

**Pengaruh Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pada Toko Irma Jaya  
Kecamatan Taliabu Utara**

*The Effect Of Customer Satisfaction On Loyaltitas At The Irma Jaya Store,  
Taliabu Utara District*

Sufri Lasalimu<sup>1</sup>, Ichsan Milang<sup>2\*</sup>

<sup>1</sup>Mahasiswa Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas  
Tompotika Luwuk Banggai

<sup>2</sup>Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Tompotika  
Luwuk Banggai

\*<sup>2</sup>Email : [ichsanmilang@gmail.com](mailto:ichsanmilang@gmail.com)

**Abstrak**

Kepuasan pelanggan adalah tingkat perasaan konsumen setelah membandingkan antara apa yang telah diterima dan harapannya. Teknik penarikan sampel dalam penelitian ini adalah *snowball sampling* dengan masa waktu penentuan sampel selama 1 bulan yang menghasilkan jumlah sampel 100 responden. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah ada pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pada toko Irma Jaya. Hasil penelitian ini diperoleh regresi sederhana didapatkan model persamaan regresi sederhana yaitu:  $Y = 0,699 + 0,823X$  Nilai konstanta sebesar 0,699, ini dapat diartikan bahwa jika tanpa dipengaruhi oleh variabel bebas yaitu kepuasan pelanggan, maka loyalitas pelanggan sebesar 0,699. Nilai koefisien regresi variabel kepuasan pelanggan sebesar 0,823 artinya apabila variabel kepuasan pelanggan naik satu satuan maka variabel kepuasan konsumen akan meningkat sebesar 0,823 satuan. hubungan keeratan antara variabel kepuasan pelanggan terhadap variabel loyalitas konsumen masuk dalam kategori sangat kuat, serta sumbangan variabel kepuasan pelanggan terhadap variabel loyalitas pelanggan sebesar 67,7%, sedangkan sisanya sebanyak 32,3% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian. Berdasarkan hasil penelitian yang didapatkan melalui perhitungan dengan menggunakan bantuan SPSS, nilai t hitung sebesar  $14,326 >$  nilai t tabel  $1,66$  dengan tingkat nilai probabilitas sebesar  $0,000 < 0,05$ , ini mengandung makna bahwa variabel kepuasan pelanggan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan pada toko Irma Jaya Kecamatan Taliabu Utara Kabupaten Pulau Taliabu.

**Kata Kunci:** Kepuasan Pelanggan, Loyalitas Pelanggan

**Abstract**

*Customer satisfaction is the level of consumer feelings after comparing what has been received and expectations. The sampling technique in this study is snowball sampling with a sampling period of 1 month which produces a sample of 100 respondents. This study aims to determine whether there is an effect of customer satisfaction on loyalty to the Irma Jaya store. The results of this study obtained a simple regression model obtained a simple regression equation, namely:  $Y = 0.699 + 0.823X$  The constant value is 0.699, this can be interpreted as if it is not influenced by the independent variable, namely customer satisfaction, then customer loyalty is 0.699. The regression coefficient value for the customer satisfaction variable is 0.823, meaning that if the customer satisfaction variable increases by*

*one unit, the customer satisfaction variable will increase by 0.823 units. The close relationship between the customer satisfaction variable and the customer loyalty variable is in the very strong category, and the contribution of the customer satisfaction variable to the customer loyalty variable is 67.7%, while the remaining 32.3% is influenced by other variables not included in the study. Based on the research results obtained through calculations using SPSS assistance, the t-count value is 14,326 > the t-table value of 1.66 with a probability value of 0.000 < 0.05, this implies that the variable customer satisfaction affects customer loyalty at the Irma Jaya store. North Taliabu District, Taliabu Island Regency.*

**Keywords:** *Customer Satisfaction, Customer Loyalty*

## **PENDAHULUAN**

Perkembangan usaha bisnis dalam era globalisasi saat ini semakin pesat ditandai dengan persaingan antar perusahaan yang semakin ketat (Arum et al., 2011). Keadaan tersebut menyebabkan perusahaan pada umumnya berusaha untuk mempertahankan kelangsungan hidup, mengembangkan perusahaan, memperoleh laba optimal serta dapat memperkuat posisi dalam menghadapi pesaing dimana untuk mencapai tujuan tersebut dan tidak terlepas dari usaha pemasaran yang harus dipikirkan dan direncanakan sebelum perusahaan memproduksi barang/jasa, dan pemasaran merupakan salah satu kegiatan pokok yang dilakukan perusahaan untuk mencapai tujuan.

Kepuasan pelanggan merupakan suatu keadaan dimana kebutuhan, keinginan, dan harapan pelanggan dapat terpenuhi melalui produk yang dikonsumsi. (Khakim et al., 2018) Secara umum, kepuasan pelanggan dapat dikatakan sebagai perasaan senang atau kecewa seseorang dari perbandingan antara produk yang dibeli sesuai atau tidak sesuai dengan harapannya. Riset konsumen untuk mengungkapkan reaksi konsumen terhadap pelayanan yang di berikan perusahaan dengan tingkat kepuasan yang berkaitan dengan pelayanan tersebut sangat relevan dan dibutuhkan oleh perusahaan yang berorientasi pada konsumen. Atribut pembentuk kepuasan terdiri dari (Semuel, 2006): Kesesuaian harapan merupakan tingkat kesesuaian antara kinerja yang diharapkan oleh pelanggan dengan yang dirasakan oleh pelanggan, meliputi : Produk yang diperoleh sesuai atau melebihi dengan yang diharapkan, Pelayanan oleh karyawan yang diperoleh sesuai atau melebihi dengan yang diharapkan, Fasilitas menunjang yang didapat sesuai atau melebihi dengan yang diharapkan. Minat berkunjung kembali merupakan kesediaan pelanggan untuk berkunjung kembali atau melakukan pembelian ulang terhadap produk terkait, meliputi : Berminat untuk berkunjung kembali karena pelayanan yang diberikan oleh karyawan memuaskan, Berminat berkunjung kembali karena nilai dan manfaat yang diperoleh setelah mengkonsumsi produk, Minat untuk berkunjung kembali karena fasilitas penunjang yang disediakan memadai. Kesediaan merekomendasikan merupakan kesediaan pelanggan untuk merekomendasikan produk yang telah dirasakan kepada teman atau keluarga, meliputi : Menyertakan teman atau kerabat untuk membeli produk yang ditawarkan karena pelayanan yang memuaskan, Menyerakan teman atau kerabat untuk membeli produk yang ditawarkan karena nilai atau manfaat didapat setelah mengkonsumsi sebuah produk jasa.

Penelitian ini dilakukan berdasarkan penelitian-penelitian terdahulu. Penelitian Pertama yang dilakukan dengan judul Analisis pengaruh kualitas produk terhadap loyalitas konsumen pada perusahaan kripik OD Jawa kabupaten Banggai (Paada, 2015). Hasilnya Variabel kualitas produk berpengaruh positif terhadap loyalitas konsumen. Yang kedua Penelitian yang dilakukan oleh I Putu Arya Wibawa (2017) dengan judul penelitian Pengaruh kepuasan konsumen terhadap loyalitas konsumen pada toko tri jaya didesa pandangwangi kecamatan toili barat. Hasil penelitiannya Variabel bebas kepuasan konsumen berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat loyalitas konsumen Berdasarkan latar belakang tersebut di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini di rumuskan sebagai berikut : Apakah ada pengaruh

kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pada toko Irma Jaya. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui Apakah ada pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pada toko Irma Jaya.

## METODE

Dalam penelitian ini menggunakan metode deskriptif dengan pola survei. Jenis data yang digunakan yaitu data kualitatif yang di kuantitatifkan (Mulyani et al., 2021). Data kualitatif, yaitu jenis data yang berbentuk informasi baik lisan maupun tulisan yang sifatnya bukan angka melainkan berperan sebagai pendukung angka lain. Data kuantitatif, yaitu jenis data yang berbentuk numerik atau angka-angka seperti laporan keuangan perusahaan.

Jenis data dalam penelitian ini adalah data kualitatif yang dikuantitatifkan dengan menggunakan angka-angka melalui kuisioner dan pendekatan survey. Sumber data yang diperoleh dalam penelitian ini adalah Data Primer Yaitu data yang diperoleh dari penelitian yang dilakukan secara langsung pada objek yang diteliti (Setyowati & Wiyadi, 2017). Teknik pengumpulan data melalui kuesioner. Mengingat jumlah populasi yang tidak diketahui, maka atas dasar pertimbangan agar sampel betul-betul dapat mewakili hasil penelitian maka penulis menggunakan snowball sampling dimana tehnik sampling ini diceritakan oleh tidak tersedianya data jumlah populasi sehingga tidak dimungkinkan untuk membuat kerangka sampel. Dengan tehnik ini, mula-mula peneliti mencari responden yang sesuai untuk kriteria yang ditetapkan, kemudian dari responden ini akan menunjuk atau mengajak temannya yang lain untuk dijadikan sampel semakin banyak seperti bola salju yang sedang menggelinding, semakin jauh semakin besar. Teknik pengukuran variabel menggunakan skala likert. Teknik analisis data penelitian memakai regresi linear sederhana untuk mengetahui seberapa besar pengaruh antara variabel dependen terhadap variabel independen (Anggarwati et al., 2020)

Adapun persamaan linear sederhana memakai SPSS versi 18 dengan rumus:

$$Y = a + b X$$

Dimana : Y = Loyalitas Pelanggan

X = Kepuasan Pelanggan

a = Konstanta

b = Nilai Koefisien Regresi

Metode korelasi (r) digunakan untuk mengukur seberapa kuat hubungan keeratan antara variabel Loyalitas Pelanggan dengan kepuasan Pelanggan (Afnina & Hastuti, 2018). Adapun rumus koefisien korelasi linier sederhana sebagai berikut:

$$\text{sebagai berikut : } r = \frac{n\sum xy - (\sum x)(\sum y)}{\sqrt{n\sum x^2 - (\sum x)^2} \cdot \sqrt{n\sum y^2 - (\sum y)^2}}$$

keterangan:

r = Koefisien Korelasi

n = Jumlah Responden

x = Jawaban Koesioner Variabel Bebas (X)

y = Jawaban Koesioner Terikat (Y)

Korelasi dilambangkan (r) dengan ketentuan nilai r tidak lebih dari harga  $(-1 \leq r \leq + 1)$ . Apabila nilai  $r = -1$  artinya korelasinya negatif sempurna;  $r = 0$  artinya tidak ada korelasi; dan  $r = 1$  berarti korelasinya sangat kuat (Barusman & Yoshua, 2014).

Koefisien determinasi ( $R^2$ ) untuk mengetahui besar kecilnya sumbangan variabel X terhadap Y (Harumi, 2016). Dapat di tentukan dengan rumus koefisien determin sebagai berikut:  $KP = r^2 \times 100\%$  Dimana : KP = Nilai koefisien Diterminan, r = Nilai koefisien korelasi

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Perhitungan Analisis Regresi Linear Sederhana dengan menggunakan bantuan Program SPSS

Tabel. 1 Hasil Perhitungan

Variabel Terikat (Y)	Variabel Bebas (X)	Koefisien Regresi	Probabilitas
Kepuasan Pelanggan	Loyalitas Pelanggan	0.823	0.000
Konstanta = 0.699			T tabel = 1,66
R = 0.823			N = 100 K = 2
R <sup>2</sup> = 0.677			DK =(N-K)
T Hitung = 14.326			DK=(100 - 2) = 98

Berdasarkan hasil pengelolaan data yang dirangkum dalam tabel diatas, maka didapatkan persamaan regresi sederhana dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :  $Y = 0,699 + 0,823X$   
Nilai konstanta sebesar 0,699, ini dapat diartikan bahwa variabel bebas yaitu kepuasan pelanggan, bernilai nol atau tanpa dipengaruhi oleh kepuasan pelanggan maka loyalitas pelanggan sebesar 0,699. Nilai koefisien regresi variabel kepuasan pelanggan sebesar 0,823 artinya apabila variabel kepuasan pelanggan naik satu satuan maka variabel kepuasan pelanggan akan meningkat sebesar 0,823 satuan, jika variabel dianggap tetap.

## SIMPULAN

Beberapa hal yang dapat ditarik kesimpulan pada penelitian ini: Model persamaan regresi sederhana  $Y = 0,699 + 0,823X$  artinya variabel independen berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan, apabila variabel independen naik, maka variabel dependen juga meningkat.

Hubungan keeratan antara variabel kepuasan pelanggan terhadap variabel loyalitas masuk dalam kategori sangat kuat yaitu sebesar 0,823%. Sumbangan variabel kepuasan pelanggan terhadap variabel loyalitas pelanggan sebesar 67,7%, sedangkan sisanya sebanyak 32,3% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian. Saran dan sumbangan pemikiran: Meningkatkan kualitas pelayanan melalui kinerja para karyawan dengan demikian kepuasan dengan sendirinya akan tercipta, Mempertahankan layanan yang telah ada sehingga pelanggan tidak berpinda ke Toko lainnya. Memperbaiki seluruh layanan yang dipandang perlu untuk dilakukan perubahan serta perbaikan.

## DAFTAR PUSTAKA

- Afnina, & Hastuti, Y. (2018). Pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Samudra Ekonomi Dan Bisnis*, 9(1), 21–30. <https://doi.org/10.33059/JSEB.V9I1.458>
- Anggarwati, M., Rosi, D., Yanti, D., & Yanti, R. D. (2020). PENGARUH STRATEGI PENETAPAN HARGA TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PRODUK KILAT KHUSUS MITRA KORPORAT KANTOR POS PURWOKERTO. *Jurnal Ecoment Global: Kajian Bisnis Dan Manajemen*, 5(1), 70–79. <https://doi.org/10.35908/JEG.V5I1.916>
- Arum, Y., Stie, S., & Surabaya, P. (2011). KEPERCAYAAN, KOMITMEN, KOMUNIKASI, PENANGANAN KONFLIK, DAN PERANNYA TERHADAP KEPUASAN TERHADAP LOYALITAS NASABAH BANK BCA DI SURABAYA. *Journal of Business and Banking*, 1(2), 117–130. <https://doi.org/10.14414/JBB.V1I2.245>
- Barusman, A. R. P., & Yoshoa. (2014). Analisis Strategi Bauran Pemasaran Terhadap Kepuasan Konsumen di Bubur Gabe Bandar Lampung. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 4(2), 179–196. <https://doi.org/10.36448/JMB.V4I2.711>
- Harumi, S. D. (2016). Pengaruh Kepercayaan dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan di

- Perusahaan Seiko Laundry Medan. *Analitika: Jurnal Magister Psikologi UMA*, 8(2), 115–128. <https://doi.org/10.31289/ANALITIKA.V8I2.875>
- Khakim, L., Fathoni, A., & Minarsih, M. M. (2018). PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, HARGA DAN KEPERCAYAAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN DENGAN VARIABEL KEPUASAN PELANGGAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING PADA PIZZA HUT CABANG SIMPANG LIMA | Maria Magdalena Minarsih | Journal of Management. *Journal of Management*, 1(1), 1–15. <http://jurnal.unpand.ac.id/index.php/MS/article/view/302>
- Mulyani, H. S., Sudirno, D., & R, M. I. D. J. (2021). PENGUATAN PENGELOLAAN KEUANGAN DESA DAN OPTIMALISASI PERAN BUMDES TERHADAP KEMANDIRIAN DESA. *J-AKSI : JURNAL AKUNTANSI DAN SISTEM INFORMASI*, 2(1), 87–98. <https://doi.org/10.31949/J-AKSI.V2I1.1009>
- Nurlina Waode, P. (2015). ANALISIS PENGARUH KUALITAS PRODUK TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN PADA PERUSAHAAN KRIPIK OD JAWA DI KABUPATEN BANGGAI. *Journal of Accounting and Management*, 9(3), 153-164.
- Semuel, H. (2006). EKSPEKTASI PELANGGAN DAN APLIKASI BAURAN PEMASARAN TERHADAP LOYALITAS TOKO MODEREN DENGAN KEPUASAN PELANGGAN SEBAGAI INTERVENING Studi Kasus pada Hypermarket Carrefour di Surabaya | Jurnal Manajemen Pemasaran. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 1(2), 53–64. <https://ojs.petra.ac.id/ojsnew/index.php/mar/article/view/16534>
- Setyowati, E., & Wiyadi. (2017). PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, HARGA, DAN CITRA MEREK TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN DENGAN KEPUASAN PELANGGAN SEBAGAI VARIABEL PEMEDIASI. *Jurnal Manajemen DayaSaing*, 18(2), 102–112. <https://doi.org/10.23917/DAYASAING.V18I2.4507>