

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

Erna Murtiningsih¹⁾

Retno Susanti²⁾

Dorothea Ririn Indriastuti³⁾

1, 2, 3) Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Slamet Riyadi Surakarta
e-mail: ¹⁾putrierna795@gmail.com

ABSTRACT

Purpose of this study to know: 1) significance the effect of service quality and price on customer satisfaction, 2) significance the effect of service quality, price and customer satisfaction on customer loyalty, 3) the effect of service quality and price on customer loyalty with customer satisfaction as a variable mediation. The population of the study is the consumers of Warmindo Berseri Solo with a sample of 100 people and accidental sampling technique. Data collection techniques used observation, questionnaires and literature study. Data analysis techniques used path analysis. The results showed that service quality has a significant effect on customer satisfaction. Price has a significant effect on customer satisfaction. Service quality has a significant effect on customer loyalty. Price has a significant effect on customer loyalty. Customer satisfaction has a significant effect on customer loyalty. Customer satisfaction mediates the effect of service quality on customer loyalty. Customer satisfaction mediates the effect of prices on customer loyalty.

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

PENDAHULUAN

Usaha kuliner merupakan salah satu bisnis yang berkembang dengan pesat dan menghasilkan keuntungan yang besar, karena pada dasarnya makanan merupakan salah satu kebutuhan pokok manusia yang harus dipenuhi. Populasi penduduk di Indonesia khususnya daerah Kota Surakarta jumlah penduduk pada tahun 2015 terdapat 552.650 jiwa dan di tahun 2016 terdapat 570.876 jiwa (Data Kependudukan Surakarta tahun 2018). Hal tersebut menunjukkan bahwa pertumbuhan jumlah penduduk diperkirakan akan terus meningkat dari tahun ke tahun, sehingga semakin banyak peluang bisnis kuliner makanan yang diciptakan di Surakarta.

Melihat potensi bisnis yang ada di Surakarta, pebisnis memulai membuka usaha rumah makan. Salah satunya adalah Warung Makan Indomie Berseri atau yang sering di sebut dengan Warmindo Berseri, tepatnya di Jalan Ronggowarsito No. 183, Timuran, Kec. Banjarsari. Warmindo Berseri memiliki letak yang sangat strategis karena tepat berada di pertigaan depan Sriwedari maju ke utara 500 meter dan berada di dekat perempatan RS PKU Muhammadiyah Surakarta. Warmindo Berseri didirikan oleh Bapak Simon pada Tahun 2018. Pelanggan yang datang berasal dari berbagai kalangan, mulai dari anak-anak, remaja, hingga dewasa. Warmindo Berseri buka setiap hari 24 jam. Hasil perolehan data dari wawancara dengan Bapak Simon mengatakan bahwa dalam sehari rumah makan ini bisa menghabiskan 100 bungkus indomie. Hasil data lain diperoleh melalui wawancara dari salah satu pelanggan yang mengatakan bahwa pembeli selalu ingin untuk datang dan berlangganan di Warmindo Berseri, karena rasa dan kualitas pelayanan yang diciptakan dari Warmindo berbeda dengan warung sejenisnya, selain itu

tempatnya luas, nyaman dan memiliki fasilitas seperti Wifi, TV, Music dan Charger di setiap meja sehingga banyak pelanggan yang loyal.

Beberapa faktor yang berpengaruh dalam bisnis kuliner salah satunya adalah kualitas pelayanan yang baik untuk membangun usaha kuliner yang berkualitas, karena kualitas memiliki hubungan yang sangat erat dengan kepuasan pelanggan. Kualitas memberikan dorongan kepada pelanggan untuk menjalin ikatan yang baik dan kuat dengan perusahaan, sedangkan kepuasan pelanggan merupakan tonggak keberhasilan suatu perusahaan. Wujud kepuasan pelanggan akan menciptakan citra positif dan kepercayaan untuk tetap membeli produk bahkan merekomendasikan kepada orang lain sehingga menambah pelanggan baru dari waktu ke waktu. Kepuasan pelanggan ditentukan oleh persepsi pelanggan atas *performance* produk atau jasa dalam memenuhi harapan pelanggan. Pelanggan merasa puas apabila harapannya terpenuhi atau akan sangat puas jika harapan pelanggan terlampaui (Tjiptono 2011: 199).

Harga merupakan salah satu atribut paling penting yang dievaluasi oleh konsumen, dan manajer harus benar-benar menyadari peran tersebut dalam pembentukan sikap pelanggan (Sopiah dan Sangadji 2013: 206). Berkaca pada sudut pandang produsen, harga merupakan salah satu penentu keberhasilan suatu perusahaan karena harga menentukan seberapa besar keuntungan yang akan diperoleh perusahaan dari penjualan produknya baik berupa barang maupun jasa. Menetapkan harga terlalu tinggi akan menyebabkan penjualan akan menurun, namun jika harga terlalu rendah akan mengurangi keuntungan yang dapat diperoleh perusahaan. Kamaru (2017) dalam penelitiannya menunjukkan bahwa harga, kualitas pelayanan, berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan. Bhagaskoro (2017) menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan harga berpengaruh signifikan terhadap loyalitas. Setyawan (2009) menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Margono (2016) memberikan hasil yang berbeda bahwa kualitas pelayanan tidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan.

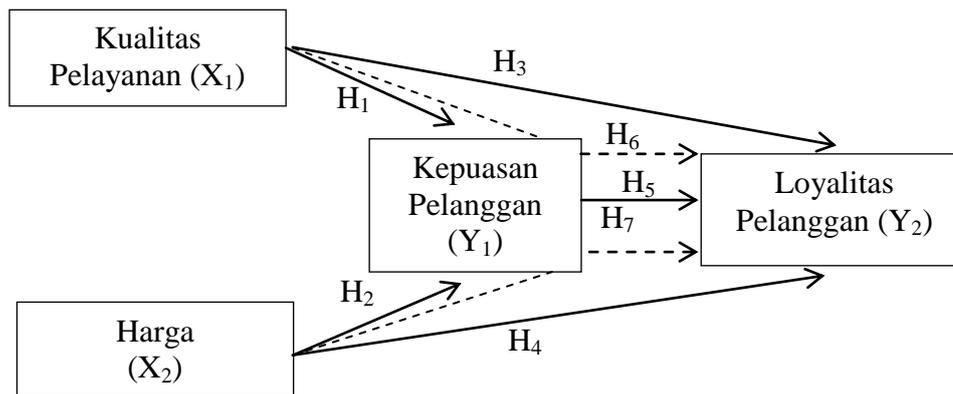
“Kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja atau hasil dari sebuah produk yang dipikirkan terhadap kinerja atau hasil yang diharapkan” (Kotler dan Keller, 2009: 138). Kepuasan pelanggan merupakan elemen penting yang perlu mendapat perhatian lebih. Pelanggan yang merasa puas pada produk yang digunakannya akan kembali menggunakan produk yang ditawarkan. Saat ini banyak bermunculan Warung Makan Indomie yang serupa di Surakarta seperti Burjo Tiada Tara, Burjo Asri, Burjo Manahan dan Burjo Pandan Sari. Penelitian Kamaru (2017) menyatakan bahwa harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan dampaknya pada loyalitas pelanggan usaha kecil menengah menunjukkan bahwa harga, kualitas pelayanan, berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan.

Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis: 1) menganalisis pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan di Warmindo Berseri di Surakarta, 2) menganalisis pengaruh kualitas pelayanan, harga dan kepuasan terhadap loyalitas pelanggan di Warmindo Berseri di Surakarta 3) menganalisis pengaruh harga dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan Warmindo Berseri di Surakarta yang dimediasi oleh kepuasan pelanggan di Surakarta.

Kerangka Pemikiran

Kerangka pemikiran dalam penelitian ini sebagai berikut:



Gambar 1. Skema Kerangka Pemikiran

Keterangan:

1. Variabel bebas: kualitas pelayanan dan harga
2. Variabel terikat: loyalitas pelanggan
3. Variabel mediasi: kepuasan pelanggan

Landasan Teori dan Perumusan Hipotesis

1. Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan

Menurut Cronin dan Taylor dalam Tjiptono (2011: 313), salah satu kemungkinan hubungan yang banyak disepakati adalah bahwa kepuasan membantu konsumen dalam merevisi persepsinya terhadap kualitas pelayanan. Kualitas pelayanan suatu perusahaan harus terus dipertahankan dan ditingkatkan karena pelanggan mengharapkan mendapat suatu pelayanan yang baik. Kepuasan pelanggan merupakan perbandingan antara persepsi dengan harapan pelanggan terhadap kualitas pelayanan yang dirasakan. Hasil penelitian yang dilakukan oleh Putri, Samuel, Karina dan Brahmana (2014), Kamaru, Taufik dan Arni Kurniati (2017), Sembiring, Suharyono dan Kusumawati (2014) menyatakan bahwa terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan, sehingga perumusan hipotesis adalah sebagai berikut:

H₁ : Kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan di Warmindo Berseri Surakarta.

2. Pengaruh harga terhadap kepuasan pelanggan

Menurut Tjiptono (2011: 67) mengemukakan bahwa harga yang ditetapkan oleh sebuah perusahaan tidak sesuai dengan manfaat produk maka hal itu dapat menurunkan tingkat kepuasan pelanggan, dan sebaliknya jika harga yang ditetapkan oleh sebuah perusahaan sesuai dengan manfaat yang diterima maka akan meningkatkan kepuasan pelanggan. Harga merupakan suatu nilai tukar yang bisa disamakan dengan uang atau barang lain untuk manfaat yang diperoleh dari suatu barang atau jasa bagi seseorang pada waktu tertentu dan tempat tertentu. Hasil penelitian yang dilakukan oleh Kamaru, Taufik dan Kurniati (2017), Suwarni dan Gunanto (2010) menyatakan bahwa harga berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Berdasarkan pernyataan di atas maka dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

H₂ : Harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan di Warmindo Berseri Surakarta.

3. Pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan

“Mempertahankan konsumen merupakan hal penting dari pada masyarakat konsumen” (Kotler dan Keller, 2012: 140). Kepuasan pelanggan dapat menjadi dasar menuju terwujudnya pelanggan yang loyal atau setia. Menurut Irawan (2008: 3) “Kepuasan

pelanggan adalah hasil akumulasi dari konsumen atau pelanggan dalam menggunakan produk”. Pelanggan yang Puas akan berbagi rasa dan pengalaman dengan pelanggan lain, sehingga akan menjadi referensi bagi perusahaan yang bersangkutan. Kepuasan akan terjadi jika perusahaan mampu menyediakan produk, harga dan aspek lain sesuai dengan harapan atau melebihi pelanggan. Pelanggan yang merasa puas apabila harapannya terpenuhi atau akan sangat puas jika harapan pelanggan terlampaui. Hasil penelitian yang dilakukan oleh Sembiring, Suharyono dan Kusumawati (2014), Kamaru, Taufik dan Kurniati (2017), Putri, Samuel, Karina dan Brahmana (2014) menyatakan bahwa kepuasan pelanggan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Berdasarkan pernyataan di atas maka dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

H₃ : Kepuasan pelanggan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan di Warmindo Berseri Surakarta.

4. Pengaruh harga terhadap loyalitas pelanggan

Harga merupakan sejumlah uang yang dibebankan atau suatu produk atau jasa, atau jumlah nilai yang ditukarkan konsumen atas manfaat-manfaat karena memiliki atau menggunakan produk atau jasa tersebut (Kotler dan Armstrong, 2012: 314). Hasil penelitian yang dilakukan oleh Kamaru, Taufik dan Arni Kurniati (2017), Suwarni dan Gunanto (2010) menyatakan bahwa harga dan kualitas pelayanan berpengaruh positif signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Berdasarkan pernyataan di atas maka dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

H₄ : Harga berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan di Warmindo Berseri Surakarta.

5. Pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan

Hubungan kualitas pelayanan dan loyalitas pelanggan tidak terlepas dari kreativitas pelayanan yang ditawarkan. Untuk mewujudkan suatu pelayanan yang berkualitas yang mampu menciptakan loyalitas pelanggan dapat dengan melalui kepuasan pelanggan harus mampu memahami tingkat persepsi dan harapan pelanggan (Hidayat, 2009: 64). Hasil penelitian Suwarni dan Gunanto (2010), Maftukhin (2012), Sembiring Suharyono dan Kusumawati (2014), Kamaru, Taufik dan Arni Kurniati (2017), Putri, Samuel, Karina dan Brahmana (2014) menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan, sehingga hipotesis dapat dirumuskan sebagai berikut:

H₅ : Kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan di Warmindo Berseri Surakarta.

6. Pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan dengan kepuasan pelanggan sebagai variabel mediasi

“Kualitas pelayanan adalah ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan mampu sesuai dengan ekspektasi pelanggan” (Wijaya, 2011: 152). Kualitas pelayanan suatu perusahaan harus terus dipertahankan dan ditingkatkan karena pelanggan mengharapkan mendapatkan suatu pelayanan yang baik bahkan melebihi yang mereka harapkan sehingga pelanggan akan puas terhadap perusahaan jasa tersebut. Kepuasan pelanggan merupakan perbandingan antara persepsi dengan harapan pelanggan terhadap kualitas pelayanan yang dirasakan. Kualitas pelayanan memiliki pengaruh secara langsung terhadap loyalitas pelanggan, sehingga jika upaya peningkatan kualitas pelayanan dilakukan perusahaan berhasil maka loyalitas pelanggan akan dapat tercipta. Hasil penelitian yang dilakukan oleh Putri, Samuel, Karina dan Brahmana (2014), Kamaru, Taufik dan Kurniati (2017), Sembiring, Suharyono dan Kusumawati (2014) menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan dengan kepuasan pelanggan sebagai

variabel mediasi. Berdasarkan pernyataan di atas maka dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

H₆: Ada pengaruh yang signifikan kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan pada Warmindo Berseri dengan kepuasan pelanggan sebagai variabel mediasi.

7. Pengaruh harga terhadap loyalitas pelanggan dengan kepuasan pelanggan sebagai variabel mediasi

Harga dengan loyalitas pelanggan memiliki hubungan karena pelanggan sangat sensitif terhadap harga sehingga harga suatu produk yang relatif lebih tinggi dibandingkan para pesaingnya dapat mengeliminasi produk dari pertimbangan pelanggan (Sopiah, 2013: 206). Hasil penelitian yang dilakukan oleh Kamaru, Taufik dan Arni Kurniati (2017) menyatakan bahwa harga berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan dengan kepuasan pelanggan sebagai variabel mediasi. Berdasarkan pernyataan di atas maka dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

H₇: Ada pengaruh yang signifikan harga terhadap loyalitas pelanggan pada Warmindo Berseri dengan kepuasan pelanggan sebagai variabel mediasi.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini merupakan penelitian survei pada pelanggan di Warmindo Berseri Surakarta. Populasi penelitian ini adalah seluruh pelanggan Warmindo Berseri yang jumlahnya tidak diketahui dengan pasti. Sampel sebanyak 100 responden dengan teknik *purposive sampling*.

Indikator kualitas pelayanan dari Tjiptono (2008: 59) yang terdiri dari kehandalan daya tanggap, jaminan, empati dan bukti fisik. Indikator harga dari pernyataan Kotler dan Armstrong (2012: 178) yang terdiri dari keterjangkauan harga, kesesuaian harga dengan kualitas produk, daya saing harga dan kesesuaian harga dengan manfaat. Indikator kepuasan pelanggan berdasarkan pernyataan dari Kotler dan Keller (2012: 14) yang terdiri dari produk sesuai harapan, perasaan senang saat membeli, menikmati produk yang dijual dan menyukai produk yang disajikan sedangkan indikator loyalitas pelanggan dari Hurriyati (2015: 130) yang terdiri dari melakukan pembelian ulang secara teratur, membeli lini produk dan jasa, mereferensikan kepada orang lain dan menunjukkan kekebalan terhadap tarikan pesaing. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner, dokumentasi observasi dan studi pustaka. Analisis data yang digunakan adalah analisis deskriptif, analisis regresi linear berganda, uji t, uji ketepatan model, koefisien determinasi dan uji Sobel.

HASIL PENELITIAN

Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen

Hasil uji validitas menggunakan korelasi *product moment pearson* dimana hasil uji menunjukkan bahwa semua butir pernyataan kualitas pelayanan, harga, kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan diperoleh *p value* < 0,05 sehingga semua item pernyataan dinyatakan valid. Hasil reliabilitas diperoleh hasil bahwa nilai cronbach alpha kualitas pelayanan (0,779), harga (0,721), kepuasan (0,720) dan loyalitas (0,790) dinyatakan reliabel karena nilai *Cronbach Alpha* masing-masing variabel > 0,60.

Hasil Uji Asumsi Klasik

Hasil uji asumsi klasik pada tabel 1.

Tabel 1. Hasil Uji Asumsi Klasik

Uji Asumsi Klasik	Variabel	Hasil Uji	Kesimpulan
Uji multikolinearitas	Kualitas Pelayanan	<i>Tolerance</i> (0,650) > 0,10 VIF (1,539) < 10	Tidak terjadi multikolinearitas
	Harga	<i>Tolerance</i> (0,668) > 0,10 VIF (1,497) < 10	
	Kepuasan Pelanggan	<i>Tolerance</i> (0,634) > 0,10 VIF (1,577) < 10	
Uji autokorelasi		p (0,688) > 0,05	Tidak terjadi autokorelasi
Uji heteroskedastisitas	Kualitas Pelayanan	p (0,077) > 0,05	Tidak terjadi heteroskedastisitas
	Harga	p (0,382) > 0,05	
	Kepuasan Pelanggan	p (0,463) > 0,05	
Uji normalitas		p (0,413) > 0,05	Residual terdistribusi normal

Sumber: Data primer diolah, 2019

Analisis Regresi Linear Berganda

Regresi linear berganda digunakan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan serta pengaruh kualitas pelayanan, harga dan kepuasan terhadap loyalitas yang dapat dilihat pada tabel 2.

Tabel 2. Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

Variabel	Koefisien Regresi	t	sig
Persamaan 1			
(Constant)	6,860	4,775	0,000
Kualitas Pelayanan	0,280	3,958	0,000
Harga	0,278	3,554	0,001
Persamaan 2			
(Constant)	-0,364	-0,303	0,762
Kualitas Pelayanan	0,451	7,844	0,000
Harga	0,199	3,185	0,002
Kepuasan	0,279	3,646	0,000
Uji F = 78,043			0,000
Adjusted R square = 70,0%			

Sumber: data primer diolah, 2019

1. Persamaan Regresi Linear Berganda 1

Hasil persamaan regresi linear berganda 1 sebagai berikut:

$$Y_1 = 6,860 + 0,280 X_1 + 0,278 X_2$$

Nilai konstanta (a) sebesar 6,860 dan bernilai positif, berarti apabila kualitas pelayanan dan harga dianggap tetap maka kepuasan pelanggan bernilai positif sebesar 6,860. Nilai koefisien variabel (X_1) kualitas pelayanan sebesar 0,280 dan bertanda positif, berarti bahwa apabila kualitas pelayanan semakin baik maka kepuasan pelanggan juga semakin meningkat dengan asumsi variabel harga dianggap tetap. Nilai koefisien variabel (X_2) harga sebesar

0,278 dan bertanda positif, berarti bahwa apabila harga semakin baik maka kepuasan pelanggan semakin meningkat dengan asumsi kualitas pelayanan dianggap tetap.

2. Persamaan Regresi Linear Berganda 2

Persamaan regresi linear berganda 2 sebagai berikut:

$$Y_2 = -0,364 + 0,451 X_1 + 0,199 X_2 + 0,279 Y_1$$

Nilai konstanta (a) sebesar -0,364 dan bernilai negatif, berarti apabila kualitas pelayanan, harga dan kepuasan pelanggan dianggap tetap maka loyalitas pelanggan adalah negatif sebesar -0,364. Nilai koefisien variabel kualitas pelayanan (b_1) sebesar 0,451 dan bertanda positif, berarti bahwa apabila kualitas pelayanan semakin baik maka loyalitas pelanggan juga semakin meningkat dengan asumsi variabel harga dan kepuasan pelanggan dianggap tetap. Nilai koefisien variabel harga (b_2) sebesar 0,199 bertanda positif, berarti bahwa apabila harga semakin baik maka loyalitas pelanggan juga semakin meningkat dengan asumsi variabel kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan dianggap tetap. Nilai koefisien variabel kepuasan pelanggan (b_3) sebesar 0,279 bertanda positif, berarti bahwa apabila kepuasan pelanggan semakin baik maka loyalitas pelanggan juga semakin meningkat dengan asumsi kualitas pelayanan dan harga dianggap tetap.

Uji t

1. Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan
Hasil uji t variabel kualitas pelayanan diperoleh nilai t_{hitung} 3,958 dengan p value $0,000 < 0,05$ maka H_0 ditolak, berarti kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan Warmindo Berseri Solo, sehingga H_1 terbukti kebenarannya.
2. Pengaruh harga terhadap kepuasan pelanggan
Hasil uji t diperoleh nilai t_{hitung} 3,554 dengan p value $0,001 < 0,05$ maka H_0 ditolak, berarti harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan Warmindo Berseri Solo, sehingga H_2 terbukti kebenarannya.
3. Pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan
Hasil uji t diperoleh nilai t_{hitung} 7,844 dengan p value $0,000 < 0,05$ maka H_0 ditolak, berarti kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan Warmindo Berseri Solo, sehingga H_3 terbukti kebenarannya.
4. Pengaruh harga terhadap loyalitas pelanggan
Hasil uji t diperoleh nilai t_{hitung} 3,185 dengan p value $0,002 < 0,05$ maka H_0 ditolak, berarti harga berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan Warmindo Berseri Solo, sehingga H_4 terbukti kebenarannya.
5. Pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan
Hasil uji t diperoleh nilai t_{hitung} 3,646 dengan p value $0,000 < 0,05$ maka H_0 ditolak, berarti kepuasan pelanggan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan Warmindo Berseri Solo, sehingga H_5 terbukti kebenarannya.

Uji Ketepatan Model

Hasil uji F diperoleh p value $0,000 < 0,05$ sehingga model tepat digunakan untuk memprediksi pengaruh variabel kualitas pelayanan, harga dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan Warmindo Berseri Solo.

Koefisien Determinasi

Hasil perhitungan diperoleh nilai $Adjusted R^2 = 0,700$ berarti dapat diketahui bahwa sumbangan atau pengaruh kualitas pelayanan, harga dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas

pelanggan Warmindo Berseri Solo sebesar 0,700 atau sebesar 70,0% sedangkan sisanya 30,0% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti misalnya lokasi dan rasa produk.

Uji Sobel

1. Uji sobel pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan dengan kepuasan pelanggan sebagai variabel mediasi
Hasil perhitungan sobel *test* tersebut mendapatkan nilai Sobel *test statistic* sebesar 2,687 > 1,960 maka membuktikan bahwa kepuasan pelanggan memediasi pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan Warmindo Berseri Solo, sehingga H_6 terbukti kebenarannya.
2. Uji sobel pengaruh harga terhadap loyalitas pelanggan dengan kepuasan pelanggan sebagai variabel mediasi
Hasil perhitungan sobel *test* tersebut mendapatkan nilai Sobel *test statistic* sebesar 2,557 > 1,960 maka membuktikan bahwa kepuasan pelanggan memediasi pengaruh harga terhadap loyalitas pelanggan Warmindo Berseri Solo, sehingga H_7 terbukti kebenarannya.

PEMBAHASAN

1. Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan Warmindo Berseri di Solo. Hasil koefisien regresi bertanda positif sehingga semakin baik kualitas pelayanan maka kepuasan pelanggan juga semakin meningkat. Hasil ini mendukung penelitian dari Putri, Samuel, Karina dan Brahmana (2014), Kamaru, Taufik dan Arni Kurniati (2017) dan Sembiring dan Gunanto (2014) dengan hasil bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Hasil dari analisis deskriptif menunjukkan bahwa penilaian responden atas kualitas pelayanan adalah sudah baik sehingga implikasi dari penelitian ini adalah perlunya pihak Warmindo Berseri di Solo mempertahankan kualitas pelayanan dengan cara menjaga kebersihan lokasi serta memberikan pelayanan dengan ramah dan cepat agar pelanggan semakin puas terhadap pelayanan yang diberikan.

2. Pengaruh harga terhadap kepuasan pelanggan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan Warmindo Berseri di Solo. Hasil koefisien regresi bertanda positif sehingga semakin baik atau dalam hal ini semakin harga mampu bersaing maka kepuasan pelanggan juga semakin meningkat. Hasil ini mendukung penelitian dari Kamaru, Taufik dan Arni Kurniati (2017), Suwarni dan Gunanto (2010) bahwa harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Hasil dari analisis deskriptif menunjukkan bahwa penilaian responden atas harga adalah sudah baik sehingga implikasi dari penelitian ini adalah perlunya pihak Warmindo Berseri di Solo memberikan potongan harga pada waktu-waktu tertentu sehingga pelanggan semakin puas.

3. Pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan Warmindo Berseri di Solo. Hasil koefisien regresi bertanda positif sehingga semakin baik kualitas pelayanan maka loyalitas pelanggan juga semakin meningkat. Hasil ini mendukung penelitian dari Suwarni dan Gunanto (2010); Maftukhin (2012); Putri, Samuel, Karina dan Brahmana (2014) bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan. Hasil dari analisis deskriptif menunjukkan bahwa penilaian responden atas kualitas pelayanan adalah sudah baik sehingga implikasi dari penelitian ini adalah perlunya pihak Warmindo Berseri di Solo menjaga dan meningkatkan kualitas

pelayanan dalam melayani konsumen dengan cara selalu tersenyum dan ramah terhadap setiap konsumen yang datang.

4. Pengaruh harga terhadap loyalitas pelanggan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa harga berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan Warmindo Berseri di Solo. Hasil koefisien regresi bertanda positif sehingga semakin baik harga maka loyalitas pelanggan juga semakin meningkat. Hasil ini mendukung penelitian dari Kamaru, Taufik dan Kurniati (2017); Suwarni dan Gunanto bahwa harga berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan. Hasil dari analisis deskriptif menunjukkan bahwa penilaian responden atas harga adalah sudah baik sehingga implikasi dari penelitian ini adalah perlunya pihak Warmindo Berseri di Solo memberikan potongan harga pada pelanggan yang membeli dalam jumlah besar.

5. Pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan Warmindo Berseri di Solo. Hasil koefisien regresi bertanda positif sehingga semakin baik kepuasan pelanggan maka loyalitas pelanggan juga semakin meningkat. Hasil ini mendukung penelitian dari Kamaru, Taufik dan Arni Kurniati (2017); Sembiring, Suharyono dan Kusumawati (2014) dan Putri, Samuel, Karina dan Brahmana (2014) bahwa kepuasan berpengaruh terhadap loyalitas konsumen. Hasil dari analisis deskriptif menunjukkan bahwa mayoritas responden menyatakan cukup puas sehingga implikasi dari penelitian dalam rangka meningkatkan loyalitas pelanggan adalah pihak Warmindo Berseri di Solo bersikap ramah terhadap semua pelanggan sehingga pelanggan tetap merasa puas dan loyal terhadap Warmindo Berseri di Solo.

6. Pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan dengan kepuasan pelanggan sebagai variabel mediasi

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan Warmindo Berseri di Solo dengan kepuasan pelanggan sebagai variabel mediasi. Hasil ini mendukung penelitian terdahulu dari Kamaru, Taufik dan Arni Kurniati (2017); Sembiring, Suharyono dan Kusumawati (2014) bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas dengan kepuasan pelanggan sebagai variabel mediasi. Implikasi dari penelitian ini bahwa dalam rangka meningkatkan loyalitas pelanggan melalui kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan adalah pihak Warmindo Berseri Solo adalah dengan tidak membeda-bedakan antar pelanggan sehingga tetap memberikan kepuasan bagi pelanggan dan mereka bersedia kembali datang ke Warmindo Berseri di Solo.

7. Pengaruh harga terhadap loyalitas pelanggan dengan kepuasan pelanggan sebagai variabel mediasi

Hasil penelitian menunjukkan bahwa harga berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan dengan kepuasan pelanggan sebagai variabel mediasi. Hasil ini mendukung penelitian terdahulu dari Kamaru, Taufik dan Arni Kurniati (2017) bahwa harga berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan dengan kepuasan pelanggan sebagai variabel mediasi. Implikasi penelitian ini bahwa dalam rangka meningkatkan loyalitas pelanggan melalui harga dan kepuasan pelanggan adalah pihak Warmindo Berseri di Solo membuat program paket menu makann dan minuman sehingga semakin dapat meningkatkan kepuasan dan loyalitas pelanggan.

KESIMPULAN

Kesimpulan dari hasil penelitian ini bahwa kualitas pelayanan dan harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan Warmindo Berseri di Solo, sedangkan kualitas pelayanan, harga dan kepuasan juga berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan Warmindo Berseri di Solo dengan upaya pemilik Warmindo tersebut membuat paket menu makan dan minum sehingga meningkatkan kepuasan dan loyalitas terhadap pelanggan. Kualitas pelayanan dan harga berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan Warmindo Berseri di Solo dengan kepuasan pelanggan sebagai variabel mediasi, sehingga pemilik Warmindo Berseri di Solo hendaknya menjaga kebersihan ruangan, bersikap ramah kepada konsumen, tidak membedakan antar pelanggan, memberikan potongan harga pada waktu tertentu serta kepada pelanggan yang membeli dalam jumlah besar, membuat program paket menu makanan dan minuman dalam upaya meningkatkan kepuasan dan loyalitas pelanggan.

DAFTAR PUSTAKA

- Irawan, Handi. 2008. *Membedah Strategi Kepuasan Pelanggan*. Cetakan Pertama. Gramedia. Jakarta
- Kamaru, Taufik dan Arni Kurniati. 2017. "Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan Dampaknya pada Loyalitas Pelanggan Usaha Kecil Menengah Monster Shaker Café". *Jurnal Manajemen*. Vol. 5 No. 2, hal 1-9.
- Kotler, Philip dan Gary Armstrong. 2012. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. (Alih Bahasa: Bob Sabran). Erlangga. Jakarta.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2012. *Manajemen Pemasaran*. (Alih Bahasa: Bob Sabran). Erlangga. Jakarta.
- Margono dan Sumaryanto. 2016. "Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan dengan Kepuasan sebagai Variabel Mediasi". *Skripsi* (Tidak Dipublikasikan) Fakultas Ekonomi Universitas Slamet Riyadi. Surakarta.
- Muftakhin, Muhammad. 2012. "Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk terhadap Loyalitas Pelanggan". *e-journal Universitas Dian Nuswantoro Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis*. Vol. 2, No. 1, Hal. 1-15.
- Mustofa, Ali dan Rahayu Triastity. 2016. "Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan dengan Kepuasan Pelanggan sebagai Variabel Mediasi". *Skripsi*. (Tidak Dipublikasikan). Fakultas Ekonomi Universitas Slamet Riyadi. Surakarta.
- Putri, Shandy Widjoyo. Hatane Samuel dan Ritzky Karina Brahmana. 2014. "Pengaruh Kualitas Layanan dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Konsumen Restoran Happy Garden Surabaya". *Jurnal Manajemen Pemasaran*. Vol. 2, No. 1, (2014) 1-9.
- Sopiah dan Sangadji. 2013. *Perilaku Konsumen*. Andi. Yogyakarta.
- Suwarni, Emi dan Muji Gunanto. 2010. "Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Loyalitas Pelanggan". *e-Journal Universitas Bima Darma Jurusan Manajemen*. Vol. 4, No. 8, Hal 1-13.
- Sembiring, Janita Inka, Suharyono dan Kusumawati Andriani. 2014. "Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan dalam Membentuk Loyalitas Pelanggan". *Jurnal Administrasi Bisnis*. Vol.15 No. 1. Hal.1-13.
- Tjiptono. Fandi. 2011. *Pemasaran Jasa*. Andi. Yogyakarta.
- Wijaya, T. 2011. *Manajemen Kualitas Jasa*. Edisi 1. Indeks. Jakarta