, k. (2016). *Manajemen Pemasaran*.
- Kotler, Hayes, & Bloom. (2002). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Alfabeta.
- Kotler, & Keller. (2006). *Manajemen Pemasaran* (12th ed.). PT.Indeks.
- Kotler, P. (2005). *Manajemen Pemasaran*. PT.Indeks.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2021). *Manajemen Pemasaran* (16th ed.). Erlangga.
- Lemeshow, S. (1997). *Besar Sampel dalam Penelitian Kesehatan*.
- Leninkumar, V. (2016). The Effect of Service Quality on Customer Loyalty. In *European Journal of Business and Management www.iiste.org ISSN* (Vol. 8, Issue 33). Online. www.iiste.org
- Leonard, & Regina. (2021). Pengaruh Program Customer Relationship Management (CRM) terhadap Loyalitas Pelanggan toko buku gramedia di Jakarta : Survei pada Pengguna Layanan membership My Value. *Bachelor Thesis Universitas Multimedia Nusantara*.
- Lewis and, & Booms. (2012). *Service, Quality & Satisfaction* (3rd ed.). Andi.
- Lie, D., Sudirman, A., & Butarbutar, M. (2019). Analysis of Mediation Effect Of Consumer Satisfaction On The Effect Of Service Quality, Price and Consumer Trust On Consumer Loyalty. *INTERNATIONAL JOURNAL OF SCIENTIFIC & TECHNOLOGY RESEARCH*, 8, 8. www.ijstr.org
- Lutfiputri, N. F. (2022). Kajian Perkembangan Industri Buku Cerita Anak Bergambar di Indonesia pada Era Digital. *Jurnal Obsesi : Jurnal Pendidikan Anak Usia Dini*, 6(6), 6271–6285. <https://doi.org/10.31004/obsesi.v6i6.3330>
- Madania, A. (n.d.). *Penerapan Sistem E-Commerce*. <https://www.researchgate.net/publication/351914886>
- Mediana. (2020, November 14). *Model Bisnis Perbukuan Bergeser Semakin Personal*. Kompas.

- Munawar Khan, M., & Fasih, M. (2014). Impact of Service Quality on Customer Satisfaction and Customer Loyalty: Evidence from Banking Sector. In *Soc Sci Pakistan Journal of Commerce and Social Sciences* (Vol. 8, Issue 2).
- MyValue. (2023, September 27). *Ulang Tahun ke-5 MyValue: Membangun Loyalty Program dengan Imajinasi lewat Panca Indra*. MyValue Kompas Gramedia.
- Naela Marcelina. (2023, September 11). *Hari Pelanggan Nasional 2023: Komitmen Gramedia dalam Transformasi Digital*. Gramedia.
- Naing Myo, Y., & Khalifa, G. S. A. (2019). The Impact of Service Quality on Customer Loyalty of Myanmar Hospitality Industry: The Mediating Role of Customer Satisfaction. In *International Journal of Management and Human Science (IJMHS)* (Vol. 3, Issue 3).
- Nguyen, D. T., Pham, V. T., Tran, D. M., & Pham, D. B. T. (2020). Impact of service quality, customer satisfaction and switching costs on customer loyalty. *Journal of Asian Finance, Economics and Business*, 7(8), 395–405. <https://doi.org/10.13106/JAFEB.2020.VOL7.NO8.395>
- Phillip Kotler. (2005). *Manajemen Pemasaran*.
- Primantoro, A. Y., & Nababan, W. M. C. (2023). *Industri Belum Pulih Benar; Inovasi Bisa Bangkitkan Perbukuan*.
- Putra, V. S., Yumarni, & Milantara, N. (2023). Persepsi dan Partisipasi Masyarakat Terhadap Wisata Alam Air Terjun Pelangi Gadang di Kampung Bendang Nagari Pelangai Gadang Kecamatan Ranah Pesisir Kabupaten Pesisir Selatan. *STROFOR JOURNAL*., 7(1), 152-162.
- Rofianto, W., Wicaksono, B., & D, R. J. (2018). Peran Service Quality dan Loyalty Program Sebagai Pembentuk Loyalitas Nasabah. *Jurnal Ilmu Manajemen & Ekonomika*, 8(1), 30
- Resty Juliana, O. (2021). *PENGARUH LOYALTY PROGRAM DALAM CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT (CRM) TERHADAP CUSTOMER LOYALTY DENGAN CUSTOMER SATISFACTION SEBAGAI VARIABEL MEDIATOR (STUDI LOYALTY PROGRAM “MATAHARI REWARDS OVO” PADA KONSUMEN MATAHARI DEPARTMENT STORE DI PEKANBARU)*.

- Rini Sugiarsih Duki Saputri. (2019). *PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN HARGA TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN GRAB SEMARANG RINI SUGIARSIH DUKI SAPUTRI*.
- Rosita Nuraeni, A. E. D. L. M. (2019). *PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN KEPUASAN PELANGGAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN*.
- Sangadji, E. M., & Sopiah. (2013). *Perilaku Konsumen*.
- Sanusi. (2013). *Metodologi Penelitian Bisnis*. Salemba Empat.
- Sekretariat IKAPI. (2020, September 7). *program beli buku lokal*. IKAPI.
- Siswadi, F., Muharam, H., & Hannan, S. (2019). *PENGARUH KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPUASAN*. In *Jurnal Pustakawan Indonesia* (Vol. 18, Issue 1).
- Sitorus, T., & Yustisia, M. (2018). The influence of Service Quality and Customer Trust toward Customer Loyalty: The role of customer satisfaction. *International Journal for Quality Research*, 12(3), 639–654. <https://doi.org/10.18421/IJQR12.03-06>
- Slack, N. J., & Singh, G. (2020). The effect of service quality on customer satisfaction and loyalty and the mediating role of customer satisfaction: Supermarkets in Fiji. *TQM Journal*, 32(3), 543–558. <https://doi.org/10.1108/TQM-07-2019-0187>
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D)*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Pendidikan*.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D)*. Alfabeta.
- Supranto. (2003). *Metode Riset Aplikasi Dalam Pemasaran (Revisi Ket)*.
- Supriyanto, A., Wiyono, B. B., & Burhanuddin, B. (2021). Effects of service quality and customer satisfaction on loyalty of bank customers. *Cogent Business and Management*, 8(1). <https://doi.org/10.1080/23311975.2021.1937847>



Suryani. (2017). *Manajemen Pemasaran Strategik Bank di era Global Menciptakan Nilai Unggul untuk Kepuasan Nasabah*. Prenadamedia.

Zahara, R. (2020). Pengaruh kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan dengan kepuasan pelanggan sebagai variabel intervening. *Jurnal Manajemen Strategi Dan Aplikasi Bisnis*, 3(1), 31–38. <https://doi.org/10.36407/jmsab.v3i1.121>