

2	Bunga Caceria, 2012. “Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Dalam Menggunakan Jasa Pada Oryza Tour”, Skripsi Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro Semarang.	Persamaan dengan penelitian ini yaitu meneliti tentang kepuasan pelanggan yang dipengaruhi oleh kualitas pelayanan dan harga. Selain itu, penelitian ini sama-sama bergerak dibidang jasa. Namun objek yang digunakan berbeda.	Perbedaan dalam penelitian ini yaitu peneliti menambahkan kemampuan berkomunikasi dalam mempengaruhi kepuasan pelanggan Oryza Tour.	Hasil penelitian menunjukkan bahwa semua variabel independen (kualitas pelayanan, persepsi harga dan kemampuan berkomunikasi) mempunyai pengaruh positif terhadap variabel dependen yaitu kepuasan konsumen. Dan sisanya yaitu 24,8% dipengaruhi oleh variabel lain.
3	Nur Cahya Luis Setiawan, 2011. “Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen Dalam Menggunakan	Persamaan dengan penelitian ini adalah dari variabel independen penelitian yang dilakukan peneliti terdahulu.	Perbedaan dengan penelitian ini adalah peneliti hanya meneliti tiga faktor yaitu kualitas produk, persepsi harga dan kualitas pelayanan. Sedangkan,	Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel yang paling berpengaruh adalah variabel asosiasi merek dengan nilai sebesar 0,271, persepsi kualitas dengan nilai sebesar 0,233, kemudian variabel loyalitas

				loyalitas pelanggan Sophie Martin di Surakarta.
5	Putri Setyarini, 2014. “Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Merek Deterjen Attack Easy Terhadap Kepuasan Konsumen Di Andina Mart Gonilan, Kartasura Sukoharjo”, Jurnal Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta.	Persamaan dengan penelitian ini yaitu menganalisa faktor kualitas produk dan harga. Kedua faktor tersebut mempengaruhi kepuasan pelanggan dengan dua obyek yang berbeda. Peneliti mengambil produk aqiqah, sedangkan penelitian diatas mengambil produk sabun cuci.	Perbedaan dalam penelitian ini terletak pada variabel penelitian. Penelitian ini hanya menganalisis dua variabel yaitu kualitas produk dan harga, sedangkan peneliti akan menganalisis tiga variabel yaitu kualitas pelayanan, persepsi harga dan kualitas produk.	Penelitian ini menunjukkan bahwa variabel kualitas produk memiliki nilai (5,198>1,985), sehingga kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan. Variable harga memiliki nilai (4,725>1,985), sehingga harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan. Variabel merek memiliki nilai (5,489>1,985), sehingga merek berpengaruh signifikan terhadap kepuasan.

Karena penilaian yang dilakukan masyarakat melalui mekanisme pasar akan memberikan penilaian yang adil. Tentunya selama pasar berjalan dengan wajar, sehingga kaidah 'ridho sama ridho' yang disyaratkan dapat dicapai. Dan untuk memfasilitasi perniagaan melalui mekanisme pasar tersebut diperlukan prasarana alat.

9. Kualitas Pelayanan

Kualitas merupakan faktor penting dalam sebuah perusahaan untuk diberikan kepada para pelanggannya. Menurut *American Society for Quality Control*, kualitas adalah keseluruhan karakteristik dari suatu produk atau jasa dalam hal kemampuan untuk memenuhi kebutuhan-kebutuhan yang telah ditentukan atau bersifat laten.⁶²

Sedangkan definisi pelayanan menurut Supranto, pelayanan merupakan suatu kinerja penampilan, tidak berwujud dan cepat hilang, lebih dapat dirasakan dari pada dimiliki, serta konsumen lebih dapat berpartisipasi aktif dalam proses mengkonsumsi jasa tersebut.⁶³

Menurut Zeithaml dan Bitner, kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan.⁶⁴ Kotler menyatakan kualitas layanan adalah model yang menggambarkan kondisi pelanggan

⁶² Bunga Caecaria Dwihapsari, 2012, *Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Dalam Menggunakan Jasa Pada Oryza Tour*, Skripsi Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro Semarang, hlm. 19

⁶³ Shandy Ibnu Zakaria, 2013, *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen Terhadap Pengguna Jasa Transportasi (Studi Kasus Pada Pengguna Bus Trans Jogja Di Kota Yogyakarta)*, Skripsi Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro Semarang, hlm. 27

⁶⁴ Atik Andriana, *Jurnal Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus Pada Konsumen Cv. Mufidah)*, hlm. 4

