

# ANALISIS PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN, DENGAN KEPUASAN PELANGGAN SEBAGAI VARIABEL MEDIASI

Fitri Defiana <sup>1)</sup>  
Setyaningsih Sri Utami <sup>2)</sup>  
Retno Susanti <sup>3)</sup>

<sup>1, 2, 3)</sup> Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Slamet Riyadi Surakarta

e-mail: <sup>1)</sup> fitridefiana@gmail.com

<sup>2)</sup> u.setya@yahoo.com

<sup>3)</sup> tnos\_santi@yahoo.com

## ABSTRACT

*This study aims to analyze (1) the effect of service quality on customer satisfaction; (2) The impact of service quality on customer loyalty; (3) the effect of customer satisfaction on customer loyalty; (4) the effect of service quality and customer loyalty mediated by customer satisfaction. The study population was all subscribers Copy, Stationery and Toll EN Mandiri Alastuwo Kebakkramat with a sample of 100 respondents. Data collection technique used questionnaire through the stages of testing the validity and reliability test. Terms regression using classic assumption test. Data were analyzed using path analysis. The conclusion of each hypothesis test results show that, the quality of service a significant effect on customer satisfaction, service quality significantly influence customer loyalty, customer satisfaction significantly influence customer loyalty, customer satisfaction mediates the impact of service quality on customer loyalty. The conclusion from these results that the entire hypothesis can be accepted and proven true.*

**Keywords:** service quality, customer satisfaction, loyalty

## PENDAHULUAN

Perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi komunikasi berdampak pada persaingan usaha, baik industri perdagangan maupun jasa. Perusahaan harus melakukan strategi untuk mencapai tujuan yang diharapkan. Pelanggan merupakan faktor yang menentukan keberhasilan suatu perusahaan. Pelanggan dihadapkan pada berbagai pilihan berupa barang dan jasa yang dapat mereka beli. Perusahaan harus memperhatikan lingkungan yang secara terus-menerus berubah dan menyesuaikan pemasarannya.

Menurut Kotler (2002: 83) definisi pelayanan adalah setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun. Untuk dapat memberikan kualitas pelayanan yang baik maka perlu dibina hubungan yang erat antara konsumen dengan perusahaan.

Kepuasan konsumen merupakan pera-

saan senang atau kecewa seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil produk yang dipikirkan terhadap kinerja (hasil) yang diharapkan (Kotler, 2007: 177). Jika kinerja memenuhi harapan maka konsumen puas. Hal ini menunjukkan adanya hubungan erat antara kualitas pelayanan dengan kepuasan konsumen. Konsumen akan puas kalau harapan mereka terpenuhi dan merasa sangat gembira jika harapan mereka terlampaui. Jadi kepuasan adalah sebuah angka yang menyatakan seberapa besar tingkat kepuasan konsumen akan barang atau jasa tersebut.

Menurut Tjiptono (2008: 77), loyalitas merupakan komitmen pelanggan terhadap merek, jasa, pemasok, yang tercermin dalam bentuk pembelian berulang secara konsisten. Untuk meningkatkan kepuasan konsumen dan mempertahankan tingkat kepuasan setiap pelanggan dalam waktu panjang, maka perusahaan harus meningkatkan pelayanan kepada pelanggan.

Foto copy, alat tulis dan pulsa EN Mandiri Alastuwo Kebakkramat dalam meningkatkan loyalitas pelanggan berupaya memberikan kualitas pelayanan yang baik bagi pelanggannya. Dalam melayani pelanggan, karyawan bersikap ramah dan sopan, cepat tanggap dalam melayani, sesuai dengan keinginan pelanggan dan pelanggan tidak harus menunggu lama. Pelanggan merasa puas atas pelayanan yang diberikan oleh foto copy, alat tulis dan pulsa EN Mandiri Alastuwo Kebakkramat. Diharapkan pelanggan tersebut akan loyal dalam melakukan pembelian ulang pada foto copy, alat tulis dan pulsa EN Mandiri Alastuwo Kebakkramat. Pelanggan datang tidak hanya satu kali, tapi berkali-kali. Pelangganpun merekomendasikan kepada teman, saudara, dan tetangga supaya memfoto copy ataupun membeli alat tulis dan pulsa di foto copy, alat tulis dan pulsa EN Mandiri Alastuwo Kebakkramat.

Kualitas pelayanan dirasakan cukup penting untuk kelangsungan hidup perusahaan. Jika kualitas pelayanan kepada pelanggan baik, maka kepuasan pelanggan akan tercipta. Kepuasan pelanggan dapat kita lihat dari jumlah pelanggan yang datang. Semakin banyak pelanggan yang puas, semakin banyak pelanggan yang datang. Ketika pelanggan sudah merasa puas, maka dapat menimbulkan loyalitas pelanggan. Ketika ketiga aspek ini tercipta, perusahaan akan dapat memaksimalkan keuntungannya.

Penelitian ini bertujuan menganalisis (1) pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan foto copy, alat tulis dan pulsa EN Mandiri Alastuwo Kebakkramat; (2) pengaruh kualitas pelayanan terhadap

loyalitas pelanggan; (3) pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan; (4) pengaruh kualitas pelayanan dengan loyalitas pelanggan yang dimediasi oleh kepuasan pelanggan.

### Kerangka Pemikiran dan Hipotesis

Berdasarkan uraian pendahuluan di atas maka untuk memperjelas hubungan antara variabel dikemukakan kerangka pemikiran seperti gambar 1 di bawah ini:

Keterangan :

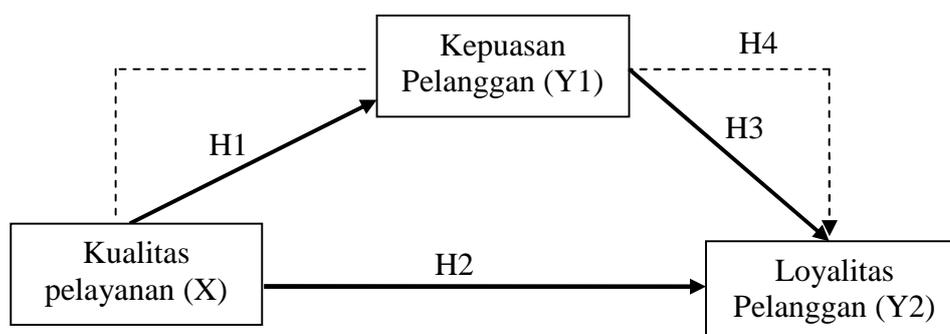
Dari skema kerangka pemikiran tersebut, bahwa ada 3 variabel yaitu :

1. Variabel Independen/Bebas (X) adalah variabel yang mempengaruhi variabel terikat. Variabel independen dalam penelitian ini adalah Kualitas Pelayanan.
2. Variabel Dependen/Terikat (Y) adalah variabel yang dipengaruhi oleh variabel bebas. Variabel dependen dalam penelitian ini adalah Loyalitas Pelanggan.
3. Variabel Mediasi adalah variabel yang mempengaruhi hubungan tidak langsung antara variabel independen dan dependen. Variabel mediasi dalam penelitian ini adalah Kepuasan Pelanggan.

Adapun hipotesis dalam penelitian ini adalah:

H1 : Kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan foto copy, alat tulis dan pulsa EN Mandiri Alastuwo.

H2 : Kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan foto copy, alat tulis dan pulsa EN Mandiri Alastuwo.



Gambar 1: Skema Kerangka Pemikiran

- H3 : Kepuasan pelanggan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan foto copy, alat tulis dan pulsa EN Mandiri Alastuwo.
- H4 : Kepuasan Pelanggan memediasi pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan foto copy, alat tulis dan Pulsa EN Mandiri Alastuwo.

## METODE PENELITIAN

Objek penelitian ini adalah pelanggan foto copy, alat tulis dan pulsa EN Mandiri Alastuwo Kebakkramat. Jenis penelitian ini merupakan penelitian survei yang dilakukan pada pelanggan foto copy, alat tulis dan pulsa EN Mandiri Alastuwo Kebakkramat. Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu data kualitatif dan data kuantitatif. Sumber data yang digunakan adalah data primer dan data sekunder. Populasi penelitian ini adalah seluruh pelanggan foto copy, alat tulis dan pulsa EN Mandiri Alastuwo Kebakkramat dengan sampel sebanyak 100 responden. Teknik pengambilan sampel menggunakan *accidental sampling*. Teknik pengumpulan data menggunakan instrumen kuesioner melalui tahap pengujian uji validitas dan uji reliabilitas. Persyaratan regresi menggunakan uji asumsi klasik. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis deskriptif, analisis jalur, uji pengaruh langsung, uji pengaruh tidak langsung, uji ketepatan model F, koefisien determinasi ( $R^2$ ).

Definisi operasional yang digunakan adalah sebagai berikut:

### 1. Kualitas pelayanan

Kualitas pelayanan dalam penelitian ini didefinisikan sebagai suatu tindakan atau perbuatan yang dapat ditawarkan oleh foto copy, alat tulis dan pulsa EN Mandiri Alastuwo Kebakkramat, yang pada dasarnya bersifat *intangibile* (tidak berwujud) dan tidak menghasilkan kepemilikan tertentu. Variabel kualitas pelayanan diukur dengan menggunakan *Skala Likert*. Indikator variabel kualitas pelayanan dalam penelitian ini mengacu pada teori yang dikemukakan Tjiptono dan Anastasia (2006: 70) meliputi :

- a. Keandalan (*Reliability*)
- b. Daya Tanggap (*Responsiveness*)
- c. Jaminan (*Assurance*)
- d. Empati (*Empathy*)
- e. Bukti Nyata (*Tangibles*)

### 2. Kepuasan pelanggan

Kepuasan pelanggan dapat diartikan sebagai perasaan puas yang dirasakan pelanggan setelah mendapatkan pelayanan dari foto copy, alat tulis dan pulsa EN Mandiri Alastuwo Kebakkramat. Variabel kepuasan pelanggan diukur dengan menggunakan Skala Likert. Indikator variabel kepuasan pelanggan dalam penelitian ini mengacu pada teori yang dikemukakan oleh Kotler (2007: 206) meliputi:

- a. Puas terhadap kualitas pelayanan
- b. Merekomendasikan produk atau jasa kepada orang lain
- c. Memiliki keinginan untuk tidak berpindah ke produk atau jasa lain
- d. Bangga menggunakan jasa atau produk yang digunakan
- e. Puas terhadap hasil akhir produk atau jasa yang diterima.

### 3. Loyalitas pelanggan

Loyalitas pelanggan adalah komitmen pelanggan foto copy, alat tulis dan pulsa EN Mandiri Alastuwo Kebakkramat berdasarkan sifat yang sangat positif dalam pembelian jangka panjang. Variabel loyalitas pelanggan diukur dengan menggunakan Skala Likert. Menurut (Griffin, 2009: 31) ada empat indikator dari loyalitas pelanggan, yaitu:

- a. *Makes regular repeat purchase*, melakukan pembelian secara berulang dalam periode tertentu.
- b. *Purchase across product and service line*, pelanggan yang loyal tidak hanya membeli satu macam produk saja.
- c. *Refers other*, merekomendasikan pengalaman mengenai produk dan jasa kepada rekan atau pelanggan lain.
- d. *Demonstrates an immunity to the pull of the competition*, menolak produk lain karena menganggap produk yang dipilihnya terbaik.

## HASIL PENELITIAN

### 1. Karakteristik Responden

Adapun karakteristik responden yang dijadikan sampel penelitian adalah seperti tabel 1 di bawah ini:

### 2. Hasil Uji Kualitas Instrumen

Jumlah pernyataan dalam kuesioner penelitian ini semuanya sebanyak 20 pernyataan, dengan perincian variabel kualitas pelayanan (X) sebanyak 10 pernyataan, kuesioner dinyatakan valid karena  $p$  value  $< 0,05$ . Variabel kepuasan pelanggan (Y1) sebanyak 5 pernyataan, kuesioner dinyatakan valid karena  $p$  value  $< 0,05$ . Variabel loyalitas pelanggan (Y2) sebanyak 5 pernyataan, kuesioner dinyatakan valid karena  $p$  value  $< 0,05$ .

Berdasarkan uji reliabilitas diperoleh hasil bahwa variabel kualitas pelayanan, kepuasan pelanggan, dan loyalitas pelanggan dinyatakan reliabel (handal) karena menghasilkan *cronbach alpha* (0,819;

0,663; 0,707)  $> 0,60$ .

### 3. Hasil Uji Asumsi Klasik

Tujuan uji asumsi klasik untuk menguji apakah model regresi linear bebas dari adanya bias atau penyimpangan sehingga diperoleh model regresi yang benar-benar BLUE (*Best Linear Unbiased Estimator*). Pengujian asumsi klasik terdiri dari uji multikolinearitas, uji autokorelasi, uji heteroskedastisitas, dan uji normalitas. Pengolahan data dilakukan dengan bantuan program SPSS, sedangkan hasil uji asumsi klasik seperti tabel 2 di bawah ini:

### 4. Analisis Jalur

Tujuan analisis jalur dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan (X) terhadap loyalitas pelanggan (Y2) yang dimediasi oleh kepuasan pelanggan (Y1).

Dalam analisis jalur ini ada 2 persamaan yaitu sebagai berikut :

**Tabel 1: Gambaran Umum Karakteristik Responden**

Karakteristik	Keterangan	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
Jenis kelamin	1. Pria	39	39
	2. Wanita	61	61
	Jumlah	100	100
Pendidikan terakhir	SD	-	-
	SMP	42	42
	SMA	29	29
	Diploma	6	6
	Sarjana	23	23
	Jumlah	100	100

Sumber: Data primer dioalah, 2017

**Tabel 2: Hasil Uji Asumsi Klasik**

Uji Asumsi Klasik	Hasil Uji	Kesimpulan
Uji multikolinearitas	Tolerance (0,554); (0,554) $> 0,1$ VIF (1,806); (1,806) $< 10$	Tidak ada multikolinearitas
Uji autokorelasi	$p$ (0,688) $> 0,05$	Tidak ada autokorelasi
Uji heteroskedastisitas	$p$ (0,765); (0,739) $> 0,05$	Tidak ada heteroskedastisitas
Uji normalitas	$p$ (0,844) $> 0,05$	Residual normal

Sumber : Data primer diolah, 2017

$$Y_1 = \beta_0 + \beta_1 X + e_1 \dots \dots \dots (1)$$

$$Y_2 = \beta_0 + \beta_2 X + \beta_3 Y_1 + e_2 \dots \dots \dots (2)$$

Dari kedua persamaan di atas dapat digambarkan ke dalam model analisis jalur (*path analysis*) seperti pada gambar 2 berikut:

Berdasarkan analisis regresi dalam model 1 diperoleh hasil sebagai berikut :

a. Uji koefisien regresi parsial (Uji t)

Berdasarkan analisis model regresi 1 dapat disajikan hasil uji pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan seperti pada tabel 3 berikut:

Dari hasil regresi yang di dapat maka dapat diperoleh persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y_1 = 7,774 + 0,343X_1$$

7,774 artinya hubungan yang positif, jika kualitas pelayanan

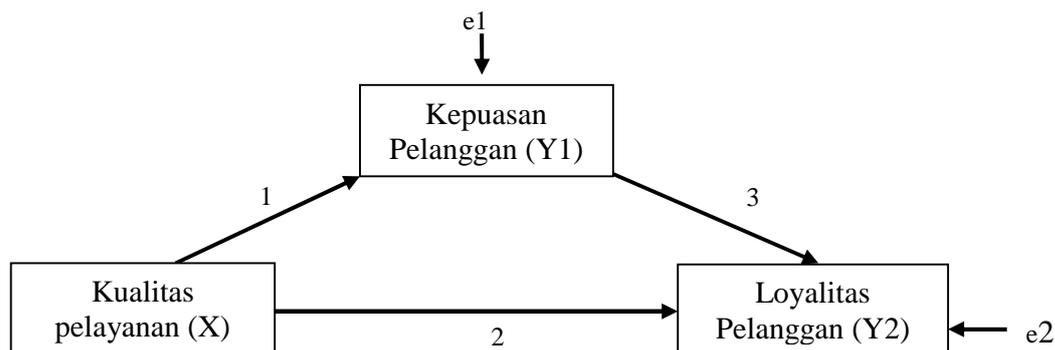
( $X_1$ ) sama dengan nol, maka kepuasan konsumen ( $Y_1$ ) adalah positif sebesar 7,774.

0,343 artinya pengaruh variabel kualitas pelayanan ( $X_1$ ) terhadap kepuasan konsumen ( $Y_1$ ) positif, artinya apabila kualitas pelayanan meningkat, maka dapat meningkatkan kepuasan konsumen ( $Y_1$ ).

Berdasarkan hasil analisis regresi dapat dilihat bahwa besarnya nilai *Unstandardized Beta*  $\beta_1$  yaitu sebesar 0,343.

b. Uji koefisien regresi parsial (uji t)

Berdasarkan analisis regresi model 2 dapat disajikan hasil uji pengaruh kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan seperti pada tabel 4 berikut:



**Gambar 2: Model Analisis Jalur**

**Tabel 3: Hasil Analisis Regresi 1**

Variabel		t	Sig
(Constant)	7,774	4,934	0,000
Kualitas pelayanan	0,343	8,886	0,000

Sumber: Data primer yang diolah, 2017

**Tabel 4: Hasil Analisis Regresi 2**

Variabel		t	Sig
(Constant)	-0,421	-0,313	0,755
Kualitas Pelayanan (X)	0,141	3,564	0,001
Kepuasan Konsumen (Y <sub>1</sub> )	0,746	9,683	0,000
F	: 137,747		0,000
Adjusted R <sup>2</sup>	: 0,734		

Sumber: Data primer yang diolah, 2017

Dari hasil regresi yang di dapat maka dapat diperoleh persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y_2 = -0,421 + 0,141 X + 0,764 Y_1$$

: -0,421 artinya jika kualitas pelayanan (X), dan kepuasan konsumen (Y1) sama dengan nol, maka loyalitas pelanggan (Y2) adalah negatif sebesar -0,421.

2: 0,141 artinya pengaruh variabel kualitas pelayanan (X) terhadap loyalitas pelanggan (Y2) positif, artinya apabila kualitas pelayanan meningkat, maka dapat meningkatkan loyalitas pelanggan (Y2) dengan asumsi kepuasan konsumen (Y1) tetap.

3: 0,764 artinya pengaruh variabel kepuasan konsumen (Y1) terhadap loyalitas pelanggan (Y2) positif, artinya apabila kepuasan konsumen meningkat, maka dapat meningkatkan loyalitas pelanggan (Y2) dengan asumsi kualitas pelayanan (X) tetap.

Berdasarkan hasil analisis koefisien jalur dapat dilihat bahwa besarnya nilai *Unstandardized Coefficient (Beta) 2* yaitu sebesar 0,141 dan nilai *Unstandardized Coefficient (Beta) 3* yaitu 0,764.

## 5. Uji Ketepatan Model (Uji F)

Uji ketepatan model (Uji F) bertujuan untuk menguji apakah model yang dipilih dalam penelitian ini yaitu kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan sudah tepat untuk memprediksi loyalitas pelanggan. Berdasarkan tabel 4 di atas diketahui bahwa besarnya nilai F hitung sebesar 137,747 dengan nilai probabilitas  $0,000 < 0,05$ , artinya model yang dipilih yaitu kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan sudah tepat (*fit*) dalam memprediksi loyalitas pelanggan.

## 6. Uji Koefisien Determinasi

Uji koefisien determinasi (*Adjusted R Square*) dihitung dari analisis regresi linear berganda. Dari analisis regresi linear

berganda diketahui bahwa besarnya nilai *Adjusted R Square* adalah 0,734 artinya sumbangan pengaruh variabel kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan sebesar 73,4%, sisanya sebesar 26,6% dijelaskan variabel lain misalnya harga, lokasi, promosi, dan lain-lain.

## 7. Uji Hipotesis

### a. Uji hipotesis 1

Hipotesis 1 yang akan diuji yaitu kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Berdasarkan hasil uji t seperti pada tabel X, diketahui bahwa nilai t hitung adalah 8,886 dengan nilai probabilitas  $0,000 < 0,05$  yang berarti kualitas pelayanan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Dengan demikian hipotesis 1 yang berbunyi "Kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan foto copy, alat tulis dan pulsa EN Mandiri Alastuwo Kebakkramat" terbukti kebenarannya.

### b. Uji hipotesis 2

Hipotesis 2 yang akan diuji yaitu kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Berdasarkan hasil uji t seperti pada tabel XI, diketahui bahwa nilai t hitung adalah 3,564 dengan nilai probabilitas  $0,001 < 0,05$  yang berarti kualitas pelayanan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Dengan demikian hipotesis 2 yang berbunyi "Kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan foto copy, alat tulis dan pulsa EN Mandiri Alastuwo Kebakkramat" terbukti kebenarannya.

### c. Uji hipotesis 3

Hipotesis 3 yang akan diuji yaitu kepuasan pelanggan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Berdasarkan hasil uji t pada tabel 4, diketahui bahwa nilai t hitung adalah 9,683 dengan nilai probabilitas  $0,000 < 0,05$  yang berarti kepuasan pelanggan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Dengan demi-

kian hipotesis 3 yang berbunyi “Kepuasan pelanggan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan foto copy, alat tulis dan pulsa EN Mandiri Alas-tuwo Kebakkramat” terbukti kebenarannya.

d. Uji hipotesis 4

Hipotesis 4 yang akan diuji yaitu kepuasan pelanggan memediasi pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan. Dari perhitungan pengaruh tidak langsung kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan diperoleh hasil sebagai berikut:

1) Hasil uji signifikansi ketiga koefisien jalur ( $p_1, p_2$ , dan  $p_3$ ) menunjukkan bahwa:

$p_1 = 0,343$  signifikansi dengan nilai probabilitas sebesar 0,000

$p_2 = 0,141$  signifikansi dengan nilai probabilitas sebesar 0,001

$p_3 = 0,746$  signifikansi dengan nilai probabilitas sebesar 0,000

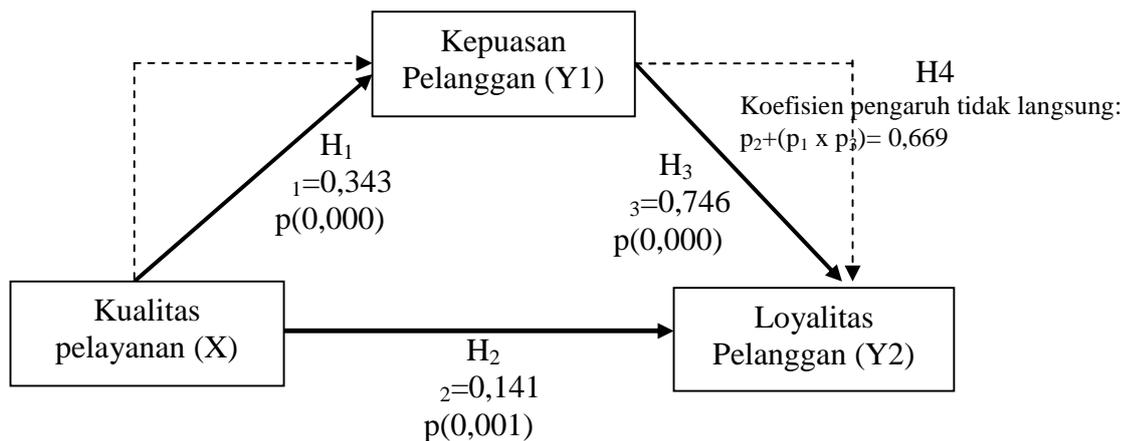
2) Berdasarkan hasil koefisien jalur ( $p_1, p_2, p_3$ ) maka koefisien pengaruh langsung dan tidak langsung dapat dihitung dengan uji sobel test. Uji sobel test ini dilakukan dengan cara menguji kekuatan pengaruh tidak langsung variabel independen kepada variabel dependen melalui variabel mediasi. Pengaruh tidak langsung independen ke dependen melalui mediasi dihitung dengan cara mengalikan jalur independen ke mediasi dan jalur mediasi ke dependen, sedangkan *standard error* koefisien di tulis dengan  $sp_1$  dan  $sp_3$ , besarnya koefisien pengaruh tidak langsung dapat dihitung dengan rumus berikut ini:

$$\begin{aligned} Sp_{1p3} &= \sqrt{p_3^2 Sp_1^2 + p_1^2 Sp_3^2 + Sp_1^2 Sp_3^2} \\ &= \sqrt{(0,764)^2 (0,039)^2 + (0,343)^2 (0,077)^2 + (0,039)^2 (0,077)^2} \\ &= \sqrt{(0,000834) + (0,0006976) + (0,000008895)} \\ &= \sqrt{0,001540495} \\ &= 0,0392 \end{aligned}$$

Berdasarkan hasil  $Sp_{1p3}$  di atas, selanjutnya dapat menghitung nilai  $t$  statistik pengaruh mediasi dengan rumus sebagai berikut:

$$\begin{aligned} t &= \frac{p_1 p_3}{Sp_{1p3}} \\ &= \frac{0,343 \times 0,746}{0,0392} \\ &= \frac{0,255878}{0,0392} \\ &= 6,5275 \end{aligned}$$

Karena  $t$  hitung ( $6,5275$ ) >  $t$  tabel ( $1,96$ ) maka dapat disimpulkan bahwa koefisien mediasi signifikan, yang berarti ada pengaruh mediasi. Hasil perhitungan koefisien jalur  $p_1, p_2, p_3$ , dan koefisien pengaruh tidak langsung dapat digambarkan seperti gambar 3 berikut:



**Gambar 3: Rangkuman Hasil Uji Koefisien Pengaruh Tidak Langsung dan Koefisien Pengaruh Langsung**

## PEMBAHASAN

1. Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan, artinya semakin baik kualitas pelayanan maka kepuasan pelanggan akan semakin puas. Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Wahyuni dan Pranoto (2013) menunjukkan bahwa, kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada pengguna kartu kredit BCA.

Implikasi dari penelitian ini bahwa kepuasan pelanggan foto copy, alat tulis dan pulsa EN Mandiri Alastuwo Kebakkramat dapat ditingkatkan melalui peningkatan kualitas pelayanan. Peningkatan kualitas pelayanan dapat dilakukan dengan meningkatkan jumlah barang persediaan, kesediaan dalam menyelesaikan masalah, perhatian personal.

2. Pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan, artinya semakin baik kualitas pelayanan maka pelanggan tersebut akan semakin loyal. Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan Wahyuni dan Pranoto (2013) menunjukkan bahwa,

kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada pengguna kartu kredit BCA.

Implikasi dari penelitian ini bahwa perusahaan harus memperhatikan kualitas pelayanan karena kualitas pelayanan dapat menjadikan faktor bahwa pelanggan menjadi loyal akibat kepuasan yang didapat dari tingkat kualitas pelayanan. Hal ini dapat diukur dari jumlah pelanggan yang terus bertambah dan permintaan barang yang selalu meningkat.

3. Pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan Mantauv (2015) menunjukkan bahwa, kepuasan pelanggan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada nasabah BRI Unit Tigo Nagari.

Implikasi hasil penelitian ini, bahwa pelanggan semakin loyal dengan foto copy, alat tulis dan pulsa EN Mandiri Alastuwo Kebakkramat, apabila pelanggan memperoleh kepuasan yang semakin tinggi. Untuk mempertahankan loyalitas pelanggan, maka kepuasan pelanggan harus semakin ditingkatkan. Kepuasan pelanggan dapat ditingkatkan melalui peningkatan kualitas pelayanan dengan

memperhatikan pada lima indikator yaitu: keandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), empati (*empathy*), dan bukti nyata (*tangibles*).

4. Pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan dimediasi kepuasan pelanggan

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan memediasi pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan, artinya loyalitas pelanggan dapat diwujudkan apabila terbentuk kepuasan terlebih dahulu dan kepuasan pelanggan dapat terjadi jika nilai yang dirasa pelanggan atas kualitas pelayanannya tinggi. Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan Novita Dian Utami (2015) menunjukkan bahwa, kepuasan pelanggan memediasi pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan Rumah Makan Soto Lamongan Cak Har Surabaya.

Implikasi dari hasil penelitian ini, ketika pelanggan foto copy, alat tulis dan pulsa EN Mandiri Alastuwo Kebakkramat merasakan tingkat pelayanan yang baik, maka pelanggan akan merasa puas. Jika kepuasan semakin tinggi maka pelanggan tersebut akan menjadi loyal. Untuk dapat meningkatkan loyalitas pelanggan, foto copy, alat tulis dan pulsa EN Mandiri Alastuwo Kebakkramat harus memuaskan harapan pelanggan. Untuk meningkatkan kepuasan pelanggan dapat dilakukan dengan meningkatkan kualitas pelayanan.

## KESIMPULAN

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan, artinya semakin baik kualitas pelayanan maka kepuasan

pelanggan akan semakin puas. Kepuasan pelanggan dapat ditingkatkan melalui peningkatan kualitas pelayanan. Peningkatan kualitas pelayanan dapat dilakukan dengan meningkatkan jumlah barang persediaan, kesediaan dalam menyelesaikan masalah, perhatian personal.

Kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan, artinya semakin baik kualitas pelayanan maka pelanggan tersebut akan semakin loyal. Perusahaan harus memperhatikan kualitas pelayanan karena kualitas pelayanan dapat menjadikan faktor bahwa pelanggan menjadi loyal akibat kepuasan yang didapat dari tingkat kualitas pelayanan. Hal ini dapat diukur dari jumlah pelanggan yang terus bertambah dan permintaan barang yang selalu meningkat.

Kepuasan pelanggan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Pelanggan semakin loyal, apabila pelanggan memperoleh kepuasan yang semakin tinggi. Untuk mempertahankan loyalitas pelanggan, maka kepuasan pelanggan harus semakin ditingkatkan. Kepuasan pelanggan dapat ditingkatkan melalui peningkatan kualitas pelayanan dengan memperhatikan pada lima indikator yaitu: keandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), empati (*empathy*), dan bukti nyata (*tangibles*).

Kepuasan pelanggan memediasi pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan, artinya loyalitas pelanggan dapat diwujudkan apabila terbentuk kepuasan terlebih dahulu dan kepuasan pelanggan dapat terjadi jika nilai yang dirasa pelanggan atas kualitas pelayanannya tinggi. Jika kepuasan semakin tinggi maka pelanggan tersebut akan menjadi loyal. Untuk dapat meningkatkan loyalitas pelanggan, perusahaan harus memuaskan harapan pelanggan. Untuk meningkatkan kepuasan pelanggan dapat dilakukan dengan meningkatkan kualitas pelayanan.

## DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, Suharsimi. 2006. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Edisi Revisi VI. Rineka Cipta. Jakarta.
- Budiyono, Riswanto dan Yohanes Sondang Kunto. 2014. "Pengaruh Service Quality terhadap Loyalitas Pelanggan dengan Customer Satisfaction sebagai Variabel Intervening pada

- Ritel Bioskop The Premiere Surabaya”. *Jurnal Manajemen Pemasaran Petra*. Vol.2, No. 1, 2014. Hal. 1-7
- Ghozali, Imam. 2005. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro. Semarang.
- Ghozali, Imam 2009. *Ekonometrika*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro. Semarang
- Griffin, Jill. 2009. *Customer Loyalty, How to Earn it, How to Keep it*. Lexington Book. New York.
- Kotler, P. and K. Keller, 2009, *Marketing Management*, 13 th ed. Upper Saddle River, NJ. (Alih Bahasa Benyamin Molan ). Pearson Education, Inc.
- Kotler, Philip. 2002. *Manajemen Pemasaran di Indonesia: Analisis Perencanaan, Implementasi dan Pengendalian*, (Alih Bahasa Benyamin Molan ). Salemba Empat. Jakarta.
- \_\_\_\_\_, 2005, *Manajemen Pemasaran*. Jilid 1. Edisi Sebelas, (Alih Bahasa Benyamin Molan ). Indeks. Jakarta.
- \_\_\_\_\_, 2007, *Manajemen Pemasaran*, Edisi 12, Indeks, Jakarta.
- Mantauv, Citra Suci. 2015. “Pengaruh Service Quality terhadap Loyalitas Nasabah dengan Kepuasan Nasabah sebagai Variabel Intervening”. *Jurnal Apresiasi Ekonomi*. Vol. 3, No. 2, Mei. p. 85-92
- Sugiyono. 2001. *Metodelogi Penelitian Bisnis*. Alfabeta. Bandung.
- Swastha, Basu dan Irawan. 2005. *Manajemen Pemasaran Modern*. Liberty. Yogyakarta.
- Tjiptono, Fandy dan Anastasia. 2006. *Strategi Pemasaran*, Andi Offset. Yogyakarta.
- Tjiptono, Fandy. 2008. *Manajemen Jasa*, Andi Offset. Yogyakarta.
- Utami, Novita Dian. 2015. “Pengaruh Kualitas Produk, Pelayanan, Harga dan Lokasi terhadap Loyalitas dengan Kepuasan sebagai Variabel Intervening pada Rumah Makan Soto Lamongan Cak Har di Surabaya”. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*. Vol. 4, No. 5, Mei. Hal. 1-20
- Wahyuni, Sri dan Pranoto. 2013. “Pelayanan dan Orientasi Pelanggan terhadap Loyalitas dengan Kepuasan sebagai Variabel Intervening pada Pengguna Kartu Kredit BCA di Supermall Karawaci Tangerang”. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*. Vol.1, No.1, Oktober. Hal.1-23