

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

Ali Syarifudin ¹⁾
Retno Susanti ²⁾
Sutarno ³⁾

^{1, 2, 3)} Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Slamet Riyadi Surakarta
e-mail: ¹⁾ alisyarifudin2323@gmail.com

ABSTRACT

The purpose of this research is to analyze the significance of the influence of service quality, price, consumer satisfaction to the customer loyalty as well as the influence of service quality to the purchase customer loyalty with satisfaction as a intervening variable. The population is all consumers who visit and buy at Warung Makan Bu Yati Solo. 100 respondents are selected as sample, using purposive sampling. This research uses survey method, the type data collection with interview, questionnaire and observation. Data analysis used test instruments, classic assumption test, path analysis, t test, F test, the coefficient of determination. The result is there service quality have significant effect to the consumers satisfaction, service quality have significant effect to the customer loyalty, consumers satisfaction have significance to the customer loyalty, consumers satisfaction mediates the relationship of service quality to the customers loyalty. Adjusted R² on multiple linear regression analysis is 33,4% and the result of path analysis with sobel test is 0,036 with the value of t 1,98.

Keywords: service quality, consumer satisfaction, customer loyalty

PENDAHULUAN

Bisnis makanan (kuliner) merupakan salah satu bisnis yang dewasa ini berkembang pesat dan memiliki potensi berkembang yang cukup besar. Warung makan atau rumah makan sebagai salah satu penjual kuliner yang bergerak dibidang usaha makanan, berusaha untuk menawarkan sesuatu yang unik dan diharapkan dapat menjangkau konsumen lebih banyak lagi. Warung Makan Bu Yati Solo merupakan tempat makan yang berada di jalan Gunung Kawi, Kadipiro Solo. Letak warung tersebut sangat strategis yaitu di kawasan kampus UNISRI, serta dekat dengan sekolah dan industri. Salah satu bentuk pelayanan yang diberikan adalah pelayanan yang baik sesuai dengan tarif yang dibebankan sehingga dapat memuaskan konsumen yang hendak menikmati hidangan, dengan meningkatkan kualitas pelayanan secara tepat diharapkan dapat memberikan kepuasan pada konsumen sehingga dapat terciptanya loyalitas pelanggan.

Kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian

atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan (Tjiptono, 2006: 98). Konsumen yang merasa puas merupakan aset penting sebab jika telah kehilangan konsumennya maka bukan saja kehilangan penjualan dimasa yang akan datang, akan tetapi juga kehilangan keuntungan dari transaksi yang hilang karena konsumen merasa tidak puas. Konsumen seringkali merasa tidak puas karena kualitas pelayanan yang buruk. Pengalaman yang baik atau buruk terhadap kualitas pelayanan akan mempengaruhi kepuasan konsumen dalam melakukan pembelian, sehingga Warung Makan Bu Yati dituntut untuk menciptakan kualitas pelayanan sesuai dengan kebutuhan konsumen. Kualitas pelayanan memiliki hubungan yang sangat erat dengan kepuasan konsumen oleh karena itu berhasil tidaknya warung makan dalam melayani para pelanggannya tergantung pada kualitas pelayannya, karena pelayanan memegang peranan yang sangat penting, apakah konsumen telah puas atau belum dengan pelayanan yang ada.

Kepuasan merupakan faktor terpenting dalam berbagai kegiatan bisnis. Dengan terpenuhinya keinginan dan kebutuhan konsumen, maka hal tersebut memiliki dampak yang positif bagi perusahaan. Apabila konsumen merasa puas akan suatu produk tertentu konsumen tersebut akan selalu menggunakan atau mengkonsumsi produk tersebut secara terus menerus. Kepuasan pelanggan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang dirasakan dibandingkan dengan harapannya (Kotler dan Keller, 2009: 49). Kepuasan konsumen tercipta karena konsumen telah merasakan puas atas kualitas pelayanan yang diberikan oleh Warung Makan Bu Yati sehingga dengan terciptanya kepuasan konsumen ini diharapkan konsumen tersebut akan loyal dalam melakukan pembelian pada Warung Makan Bu Yati.

Kesetiaan pelanggan atau loyalitas pelanggan tidak terbentuk dalam waktu singkat tetapi melalui proses belajar dan berdasarkan hasil pengalaman dari pelanggan itu sendiri dari pembelian konsisten sepanjang waktu. Bila yang didapat sudah sesuai dengan harapan, maka proses pembelian ini biasanya akan berulang. Hal ini dapat dikatakan telah timbul adanya kesetiaan pelanggan. Bila dari pengalamannya, pelanggan tidak mendapatkan kepuasan maka ia tidak akan berhenti untuk mencoba merek yang lain sampai ia mendapatkan produk atau jasa yang memenuhi kriteria mereka. Loyalitas konsumen sebagai orang yang membeli, khususnya yang membeli secara teratur dan berulang-ulang. Pelanggan dikatakan loyal bila pelanggan tersebut secara terus-menerus atau berulang kali datang ke suatu tempat yang sama untuk memuaskan keinginannya dengan memiliki suatu produk atau mendapatkan suatu jasa dan membayar produk atau jasa tersebut (Hasan, 2008: 83). Loyalitas sebagai komitmen yang dipegang secara mendalam untuk membeli atau mendukung kembali produk atau jasa yang disukai di masa depan meski pengaruh situasi dan usaha pemasaran berpotensi menyebabkan pelanggan beralih (Kotler dan Keller, 2009: 138).

Menurut penelitian yang dilakukan Wijayanti dan Wahyono (2015), pada konsumen kartu seluler IM3-Indosat hasil penelitiannya

bahwa kualitas pelayanan, persepsi harga, nilai pelanggan dan kepuasan pelanggan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas konsumen. Kepuasan pelanggan memediasi kualitas pelayanan terhadap loyalitas konsumen. Kepuasan konsumen tidak memediasi persepsi harga dan nilai pelanggan terhadap loyalitas pelanggan. Penelitian lain yang dilakukan Fasochah dan Harnoto (2013), pada RS Darul Istiqomah Kaliwungu Kendal hasil penelitiannya bahwa kepercayaan terhadap kepuasan konsumen tidak berpengaruh signifikan, kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen berpengaruh signifikan, kepercayaan, kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen terhadap loyalitas pelanggan berpengaruh signifikan, kepuasan konsumen sebagai variabel mediasi pengaruh kepercayaan terhadap loyalitas pelanggan, serta kepuasan konsumen tidak memediasi pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan.

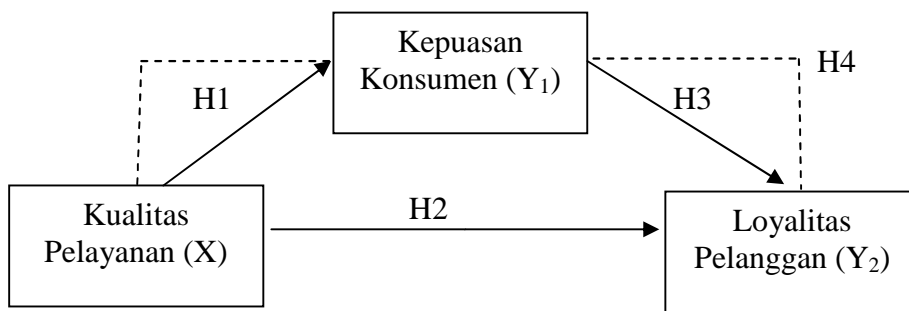
Tujuan dari penelitian ini sendiri adalah untuk menganalisis signifikansi pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada Warung Makan Bu Yati Solo, untuk menganalisis signifikansi pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan pada Warung Makan Bu Yati Solo, untuk menganalisis signifikansi pengaruh kepuasan konsumen terhadap loyalitas pelanggan pada Warung Makan Bu Yati Solo, untuk menganalisis signifikansi pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan yang dimediasi oleh kepuasan konsumen pada Warung Makan Bu Yati Solo.

Kerangka Berpikir dan Hipotesis

Menunjukkan suatu arah dari penyusunan agar dapat memperoleh gambaran yang lebih jelas. Kerangka pemikiran dalam penelitian ini sebagai berikut:

Keterangan berdasarkan skema kerangka konseptual penelitian didapat tiga jenis variabel meliputi:

1. Variabel independen yaitu kualitas pelayanan (X)
2. Variabel mediasi yaitu kepuasan konsumen (Y₁)



Gambar 1: Skema Kerangka Konseptual Penelitian

3. Variabel dependen yaitu loyalitas pelanggan (Y_2)

Adapun hipotesis yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

H_1 : Ada pengaruh yang signifikan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada Warung Makan Bu Yati Solo.

H_2 : Ada pengaruh yang signifikan kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan Warung Makan Bu Yati Solo.

H_3 : Ada pengaruh yang signifikan kepuasan konsumen terhadap loyalitas pelanggan pada Warung Makan Bu Yati Solo.

H_4 : Ada pengaruh yang signifikan kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan dengan kepuasan konsumen sebagai variabel mediasi pada Warung Makan Bu Yati Solo.

METODE PENELITIAN

Objek penelitian ini adalah pelanggan Warung Makan Bu Yati Solo. Penelitian ini menggunakan metode survei yang dilakukan pada pelanggan Warung Makan Bu Yati Solo, jenis data yang digunakan adalah data kuantitatif dan kualitatif. Sumber datanya adalah data primer dan data sekunder. Populasinya seluruh konsumen pada Warung Makan Bu Yati Solo yang belum diketahui jumlahnya, sedangkan dalam penelitian ini diambil sampel 100 responden dengan teknik pengambilan sampel *purposive sampling* yaitu cara mengambil sampel yang didasarkan karena tujuan tertentu yang didasarkan oleh pertimbangan peneliti sendiri sehingga dapat mewakili populasi (Arikunto, 2006: 132). Teknik pengumpulan data dengan wawancara, kuesioner dan observasi. Kuesioner menggunakan

skala *likert* dengan penilaian skor sangat setuju ($SS=5$), setuju ($S=4$), netral ($N=3$), tidak setuju ($TS=2$), sangat tidak setuju ($STS=1$). Teknik analisis datanya menggunakan uji instrumen, uji asumsi klasik, analisis jalur, uji t , uji F , dan koefisien determinasi.

Definisi Operasional Variabel

1. Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan adalah tingkat perbandingan antara harapan yang diinginkan dengan kualitas pelayanan yang diberikan pada Warung Makan Bu Yati. Variabel kualitas pelayanan dalam penelitian ini diukur dengan menggunakan *Skala Likert*. Indikator kualitas pelayanan menurut Lupiyoadi (2013: 216) yang terdiri dari:

- Berwujud (*tangible*)
- Keandalan (*reliability*)
- Ketanggapan (*responsiveness*)
- Jaminan dan kepastian (*assurance*)
- Empati (*emphaty*)

2. Kepuasan Konsumen

Kepuasan konsumen adalah seberapa jauh perbedaan antara kenyataan dan harapan atas layanan yang diterima setelah melakukan pembelian di Warung Makan Bu Yati. Variabel kepuasan konsumen dalam penelitian ini diukur dengan menggunakan *Skala Likert*. Indikator kepuasan konsumen dalam penelitian ini mengacu pada teori Kotler dan Keller (2007: 206) meliputi sebagai berikut:

- Puas terhadap kualitas pelayanan
- Merekomendasikan produk atau jasa kepada orang lain
- 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 dirasakan
3. Loyalitas Pelanggan
- Loyalitas pelanggan adalah keinginan pelanggan untuk bertahan dan melakukan pembelian ulang pada Warung Makan Bu Yati. Variabel loyalitas pelanggan dalam penelitian ini diukur dengan menggunakan *Skala Likert*. Indikator loyalitas pelanggan berdasarkan pernyataan dari Tjiptono (2006: 85) meliputi sebagai berikut:
- a. Melakukan pembelian ulang
 - b. Kebiasaan membeli produk tersebut
 - c. Selalu menyukai produk tersebut
 - d. Tetap memilih produk tersebut
 - e. Yakin bahwa produk tersebut terbaik
 - f. Merekomendasikan kepada orang lain

Pengujian ini dilakukan untuk mengukur sah atau validnya suatu kuesioner, Pengujian ini dilakukan dengan menggunakan *Pearson Correlation*. Kriteria pengujiannya apabila $p\text{ value} < 0,05$ maka instrumen tersebut valid. Sebaliknya apabila $p\text{ value} > 0,05$ maka tidak valid (Ghozali 1, 2009: 49).

- b. Uji Reliabilitas
- Uji reliabilitas adalah untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Suatu variable dikatakan *reliable* jika memberikan nilai *Cronbach Alpha* > 0.60 sebaliknya apabila nilai *Cronbach Alpha* < 0.60 maka tidak reliabel (Ghozali 1, 2009: 45).

Hasil dari uji instrumen seperti uji validitas dan uji reliabilitas dapat disajikan dalam tabel 1 berikut:

Teknik analisis data menggunakan:

1. Uji Instrumen

- a. Uji Validitas

Tabel 1: Uji Instrumen

Variabel	Uji Validitas			Uji Reliabilitas	
	No. Item	<i>p-value</i>	Keterangan	<i>Cronbach's Alpha</i>	Keterangan
Kualitas Pelayanan	1	0,000	Valid	0,653	Reliabel
	2	0,000	Valid		
	3	0,000	Valid		
	4	0,000	Valid		
	5	0,000	Valid		
	6	0,000	Valid		
Kepuasan Konsumen	1	0,000	Valid	0,643	Reliabel
	2	0,000	Valid		
	3	0,000	Valid		
	4	0,000	Valid		
	5	0,000	Valid		
	6	0,000	Valid		
Loyalitas Pelanggan	1	0,000	Valid	0,692	Reliabel
	2	0,000	Valid		
	3	0,000	Valid		
	4	0,000	Valid		
	5	0,000	Valid		
	6	0,000	Valid		

Sumber: Data primer yang diolah, 2017

Hasil uji validitas menyatakan bahwa semua item kuesioner dari variabel kualitas pelayanan, kepuasan konsumen, loyalitas pelanggan dinyatakan valid karena memiliki *p-value* sebesar $0,000 < 0,05$ sedangkan untuk uji reliabilitas variabel kualitas pelayanan memiliki *cronbach's alpha* sebesar $0,653 > 0,60$; kepuasan konsumen memiliki *cronbach's alpha* sebesar $0,643 > 0,60$; loyalitas pelanggan memiliki *cronbach's alpha* sebesar $0,692 > 0,60$ sehingga ketiga variabel dinyatakan reliabel.

2. Uji Asumsi Klasik

Sebelum melakukan uji analisis regresi, semua variabel di dalam suatu penelitian harus dapat lolos dari uji asumsi klasik yang meliputi uji multikolinearitas yaitu apabila nilai *tolerance* $< 0,10$ dan nilai VIF > 10 maka terjadi multikolinieritas, sebaliknya apabila nilai *tolerance* $> 0,10$ dan nilai VIF < 10 maka tidak terjadi multikolinieritas (Ghozali 1, 2009: 95). Uji autokorelasi yaitu Jika *p-value* $< 0,05$ maka terdapat korelasi, jika *p-value* $> 0,05$ tidak terdapat korelasi (Ghozali 1, 2009: 99). Uji heteroskedastisitas yaitu Jika *p value* $> 0,05$ maka tidak terjadi heteroskedastisitas

sebaliknya jika *p value* $< 0,05$ maka terjadi heteroskedastisitas (Ghozali 1, 2009: 125). Uji normalitas yaitu residu dinyatakan berdistribusi normal jika *p-value* $> 0,05$ sebaliknya apabila *p-value* $< 0,05$ maka residu dinyatakan tidak berdistribusi normal (Ghozali 1, 2009: 147). Hasil uji asumsi klasik dapat dilihat pada tabel 2 berikut:

Hasil dari uji asumsi klasik menunjukkan bahwa telah lolos uji multikolinearitas karena *tolerance value* $> 0,10$ dan VIF < 10 , lolos uji autokorelasi karena *p-value* $1,000 > 0,05$, lolos uji heteroskedastisitas karena *p-value* $(0,510; 0,203) > 0,05$, lolos uji normalitas karena *p-value* $0,637 > 0,05$ sehingga residual berdistribusi normal.

3. Analisis Jalur

Tujuan analisis jalur dalam penelitian ini untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan (X) terhadap loyalitas pelanggan (Y_1) yang dimediasi oleh kepuasan konsumen (Y_2). Untuk memperoleh model 1 dengan memasukkan variabel kualitas pelayanan (X), terhadap kepuasan konsumen (Y_1). Berdasarkan hasil analisis dengan menggunakan program SPSS versi 21 dapat disajikan dalam tabel 3 berikut:

Tabel 2: Hasil Uji Asumsi Klasik

Uji Asumsi Klasik	Hasil Uji	Kesimpulan
Uji multikolinearitas	<i>Tolerance</i> (0,948; 0,948) $> 0,10$. VIF (1,054; 1,054) < 10	Tidak terjadi multikolinearitas
Uji autokorelasi	p (1,000) $> 0,05$	Tidak terjadi autokorelasi
Uji heteroskedastisitas	p (0,510; 0,203) $> 0,05$	Tidak terjadi heteroskedastisitas
Uji normalitas	p (0,637) $> 0,05$	Residual berdistribusi normal

Sumber: Data primer yang diolah, 2017

Tabel 3: Hasil Analisis Regresi 1

Variabel	<i>Unstandardized (B)</i>	t	Sig
(Constant)	19,788	7,720	0,000
Kualitas pelayanan	0,227	2,308	0,023

Sumber: Data primer yang diolah, 2017

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

$$Y_1 = 19,778 + 0,227X$$

: 19,788 artinya hubungan yang positif, jika kualitas pelayanan (X) sama dengan nol, maka kepuasan konsumen (Y₁) adalah positif sebesar 19,788.

1 : 0,227 artinya pengaruh variabel kualitas pelayanan (X) terhadap kepuasan konsumen (Y₁) positif, artinya apabila kualitas pelayanan meningkat, maka dapat meningkatkan kepuasan konsumen (Y₁).

Untuk memperoleh model 2 dengan memasukkan variabel kualitas pelayanan (X), dan kepuasan konsumen (Y₁) terhadap loyalitas pelanggan (Y₂). Berdasarkan hasil analisis dengan menggunakan program SPSS versi 21 dapat disajikan dalam tabel 4 berikut:

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

$$Y_2 = 9,099 + 0,338 X + 0,316 Y_1$$

: 9,099 artinya jika kualitas pelayanan (X), dan kepuasan konsumen (Y₁) sama dengan nol, maka loyalitas pelanggan (Y₂) adalah positif sebesar 9,099.

2 : 0,338 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 : 0,315 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.

Hasil dari tabel 4 tersebut maka dijelaskan sebagai berikut:

a. Uji t Pengaruh Langsung

- 1) Hasil analisis diperoleh *p-value* sebesar $0,023 < 0,05$ maka Ho ditolak berarti ada pengaruh yang signifikan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen, sehingga hipotesis 1 yang menyatakan “Ada pengaruh yang signifikan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada Warung Makan Bu Yati Solo” terbukti kebenarannya.
- 2) Hasil analisis diperoleh *p-value* sebesar $0,000 < 0,05$ maka Ho ditolak berarti ada pengaruh yang signifikan kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan, sehingga hipotesis 2 yang berbunyi: “Ada pengaruh yang signifikan kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan pada Warung Makan Bu Yati Solo” terbukti kebenarannya.
- 3) Hasil analisis diperoleh *p-value* sebesar $0,000 < 0,05$ maka Ho ditolak berarti ada pengaruh yang signifikan kepuasan konsumen terhadap loyalitas pelanggan, sehingga hipotesis 3 yang berbunyi: “Ada pengaruh yang signifikan kepuasan konsumen terhadap loyalitas pelanggan pada Warung Makan Bu Yati Solo” terbukti kebenarannya.

Tabel 4: Hasil Analisis Regresi 2

Variabel	<i>Unstandardized (B)</i>	t	Sig
(Constant)	9,099	3,865	0,000
Kualitas Pelayanan	0,338	4,621	0,000
Kepuasan Konsumen	0,315	4,312	0,000
F	: 25,832		0,000
Adjusted R ²	: 0,334		

Sumber: Data primer yang diolah, 2017

$$\begin{aligned}
Sp1p3 &= \sqrt{p3^2 Sp1^2 + p1^2 Sp3^2 + Sp1^2 Sp3^2} \\
&= \sqrt{(0,315)^2 (0,099)^2 + (0,227)^2 (0,073)^2 + (0,099)^2 (0,073)^2} \\
&= \sqrt{(0,0009725042) + (0,000274598) + (0,0000522295)} \\
&= \sqrt{0,0012993317} \\
&= 0,036046
\end{aligned}$$

b. Uji t Pengaruh Tidak Langsung

Kepuasan konsumen memediasi pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan. Berdasarkan hasil koefisien jalur (p_1 , p_2 , p_3) maka koefisien pengaruh langsung dan tidak langsung dapat dihitung dengan uji sobel test sebagai berikut (Ghozali 2, 2009: 221): Berdasarkan hasil $Sp1p3$ di atas, selanjutnya dapat menghitung nilai t statistik pengaruh mediasi dengan rumus sebagai berikut:

$$\begin{aligned}
t &= \frac{p1p3}{Sp1p3} \\
&= \frac{0,227 \times 0,315}{0,036} \\
&= 1,98
\end{aligned}$$

Berdasarkan hasil uji sobel test diperoleh nilai t hitung sebesar 1,98 > t tabel dengan tingkat signifikansi 0,05 yaitu sebesar 1,96, maka dapat disimpulkan bahwa koefisien mediasi sebesar 0,036 signifikan yang berarti kepuasan konsumen memediasi pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan, sehingga hipotesis 4 yang berbunyi “Kepuasan konsumen memediasi pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan pada Warung Makan Bu Yati Solo” terbukti kebenarannya.

c. Uji F

Adapun hasil analisis pada uji F bahwa diperoleh nilai F 25,832 dan p -value sebesar 0,000 < 0,05 maka H_0 ditolak berarti model yang digunakan untuk menguji pengaruh kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen terhadap loyalitas pelanggan tepat.

d. Koefisien Determinasi

Analisis ini digunakan untuk mengeta-

hui seberapa besar sumbangan atau pengaruh yang diberikan kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen terhadap loyalitas pelanggan. Hasil perhitungan diperoleh nilai *Adjusted R Square* = 0,334 berarti diketahui bahwa sumbangan pengaruh yang diberikan oleh kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen terhadap loyalitas pelanggan sebesar 33,4% sedangkan sisanya 66,6% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain di luar variabel yang diteliti, misalnya harga, kualitas produk, lokasi, dll.

PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan pada hipotesis 1 diperoleh hasil p value 0,023 < 0,05 maka dapat disimpulkan hipotesis 1 yang mengatakan bahwa “Ada pengaruh yang signifikan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada Warung Makan Bu Yati Solo” terbukti kebenarannya. Hasil penelitian sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Harianto dan Subagio (2013) bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada konsumen Kedai Deja-vu Surabaya. Implikasi dari hasil penelitian ini, kepuasan konsumen Warung Makan Bu Yati Solo dapat ditingkatkan melalui peningkatan kualitas pelayanan, artinya semakin tinggi kualitas pelayanan maka kepuasan konsumen akan semakin tinggi. Peningkatan kualitas pelayanan dapat dilakukan dengan menjaga kerapian, kesopanan karyawan, pelayanan cepat dan tanggap, ketersediaan menyelesaikan masalah, dan perhatian personal.

Berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan pada hipotesis 2 diperoleh hasil bahwa p value 0,000 < 0,05 sehingga hipotesis 2 yang menyatakan bahwa “Ada pengaruh yang signifikan kualitas pelayanan terhadap loyalitas

tas pelanggan pada Warung Makan Bu Yati Solo” terbukti kebenarannya. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Wijayanti dan Wahyono (2015) bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas konsumen pada konsumen kartu seluler IM3-Indosat. Implikasi dari hasil penelitian ini bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap Warung Makan Bu Yati Solo, sehingga sebaiknya pemilik tetap memperhatikan kualitas pelayanan dan berupaya meningkatkan kualitas pelayanannya, karena kualitas pelayanan dapat menjadi faktor pelanggan menjadi loyal. Dalam hal ini dapat diukur dari jumlah pelanggan yang terus bertambah.

Berdasarkan hasil analisis yang dilakukan pada hipotesis 3 diperoleh *p-value* sebesar $0,000 < 0,05$ sehingga hipotesis 3 yang menyatakan bahwa “Ada pengaruh yang signifikan kepuasan konsumen terhadap keputusan loyalitas pelanggan pada Warung Makan Bu Yati Solo” terbukti kebenarannya. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Fasochah dan Harnoto (2013) bahwa kepuasan konsumen berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada RS Darul Istiqomah Kaliwungu Kendal. Implikasi dari penelitian ini, bahwa pelanggan Warung Makan Bu Yati Solo semakin loyal apabila pelanggan memperoleh kepuasan yang semakin tinggi. Untuk mempertahankan dan menggalang loyalitas pelanggan maka dapat dilakukan dengan cara tidak membedakan pelanggan, memberikan produk yang terbaik serta pelayanan yang baik dan sopan terhadap pelanggan.

Berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan pada hipotesis 4 dengan menggunakan uji sobel test diperoleh nilai *t* hitung sebesar $1,98 > t$ tabel dengan tingkat signifikansi 0,05 yaitu sebesar 1,96, maka dapat disimpulkan bahwa koefisien mediasi sebesar 0,036 signifikan yang berarti kepuasan konsumen memediasi pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan, sehingga hipotesis 4 yang menyatakan bahwa “Kepuasan konsumen memediasi pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan pada Warung Makan Bu Yati Solo” terbukti kebenarannya.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Wijayanti dan Wahyono (2015) bahwa kepuasan konsumen memediasi hubungan antara kualitas pelayanan terhadap loyalitas konsumen kartu seluler IM3 Indosat. Implikasi dari hasil penelitian ini, ketika pelanggan Warung Makan Bu Yati Solo merasakan tingkat pelayanan yang baik dari proses pembelian, maka sebaiknya pihak Warung Makan Bu Yati Solo tetap menjaga atau meningkatkan kualitas pelayanannya karena dengan kualitas pelayanan yang baik konsumen akan merasa puas, terbukti bahwa kepuasan konsumen semakin tinggi dapat berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan. Untuk meningkatkan kepuasan konsumen dapat dilakukan dengan meningkatkan kualitas pelayanan, dalam bentuk memberi produk kondisi baru, pelayanan cepat dan tanggap. Strategi yang dapat dilakukan adalah dengan meningkatkan daya saing di antaranya menangani keluhan pelanggan secara efektif, memahami keinginan konsumen dan meningkatkan fasilitas yang lebih baik.

KESIMPULAN

Kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Warung Makan Bu Yati Solo. Pihak Warung Makan Bu Yati Solo sebaiknya tetap memperhatikan kualitas pelayanan karena kualitas pelayanan dapat menjadi faktor pelanggan menjadi loyal akibat dari kepuasan yang diperoleh dari tingkat kualitas pelayanan. Kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada Warung Makan Bu Yati Solo. Kepuasan konsumen berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada Warung Makan Bu Yati Solo. Kepuasan konsumen memediasi kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan pada Warung Makan Bu Yati Solo. Kepuasan konsumen dapat ditingkatkan sebagai strategi bagi Warung Makan Bu Yati Solo untuk mempertahankan dan mewujudkan loyalitas pelanggan. Upaya peningkatan kepuasan konsumen dapat dilakukan melalui peningkatan kualitas pelayanan, daya saing harga serta penanganan keluhan-keluhan dari pelanggan secara efektif. Penelitian ini hanya menggunakan satu variabel bebas yaitu

kualitas pelayanan. Penelitian selanjutnya disarankan untuk mengembangkan model penelitian dengan menggunakan variabel mediasi lain atau moderasi serta menambahkan variabel bebas lain yang relevan.

DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, Suharsimi. 2006. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Rieneka Cipta. Jakarta.
- Fasochah dan Harnoto. 2013. “Analisis Pengaruh Kepercayaan dan Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan dengan Kepuasan Konsumen sebagai Variabel Mediasi”. *Jurnal Ekonomi Manajemen Akuntansi*. No. 34. April. hlm. 1-22.
- Ghozali, Imam (1). 2009. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Universitas Diponegoro. Semarang.
- Ghozali, Imam (2). 2009. *Ekonometrika Teori, Konsep dan Aplikasi dengan SPSS 17*. Universitas Diponegoro. Semarang.
- Harianto, David dan Hartono Subagio. 2013. “Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Brand Image dan Atmosfer terhadap Loyalitas Konsumen dengan Kepuasan Konsumen sebagai Variabel Intervening”. *Jurnal Manajemen Pemasaran*. Volume 1, No. 1. hlm. 1-8.
- Hasan, Ali. 2008. *Marketing*. Media Pressindo. Yogyakarta.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2007. *Manajemen Pemasaran*. Jilid 1. (Alih Bahasa oleh Benyamin Molan). Edisi 12. Indeks. Jakarta.
- _____. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Jilid 1. (Alih Bahasa oleh Bob Sabran). Edisi 13. Erlangga. Jakarta.
- Lupiyoadi, Rambat. 2013. *Manajemen Pemasaran Jasa Berbasis Kompetensi*. Salemba Empat. Jakarta.
- Tjiptono, Fandy. 2006. *Manajemen Jasa*. Edisi Pertama. Andi. Yogyakarta
- Wijayanti, Ika Wahyu dan Wahyono. 2015. “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Persepsi Parga dan Nilai Pelanggan terhadap Loyalitas Konsumen melalui Kepuasan Pelanggan sebagai Variabel Intervening”. *Management Analysis Journal*. Volume 4, No. 1, Maret. hlm. 50-57.