

# PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN DENGAN KEPUASAN PELANGGAN SEBAGAI VARIABEL MEDIASI (Survei pada Pelanggan Rias Pengantin Putri Ayu di Surakarta)

Lidia Sri Purwaningsih<sup>1)</sup>  
Marjam Desma Rahadhini<sup>2)</sup>  
Setyaningsih Sri Utami<sup>3)</sup>

<sup>1, 2, 3)</sup> Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Slamet Riyadi Surakarta  
e-mail: <sup>1)</sup> stellapurwaningsih@yahoo.com

## ABSTRACT

*This research aims to analyze the significance of the influence of the quality of service to customer satisfaction on customer. To analyze the significance of the influence of the quality of service and customer satisfaction on customer loyalty. To analyze the significance of the influence of the quality of service of customer loyalty that is mediated by customer satisfaction. This study used a survey method, the type of data the data used was qualitative and quantitative data, the source data used the primary data and secondary data. The population in this research customers who use services in the Putri Ayu bridal makeup of Surakarta number no doubt is not known. The number of samples that are used i.e. 100 people, sampling techniques using a purposive sampling. Methods of data collection were used: questionnaire and documentation. Test instrument use test validity and reliability tests. Technique of data analysis using t-test analysis, F-test F, R<sup>2</sup> and path analysis. The research results obtained conclusions of influential service quality customer satisfaction significantly to bridal makeup Putri Ayu in Surakarta. Service quality and customer satisfaction significantly to influential customer loyalty bridal makeup Putri Ayu in Surakarta. Mediated influence customer satisfaction service quality against customer loyalty.*

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

## PENDAHULUAN

Industri jasa saat ini berkembang dengan sangat cepat. Persaingan yang terjadi saat ini sangat kompetitif dalam bidang industri ini. Pelayanan yang diberikan antara satu penyedia jasa dengan pemberi jasa lainnya sangat bervariasi yang sesuai dengan kebutuhan dan keinginan pelanggannya. Meningkatnya intensitas persaingan dan jumlah pesaing menuntut perusahaan untuk selalu memperhatikan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta berusaha memenuhi harapan pelanggan dengan cara memberikan pelayanan yang lebih memuaskan daripada yang dilakukan oleh pesaing. Perusahaan yang berkualitas yang dapat bersaing dan menguasai pasar.

Kualitas pelayanan memiliki hubungan yang erat dengan kepuasan pelanggan. Kualitas pelayanan memberikan suatu dorongan kepada pelanggan untuk menjalin ikatan hubungan yang kuat dengan perusahaan. Dalam jangka panjang, ikatan seperti ini memungkinkan perusahaan untuk memahami dengan seksama harapan pelanggan serta kebutuhan mereka. Dengan demikian, perusahaan dapat meningkatkan kepuasan pelanggan dimana perusahaan memaksimalkan pengalaman pelanggan yang menyenangkan dan meminimumkan pengalaman pelanggan yang kurang menyenangkan.

Rias Pengantin Putri Ayu merupakan usaha jasa tata rias pengantin yang menyediakan pelayanan rias pengantin berupa rias pengantin Solo Putri, Solo Basahan, Paes Ageng, Muslim Modifikasi, pengantin gaya Eropa, serta berbagai perlengkapan untuk acara pengantin. Strategi pemasaran yang dilakukan oleh Rias Pengantin Putri Ayu dalam upaya meningkatkan kepuasan pelanggan adalah dengan memberikan pelayanan yang terbaik sesuai dengan keinginan pelanggan, misalnya menggunakan kualitas produk berupa *make up* sesuai dengan permintaan

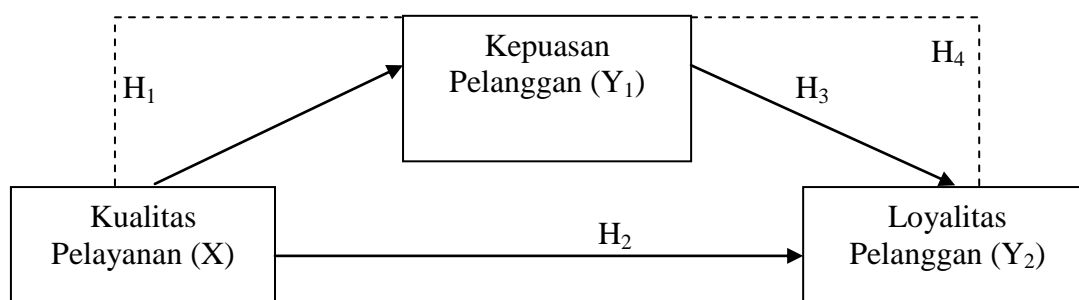
pelanggan, misalnya menggunakan merek *make up* Ultima II, Kryolan, Forever, Jutanhak, LT Pro, PAC, dan Wardah dengan harga yang terjangkau oleh pelanggan. Rias Pengantin Putri Ayu di Surakarta selain menerima rias pengantin, juga memberikan pelayanan dalam bentuk persewaan beskap, baju pengantin, serta memberikan pelayanan rias among tamu, rias keluarga, rias wisuda dan menerima jasa pembuatan baki lamaran. Rias Pengantin Putri Ayu dalam upaya meningkatkan pelayanan kepada pelanggan, juga melakukan kerjasama dengan catering, pemilik gedung pernikahan, dekorasi dan lain-lain.

Kualitas pelayanan merupakan faktor utama dalam membentuk loyalitas pelanggan pada pelanggan. “Kualitas pelayanan adalah keseluruhan ciri-ciri dan karakteristik-karakteristik dari suatu produk atau jasa dalam hal kemampuannya untuk memenuhi kebutuhan-kebutuhan yang telah ditentukan atau bersifat laten, dengan menekankan pada orientasi pemenuhan harapan pelanggan untuk memperoleh kecocokan untuk pemakaian (*fitness for use*)” (Tjiptono, 2006: 12). Kualitas pelayanan yang baik dapat menjadi keunggulan bersaing perusahaan. Kualitas pelayanan yang baik juga harus dilaksanakan demi kelangsungan hidup suatu perusahaan, baik tidaknya kualitas pelayanan jasa tergantung pada kemampuan perusahaan dalam memenuhi harapan pelanggan secara konsisten. Pelanggan yang merasa puas secara tidak langsung akan menciptakan loyalitas, dan mendorong terjadinya rekomendasi dari mulut ke mulut, bahkan dapat memperbaiki citra perusahaan di mata pelanggan. Kualitas pelayanan harus menjadi fokus utama perhatian perusahaan. Pernyataan tersebut sesuai dengan penelitian yang dilakukan Sanistasya (2015), Darwin dan Kunto (2014), dan Iskandar (2012) yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Selain kualitas pelayanan, faktor yang dapat memperkuat loyalitas pelanggan pada pelanggan adalah kepuasan pelanggan. Kepuasan pelanggan yaitu perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja (atau hasil) yang diharapkan. Jika kinerja berada di bawah harapan, pelanggan tidak puas. Jika kinerja memenuhi harapan pelanggan puas. Jika kinerja melebihi harapan, pelanggan amat puas atau senang (Kotler, 2007: 177).

Penelitian ini bertujuan: 1) Untuk menganalisis signifikansi pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada pelanggan Rias Pengantin Putri Ayu di Surakarta. 2) Untuk menganalisis signifikansi pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan pada pelanggan di Rias Pengantin Putri Ayu di Surakarta. 3) Untuk menganalisis signifikansi pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan pada pelanggan di Rias Pengantin Putri Ayu di Surakarta. 4) Untuk menganalisis signifikansi pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan yang dimediasi oleh kepuasan pelanggan pada pelanggan Rias Pengantin Putri Ayu di Surakarta.

### Kerangka Pemikiran dan Hipotesis

Untuk menunjukkan suatu arah dari penyusunan agar dapat memperoleh gambaran yang lebih jelas, maka dalam penelitian ini penulis membuat suatu kerangka pemikiran. Kerangka pemikiran dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:



**Gambar 1. Skema Kerangka Pemikiran**

Dari skema kerangka pemikiran di atas, terlihat bahwa terdapat tiga variabel, yaitu:

1. Variabel Independen (Variabel Bebas)  
Variabel bebas adalah variabel yang mempengaruhi variabel terikat, yang termasuk variabel bebas adalah kualitas pelayanan.
2. Variabel Dependen (Variabel Terikat)  
Variabel terikat adalah variabel yang dipengaruhi oleh variabel bebas, dalam hal ini adalah loyalitas pelanggan.
3. Variabel Mediasi  
Variabel mediasi adalah variabel antara yang menghubungkan sebuah variabel independen utama pada variabel dependen yang dianalisis. Variabel mediasi dalam penelitian ini adalah kepuasan pelanggan.

## **KAJIAN PUSTAKA DAN HIPOTESIS**

### **1. Pengaruh Kualitas pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan**

Kualitas pelayanan berkaitan erat dengan persepsi pelanggan tentang mutu suatu usaha. Semakin baik pelayanan yang akan mempengaruhi tingkat kepuasan yang dirasakan pelanggan sehingga usaha tersebut akan dinilai semakin bermutu. Sebaliknya apabila pelayanan yang diberikan kurang baik dan memuaskan, maka usaha tersebut juga dinilai kurang bermutu. Usaha untuk meningkatkan kualitas pelayanan harus terus dilakukan agar dapat memaksimalkan kualitas jasa. Berdasarkan hasil penelitian Sanistasya (2015), Nilasari dan Istiatin (2015), Darwin dan Kunto (2014), dan Iskandar (2012) bahwa variabel kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan, maka dikemukakan hipotesis yang pertama (H<sub>1</sub>) sebagai berikut:

H<sub>1</sub>: Ada pengaruh yang signifikan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan Rias Pengantin Putri Ayu di Surakarta.

### **2. Pengaruh Kualitas pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan**

Hasil penelitian yang dilakukan oleh Sanistasya (2015), Darwin dan Kunto (2014), dan Iskandar (2012) bahwa variabel kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Berdasarkan hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa pengaruh kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan adalah kualitas pelayanan mempunyai pengaruh yang positif terhadap kepuasan pelanggan, sehingga semakin baik kualitas pelayanan maka akan semakin tinggi loyalitas pelanggan. Sebaliknya jika semakin rendah kualitas pelayanan yang diberikan akan semakin rendah pula loyalitas pelanggan. Berdasarkan hasil penelitian tersebut di atas, maka dikemukakan hipotesis yang kedua (H<sub>2</sub>) sebagai berikut:

H<sub>2</sub>: Ada pengaruh yang signifikan kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan pada pelanggan di Rias Pengantin Putri Ayu di Surakarta.

### **3. Pengaruh Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan**

Hasil penelitian yang dilakukan oleh Sanistasya (2015), Darwin dan Kunto (2014), dan Iskandar (2012) bahwa variabel kepuasan pelanggan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Berdasarkan hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan mempunyai hubungan positif yang kuat dengan loyalitas pelanggan. Kepuasan pelanggan merupakan faktor utama ataumempunyai pengaruh yang paling kuat terhadap loyalitas pelanggan. Perusahaan perlu emonitor dan meningkatkan kepuasannya karena makin tinggi kepuasan pelanggan, berarti makin besar pula kemungkinan pelanggan tetap setia. Berdasarkan penjelasan tersebut maka dikemukakan hipotesis ketiga (H<sub>3</sub>) sebagai berikut:

H<sub>3</sub>: Ada pengaruh yang signifikan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan pada pelanggan di Rias Pengantin Putri Ayu di Surakarta.

4. Pengaruh Kualitas pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan dengan Kepuasan Pelanggan sebagai Variabel Mediasi

Hasil penelitian yang dilakukan oleh Sanistasya (2015), Darwin dan Kunto (2014), dan Iskandar (2012) bahwa variabel kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan dengan kepuasan pelanggan sebagai variabel mediasi, maka dikemukakan hipotesis yang keempat ( $H_4$ ) sebagai berikut:

H4: Ada pengaruh yang signifikan kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan yang dimediasi oleh kepuasan pelanggan Rias Pengantin Putri Ayu di Surakarta.

## METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode survei, jenis data yang digunakan adalah data kualitatif dan data kuantitatif, sumber data yang digunakan data primer dan data sekunder. Populasi dalam penelitian ini pelanggan yang menggunakan jasa Rias Pengantin Putri Ayu di Surakarta yang jumlah pastinya tidak diketahui. Jumlah sampel yang digunakan yaitu 100 orang, teknik pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling*. Metode pengumpulan data yang digunakan: kuesioner dan dokumentasi.

Definisi operasional variabel dan pengukurannya adalah sebagai berikut:

1. Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan adalah suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses, dan lingkungan pada Rias Pengantin Putri Ayu di Surakarta yang memenuhi atau melebihi harapan pelanggan. Variabel kualitas pelayanan diukur dengan menggunakan skala Likert. Indikator-indikator variabel kualitas pelayanan dalam penelitian ini mengacu dari Tjiptono (2006: 70) yang meliputi:

- a. Bukti Fisik, berkaitan dengan peralatan dan produk kecantikan yang digunakan.
- b. Keandalan, kemampuan karyawan untuk memberikan pelayanan yang sesuai dengan janji yang ditawarkan.
- c. Daya Tanggap, yaitu respon karyawan dalam membantu keluhan pelanggan serta memberikan pelayanan yang cepat dan tanggap
- d. Jaminan, yaitu berkaitan dengan kompetensi karyawan dalam memberikan pelayanan.
- e. Empati, yaitu berkaitan dengan perhatian karyawan kepada pelanggan.

2. Kepuasan Pelanggan

Kepuasan pelanggan adalah perasaan pelanggan yang muncul setelah membandingkan kinerja yang diterima dengan harapan yang diinginkan mengenai kualitas pelayanan Rias Pengantin Putri Ayu di Surakarta. Variabel kepuasan pelanggan diukur dengan menggunakan skala Likert.

Indikator-indikator variabel kepuasan pelanggan dalam penelitian ini mengacu pada pendapat yang dikemukakan oleh Kotler (2007: 206) meliputi:

- a. Pelayanan cepat dan ramah
- b. Merekomendasikan produk/jasa kepada orang lain
- c. Memiliki keinginan untuk tidak berpindah ke produk/jasa yang lain.
- d. Bangga menggunakan jasa/produk yang digunakan
- e. Hasil akhir produk/jasa yang diterima sesuai dengan yang dijanjikan

3. Loyalitas Pelanggan

Loyalitas pelanggan adalah kondisi di mana pelanggan mempunyai sikap positif terhadap Rias Pengantin Putri Ayu di Surakarta, mempunyai komitmen dan bermaksud meneruskan pembeliannya di masa mendatang pada Rias Pengantin Putri Ayu di Surakarta. Variabel loyalitas pelanggan diukur dengan menggunakan skala Likert.

Indikator-indikator variabel loyalitas pelanggan dalam penelitian ini mengacu pada pendapat dari Kotler dan Keller (2007: 57) yang meliputi:

- a. Memiliki keinginan untuk membelinya kembali di masa yang akan datang
- b. Mereferensikan secara total produk/jasa
- c. Ketahanan terhadap pengaruh yang negatif mengenai produk/jasa
- d. Mereferensikan produk kepada orang lain

e. Menilai positif mengenai kualitas pelayanan

Penelitian ini menggunakan data yang bersumber dari data primer, yaitu data yang diperoleh secara langsung dari responden melalui jawaban kuesioner. Teknik pengumpulan data menggunakan skala Likert lima poin yaitu: mulai dari Sangat Setuju (SS = 5); Setuju (S = 4); Netral (N = 3); Tidak Setuju (TS = 2) dan Sangat Tidak Setuju (STS = 1). Pengujian validitas instrumen dilakukan dengan menggunakan rumus korelasi Pearson, kriteria pengujiannya menggunakan tingkat signifikansi  $\alpha = 0,05$ . Butir instrumen dinyatakan valid jika menghasilkan  $p\text{ value} < 0,05$ . Pengujian reliabilitas menggunakan rumus *Cronbach Alpha*, dengan kriteria pengujian apabila *Cronbach Alpha*  $> 0,60$  dinyatakan reliabel, sebaliknya *Cronbach Alpha*  $< 0,60$  tidak reliabel.

### Teknik analisis data

#### 1. Uji Asumsi Klasik

Uji multikolinearitas bertujuan mendeteksi adanya multikolinearitas dengan melihat nilai *tolerance* dan *Varians Inflation Factor (VIF)* yang dilakukan dengan bantuan komputer program SPSS. Uji autokorelasi dilakukan dengan uji *Run* bertujuan untuk melihat apakah data residual terjadi secara random atau tidak. Uji heteroskedastisitas dilakukan dengan uji *Glejser*, yaitu dengan cara meregres nilai absolut residual terhadap variabel independen. Uji normalitas atas residual dilakukan dengan uji *Kolmogorov-Smirnov* melalui alat bantu komputer program SPSS 21.

#### 2. Pengujian Hipotesis

Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis jalur, uji t, uji F dan koefisien determinasi.

## HASIL PENELITIAN

### 1. Karakteristik Resonden

Adapun karakteristik responden yang dijadikan sampel penelitian ditunjukkan pada tabel 1 sebagai berikut:

**Tabel 1. Gambaran Umum Karakteristik Responden**

Karakteristik	Keterangan	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
Jenis Kelamin	Laki-Laki	37	37
	Perempuan	63	63
	Jumlah	100	100
Usia	< 25 Tahun	9	9
	25 – 30 Tahun	37	37
	31 – 35 Tahun	18	18
	36 – 40 Tahun	13	13
	41 – 45 Tahun	12	12
	> 45 Tahun	13	13
	Jumlah	100	100
Tingkat Pendidikan	SD	6	0
	SMP	26	26
	SMA/SMK	40	40
	Diploma	16	16
	Sarjana (S-1, S-2, S-3)	12	12
	Jumlah	100	100
Jenis Pekerjaan	PNS	20	20
	Wiraswasta	28	28
	Pegawai Swasta	12	12
	Tidak bekerja	16	16
	TNI/POLRI	8	8
	Lain-lain	16	16
	Jumlah	100	100%

Sumber: Data primer yang diolah, 2018

## 2. Hasil Uji Kualitas Instrumen

Hasil uji validitas instrumen mengenai variabel kualitas pelayanan, kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan ditunjukkan pada tabel 2 sebagai berikut:

**Tabel 2. Uji Instrumen Penelitian**

Variabel	Uji Validitas			Uji Reliabilitas	
	No. Item	<i>p-value</i>	Keterangan	<i>Cronbach's Alpha</i>	Keterangan
Kualitas Pelayanan	1.	0,000	Valid	0,659	Reliabel
	2.	0,000	Valid		
	3.	0,000	Valid		
	4.	0,000	Valid		
	5.	0,000	Valid		
Kepuasan Pelanggan	1.	0,000	Valid	0,725	Reliabel
	2.	0,000	Valid		
	3.	0,000	Valid		
	4.	0,000	Valid		
	5.	0,00000	Valid		
Loyalitas Pelanggan	1.	0,000	Valid	0,682	Reliabel
	2.	0,000	Valid		
	3.	0,000	Valid		
	4.	0,000	Valid		
	5.	0,000	Valid		

Sumber: Data primer yang diolah, 2018

Hasil uji validitas mengenai variabel yaitu kualitas pelayanan sebanyak 5 item kuesioner dinyatakan valid karena  $p\text{-value} < 0,05$ , kepuasan pelanggan sebanyak 5 item kuesioner dinyatakan valid karena  $p\text{-value} < 0,05$ , dan loyalitas pelanggan sebanyak 5 item kuesioner dinyatakan valid karena  $p\text{-value} < 0,05$ .

Hasil uji reliabilitas mengenai variabel kualitas pelayanan sebesar 0,659, kepuasan pelanggan sebesar 0,725 dan loyalitas pelanggan sebesar 0,682 menunjukkan nilai yang reliabel karena nilai *Cronbach's alpha*  $> 0,60$ .

## 3. Hasil Uji Asumsi Klasik

Untuk mengetahui apakah model regresi linear ganda dalam penelitian ini benar-benar menunjukkan hubungan yang signifikan dan representatif atau BLUE (*Best Linear Unbiased Estimator*) dilakukan pengujian asumsi klasik dengan hasil seperti tabel 3 di bawah ini.

**Tabel 3. Hasil Uji Asumsi Klasik**

Uji Asumsi Klasik	Hasil Uji	Kesimpulan
Uji multikolinearitas	Tolerance (0,571); (0,571) $> 0,1$ VIF (1,753); (1,753) $< 10$	Tidak ada multikolinearitas
Uji autokorelasi	$p (0,691) > 0,05$	Tidak ada autokorelasi
Uji heteroskedastisitas	$P (0,488); (0,942) > 0,05$	Tidak terjadi heteroskedastisitas
Uji normalitas	$p (0,244) > 0,05$	Residual normal

Sumber: Data primer yang diolah, 2018

#### 4. Analisis Jalur

Tujuan analisis jalur dalam penelitian ini untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan (X) terhadap loyalitas pelanggan (Y<sub>2</sub>) yang dimediasi oleh kepuasan pelanggan (Y<sub>1</sub>). Identifikasi variabel untuk model empiris yang diharapkan dari penelitian ini terdiri dari 3 variabel. Variabel independen diwakili kualitas pelayanan (X), sedangkan variabel dependen diwakili oleh variabel loyalitas pelanggan (Y<sub>2</sub>), dan variabel yang berfungsi sebagai perantara atau mediasi adalah kepuasan pelanggan (Y<sub>1</sub>). Hasil analisis jalur 1 ditunjukkan dalam tabel 4 sebagai berikut:

**Tabel 4. Hasil Analisis Regresi 1**

Model	Unstandardized Coefficients	Standardized Coefficients	t	Sig.
(Constant)	6,705		3,733	0,000
Kualitas Pelayanan	0,693	0,655	8,589	0,000

Sumber: Data primer yang diolah, 2018

Berdasarkan hasil analisis regresi linear sederhana diperoleh persamaan garis regresinya sebagai berikut:

$$Y_1 = 6,705 + 0,693 X$$

Interpretasi dari persamaan regresi tersebut adalah:

$\alpha$  : 6,705 artinya jika kualitas pelayanan (X) sama dengan nol, maka kepuasan pelanggan (Y<sub>1</sub>) adalah positif.

$\beta_1$  : 0,693 artinya pengaruh variabel kualitas pelayanan (X) terhadap kepuasan pelanggan (Y<sub>1</sub>) positif, artinya apabila kualitas pelayanan meningkat, maka dapat meningkatkan kepuasan pelanggan (Y<sub>1</sub>).

Berdasarkan hasil analisis koefisien jalur dapat dilihat bahwa besarnya nilai *Standardized Beta* p<sub>1</sub> yaitu sebesar 0,655.

Hasil analisis jalur 2 ditunjukkan dalam tabel 5 sebagai berikut:

**Tabel 5. Hasil Analisis Regresi 2**

Variabel	Unstandardized Coefficient	Standardized Coefficients	t	Sig.
Constant	6,561		4,505	0,000
Kualitas Pelayanan	0,364	0,400	4,491	0,000
Kepercayaan	0,363	0,422	4,737	0,000
F-hitung = 61,781				0,000
Adjusted R Square = 0,551				

Sumber: Data primer yang diolah, 2018

Berdasarkan hasil analisis regresi linear berganda diperoleh persamaan garis regresinya sebagai berikut:

$$Y_2 = 6,561 + 0,364 X + 0,363 Y_1$$

Interpretasi dari persamaan regresi tersebut adalah:

$\alpha$  : 6,561 artinya jika kualitas pelayanan (X) dan kepuasan pelanggan (Y<sub>1</sub>) sama dengan nol, maka loyalitas pelanggan (Y<sub>2</sub>) adalah positif.

$\beta_2$  : 0,364 artinya pengaruh variabel kualitas pelayanan (X) terhadap loyalitas pelanggan ( $Y_2$ ) positif, artinya apabila kualitas pelayanan meningkat, maka dapat meningkatkan loyalitas pelanggan ( $Y_2$ ) dengan asumsi variabel kepuasan pelanggan ( $Y_1$ ) dianggap tetap.

$\beta_3$  : 0,363 artinya pengaruh variabel kepuasan pelanggan ( $Y_1$ ) terhadap loyalitas pelanggan ( $Y_2$ ) positif, artinya apabila kepuasan pelanggan meningkat, maka dapat meningkatkan loyalitas pelanggan ( $Y_2$ ) dengan asumsi variabel kualitas pelayanan (X) dianggap tetap.

Berdasarkan hasil analisis koefisien jalur dapat dilihat bahwa besarnya nilai *Standardized Beta*  $\beta_2$  yaitu sebesar 0,400 dan  $\beta_3$  yaitu sebesar 0,422.

## 6. Uji Pengaruh Langsung

### a. Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan

Hasil analisis diperoleh t hitung sebesar 8,589 dengan *p-value* sebesar  $0,000 < 0,05$  maka  $H_0$  ditolak berarti ada pengaruh yang signifikan kualitas pelayanan (X) terhadap kepuasan pelanggan ( $Y_1$ ) Rias Pengantin Putri Ayu di Surakarta. Dengan demikian hipotesis ke-1 yang menyatakan bahwa: “Ada pengaruh yang signifikan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan Rias Pengantin Putri Ayu di Surakarta”, diterima atau terbukti kebenarannya.

### b. Pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan

Hasil analisis diperoleh t hitung sebesar 4,491 dengan *p-value* sebesar  $0,000 < 0,05$  maka  $H_0$  ditolak berarti ada pengaruh yang signifikan kualitas pelayanan (X) terhadap loyalitas pelanggan ( $Y_2$ ) Rias Pengantin Putri Ayu di Surakarta. Dengan demikian hipotesis ke-2 yang menyatakan bahwa: “Ada pengaruh yang signifikan kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan Rias Pengantin Putri Ayu di Surakarta”, diterima atau terbukti kebenarannya.

### c. Pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan

Hasil analisis diperoleh t hitung sebesar 4,737 dengan *p-value* sebesar  $0,000 < 0,05$  maka  $H_0$  ditolak berarti ada pengaruh yang signifikan kepuasan pelanggan ( $Y_1$ ) terhadap loyalitas pelanggan ( $Y_2$ ) Rias Pengantin Putri Ayu di Surakarta. Dengan demikian hipotesis ke-3 yang menyatakan bahwa: “Ada pengaruh yang signifikan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan Rias Pengantin Putri Ayu di Surakarta”, diterima atau terbukti kebenarannya.

## 7. Uji Pengaruh Tidak Langsung

Uji pengaruh tidak langsung digunakan untuk menguji apakah kepuasan pelanggan memediasi pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan Rias Pengantin Putri Ayu di Surakarta. Hasil analisis diperoleh koefisien pengaruh tidak langsung  $>$  koefisien pengaruh langsung ( $0,684 > 0,422$ ). Dari hasil tersebut disimpulkan bahwa pengaruh tidak langsung kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan yang dimediasi kepuasan pelanggan signifikan. Dengan demikian hipotesis ke-4 yang menyatakan “Ada pengaruh yang signifikan kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan yang dimediasi oleh kepuasan pelanggan Rias Pengantin Putri Ayu di Surakarta” diterima atau terbukti kebenarannya.

## 8. Uji F

Hasil analisis diperoleh *probability value* sebesar  $0,000 < 0,05$  maka  $H_0$  ditolak berarti model regresi tepat (*fit*) dalam memprediksi pengaruh kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan.



## 9. Koefisien Determinasi

Hasil perhitungan diperoleh nilai *Adjusted R Square* = 0,551 berarti diketahui bahwa pengaruh yang diberikan oleh variabel kualitas pelayanan (X) dan kepuasan pelanggan (Y<sub>1</sub>) terhadap loyalitas pelanggan (Y<sub>2</sub>) Rias Pengantin Putri Ayu di Surakarta sebesar 55,1% sedangkan sisanya (100% - 55,1%) = 44,9% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain diluar variabel yang diteliti.

## PEMBAHASAN

### 1. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan pelanggan

Hasil analisis diperoleh t hitung sebesar 8,589 dengan *p-value* sebesar 0,000 < 0,05 maka Ho ditolak berarti ada pengaruh yang signifikan kualitas pelayanan (X) terhadap kepuasan pelanggan (Y<sub>1</sub>) Rias Pengantin Putri Ayu di Surakarta. Dengan demikian hipotesis ke-1 yang menyatakan bahwa: “Ada pengaruh yang signifikan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan Rias Pengantin Putri Ayu di Surakarta”, diterima atau terbukti kebenarannya.

Berdasarkan hasil penelitian dapat dijelaskan bahwa kualitas pelayanan berkaitan erat dengan persepsi pelanggan tentang mutu suatu usaha. Semakin baik pelayanan yang akan mempengaruhi tingkat kepuasan yang dirasakan pelanggan sehingga usaha tersebut akan dinilai semakin bermutu. Sebaliknya apabila pelayanan yang diberikan kurang baik dan memuaskan, maka usaha tersebut juga dinilai kurang bermutu. Usaha untuk meningkatkan kualitas pelayanan harus terus dilakukan agar dapat memaksimalkan kualitas jasa. Hasil penelitian ini mendukung penelitian yang dilakukan oleh Sanistasya (2015), Nilasari dan Istiatin (2015), Darwin dan Kunto (2014), dan Iskandar (2012) yang menyatakan bahwa variabel kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

### 2. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas pelanggan

Hasil analisis diperoleh t hitung sebesar 4,491 dengan *p-value* sebesar 0,000 < 0,05 maka Ho ditolak berarti ada pengaruh yang signifikan kualitas pelayanan (X) terhadap loyalitas pelanggan (Y<sub>2</sub>) Rias Pengantin Putri Ayu di Surakarta. Dengan demikian hipotesis ke-2 yang menyatakan bahwa: “Ada pengaruh yang signifikan kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan Rias Pengantin Putri Ayu di Surakarta”, diterima atau terbukti kebenarannya.

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa pengaruh variabel kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan positif dan signifikan, artinya apabila kualitas pelayanan meningkat, maka dapat meningkatkan loyalitas pelanggan. Hasil penelitian ini mendukung penelitian yang dilakukan oleh Sanistasya (2015), Darwin dan Kunto (2014), dan Iskandar (2012) yang menyatakan bahwa variabel kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Sehingga semakin baik kualitas pelayanan maka akan semakin tinggi loyalitas pelanggan. Sebaliknya jika semakin rendah kualitas pelayanan yang diberikan akan semakin rendah pula loyalitas pelanggan.

### 3. Pengaruh Kepuasan pelanggan terhadap Loyalitas pelanggan

Hasil analisis diperoleh t hitung sebesar 4,737 dengan *p-value* sebesar 0,000 < 0,05 maka Ho ditolak berarti ada pengaruh yang signifikan kepuasan pelanggan (Y<sub>1</sub>) terhadap loyalitas pelanggan (Y<sub>2</sub>) Rias Pengantin Putri Ayu di Surakarta. Dengan demikian hipotesis ke-3 yang menyatakan bahwa: “Ada pengaruh yang signifikan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan Rias Pengantin Putri Ayu di Surakarta”, diterima atau terbukti kebenarannya.

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa pengaruh variabel kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan positif dan signifikan, artinya apabila kepuasan

pelanggan meningkat, maka dapat meningkatkan loyalitas pelanggan. Hasil penelitian ini mendukung penelitian yang dilakukan oleh Sanistasya (2015), Darwin dan Kunto (2014), dan Iskandar (2012) bahwa variabel kepuasan pelanggan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Berdasarkan hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan mempunyai hubungan positif yang kuat dengan loyalitas pelanggan. Kepuasan pelanggan merupakan faktor utama ataumempunyai pengaruh yang paling kuat terhadap loyalitas pelanggan. Perusahaan perlu emonitor dan meningkatkan kepuasan pelanggannya karena makin tinggi kepuasan pelanggan, berarti makin besar pula kemungkinan pelanggan tetap setia.

#### **4. Kepuasan pelanggan Memediasi Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas pelanggan**

Hasil analisis diperoleh koefisien pengaruh tidak langsung  $>$  koefisien pengaruh langsung ( $0,684 > 0,422$ ). Dari hasil tersebut disimpulkan bahwa pengaruh tidak langsung kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan yang dimediasi kepuasan pelanggan signifikan. Dengan demikian hipotesis ke-4 yang menyatakan: “Ada pengaruh yang signifikan kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan yang dimediasi oleh kepuasan pelanggan Rias Pengantin Putri Ayu di Surakarta” diterima atau terbukti kebenarannya. diterima atau terbukti kebenarannya. Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa pengaruh kepuasan pelanggan memediasi pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan, artinya kepuasan pelanggan memperkuat pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan. Hasil penelitian ini konsisten dengan penelitian yang dilakukan oleh Sanistasya (2015), Darwin dan Kunto (2014), dan Iskandar (2012) bahwa variabel kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan dengan kepuasan pelanggan sebagai variabel mediasi.

#### **KESIMPULAN**

Hasil penelitian diperoleh kesimpulan bahwa ada pengaruh yang signifikan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan Rias Pengantin Putri Ayu di Surakarta. Hal ini berarti dalam upaya meningkatkan kepuasan pelanggan, harus dapat meningkatkan kualitas pelayanannya dengan memberikan pelayanan yang cepat dan tepat, ramah serta sesuai dengan permintaan pelanggan. Pengujian pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan pelanggan diperoleh kesimpulan ada pengaruh yang signifikan kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan Rias Pengantin Putri Ayu di Surakarta. Pengujian pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan pelanggan diperoleh kesimpulan ada pengaruh yang signifikan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan Rias Pengantin Putri Ayu di Surakarta. Rias Pengantin Putri Ayu dalam upaya meningkatkan loyalitas pelanggan, harus dapat menciptakan kepuasan pelanggan dengan cara membangun reputasi perusahaan yang baik, bersikap jujur dan bersikap profesional dalam memberikan pelayanan serta tidak membedakan pelanggan, sehingga secara tidak langsung dapat meningkatkan kepuasan pelanggan. Pengujian mediasi kepuasan pelanggan pada pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan kesimpulan bahwa kepuasan pelanggan memediasi pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan. Hal tersebut berarti pelayanan yang diberikan oleh Rias Pengantin Putri Ayu di Surakarta dalam menumbuhkan kepuasan pelanggan yang pada akhirnya berdampak peningkatan loyalitas pelanggan.

## DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, Suharsimi. 2006. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Rineka Cipta. Jakarta.
- Darwin, Steven dan Yohanes Sondang Kunto. 2014. “Analisis Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Loyalitas Pelanggan dengan Kepuasan dan Kepercayaan Pelanggan sebagai Variabel Intervening Pada Asuransi Jiwa Manulife Indonesia-Surabaya”. *Jurnal Manajemen Pemasaran Petra*. Vol 2, No. 1 Tahun 2014. Hal. 1-12.
- Djarwanto, Ps dan Subagyo, Pangestu. 2006. *Statistik Induktif. Edisi 5*. BPFE. Yogyakarta.
- Ghozali, Imam. 2009. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan program SPSS*. Universitas Diponegoro. Semarang.
- Hadi, Sutrisno. 2006. *Metodologi Reserarch*. BPFE. Yogyakarta.
- Hasan, Ali. 2008. *Marketing*. Media Utama. Yogyakarta.
- Hurriyati, Ratih. 2005. *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*. Alfabeta. Bandung.
- Iskandar, Dibyo. 2012. “Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Nasabah dengan Kepuasan dan Kepercayaan Nasabah sebagai Variabel Intervening (Studi Empiris Nasabah PD. Bank Perkreditan Rakyat BKK Boyolali Kota)”. *Probank*. Vol. 20. No. 23 Edisi Mei . Hal. 1-14.
- Kotler, Philip. 2007. *Manajemen Pemasaran. Analisis Perencanaan. Pengendalian*. Prentice Hall. Edisi Bahasa Indonesia. Jakarta.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2007. *Manajemen Pemasaran*. Terjemahan Benjamin Molan. Jilid 2. Edisi Kedua Belas. Indeks. Jakarta.
- Kuswadi. 2004. *Cara Mengukur Kepuasan Karyawan*. Elex Media. Jakarta.
- Mardalis, Ahmad. 2005. *Meraih Loyalitas Pelanggan*. Balai Pustaka. Jakarta.
- Nilasari, Eswika dan Istiatin. 2015. “Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen pada Dealer PT. Ramayana Motor Sukoharjo”. *Jurnal Paradigma*. Vol. 13, No. 01, Februari – Juli . Hal. 1-12.
- Rangkuti, Freddy. 2008. *Strategi Promosi yang Kreatif dan Analisis Kasus Integrated Marketing Communication*. Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.
- Sanistasya, Poppy Alvianolita. 2015. “Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Nasabah dan Loyalitas Nasabah Tabungan Britama pada PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk Cabang Samarinda”. *eJournal Ilmu Administrasi Bisnis*. 2015. Volume 3 No. 1. Hal. 231-243.
- Sugiyono. 2007. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Alfabeta. Bandung.
- Tjiptono, Fandy. 2006. *Manajemen Pelayanan Jasa*. Andi. Yogyakarta.
- Tjiptono, Fandy dan Chandra, Gregorius. 2005. *Manajemen Kualitas Jasa*. Andi. Yogyakarta.
- Usmara. 2008. *Strategi Baru Manajemen Pemasaran*. Amara Books. Jakarta.
- Yamit, Zulian. 2005. *Manajemen Kualitas Produk Dan Jasa*. Ekonisia. Yogyakarta.
- Zeithaml dan Bitner, MI. 2003. *Services Marketing: Integrating Customer Focus Across the Firm*. 3rd edition. Boston: McGraw Hill/Irwin.