



Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening

Agus Nurofik¹, Popy Putri Wiana²

^{1,2} STIA Adabiah Padang

¹agsnin@gmail.com

Abstract

This study aims to determine and analyze the effect of service quality on customer loyalty with customer satisfaction as an intervening variable in Win Motor Padang Pariaman. This study includes quantitative research with a causative approach that looks at the effect of independent variables on the dependent variable. The population in this study was an average of 383 customers who paid for old customers with a sample of 196 respondents. Data retrieval is done in the form of a questionnaire and analyzed by using causal regression analysis with the help of SPSS software. The results in this study indicate that service quality has a positive and significant effect on customer loyalty, service quality has a positive and significant effect on customer satisfaction, and service quality has a positive and significant effect on customer loyalty with customer satisfaction as an intervening variable. Overall it can be concluded that customer satisfaction mediates the effect of service quality on customer loyalty partially because before and after a causal step test by entering mediation variables, the quality of fixed service has a significant effect on customer loyalty and an indirect relationship between variables service quality and customer loyalty is accepted.

Keywords: customer loyalty, customer satisfaction, service quality

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan dengan kepuasan pelanggan sebagai variabel intervening pada Win Motor Padang Pariaman. Penelitian ini termasuk penelitian kuantitatif dengan pendekatan kausatif yang melihat pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Populasi dalam penelitian ini adalah rata-rata dari pelanggan lama berbayar sebanyak 383 pelanggan dengan sampel sebanyak 196 orang responden. Pengambilan data dilakukan dalam bentuk kuesioner dan dianalisis dengan menggunakan analisis regresi *causal step* dengan bantuan *software* SPSS. Hasil dalam penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan, kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan, dan kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan dengan kepuasan pelanggan sebagai variabel intervening. Secara keseluruhan dapat disimpulkan bahwa kepuasan pelanggan memediasi pengaruh kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan secara parsial karena sebelum dan sesudah dilakukan uji *causal step* dengan memasukkan variabel mediasi, kualitas layanan tetap berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan dan hubungan tidak langsung antara variabel kualitas layanan dan loyalitas pelanggan diterima.

Kata kunci: loyalitas pelanggan, kepuasan pelanggan, kualitas pelayanan

© 2022 Jurnal Pustaka Manajemen

1. Pendahuluan

Dunia bisnis di Indonesia kini mengalami perkembangan yang sangat pesat. Perusahaan saat ini tidak hanya berusaha mencari pembeli tetapi mereka berusaha agar pembeli dapat ditingkatkan menjadi pelanggan yang selanjutnya diusahakan menjadi pelanggan tetap. Usaha ini dilakukan karena pembeli yang menjadi konsumen tetap merupakan indikator bahwa pembeli tersebut telah menjadi loyal terhadap perusahaan atau produk yang ditawarkan kepadanya.

Win Motor adalah salah satu bisnis jasa di Indonesia yang memberikan pelayanan *service* sepeda motor Honda kepada konsumen. Pelayanan yang sempurna merupakan bagian dari strategi bengkel Win Motor untuk mengontrol terhadap mutu pelayanan. Masih terdapat keluhan–keluhan dari pelanggan mengenai *front line people*, penataan ruangan yang sempit, dan sikap pelayan. Pelayanan bagi penyedia jasa yang harus dikerjakan dengan baik, oleh karena itu dalam suatu perusahaan harus memiliki strategi yang khusus untuk mengelola jasa dengan baik. Strategi khusus yang dimaksudkan mengenai tentang hal apa yang dapat mempengaruhi kepuasan, loyalitas, hal itu berkaitan dengan kualitas pelayanan di mana kualitas pelayanan merupakan aspek terpenting untuk mencapai kepuasan pelanggan dan loyalitas.

Tabel 1. Target dan Jumlah Pelanggan Lama Berbayar yang Datang Service Pada Bengkel Win Motor Tahun 2018

Bulan	Target Pelanggan Lama Berbayar	Pelanggan Lama Berbayar yang Datang	Persentase Pelanggan Lama Berbayar
Mei	624 unit	378 unit	61%
Juni	624 unit	338 unit	54%
Juli	624 unit	429 unit	69%
Agus	624 unit	400 unit	64%
Sept	624 unit	361 unit	58%
Okt	624 unit	393 unit	63%

Berdasarkan fenomena dan pengamatan penulis dilapangan, loyalitas pelanggan bengkel Win Motor sedikit rendah dengan rata-rata pelanggan lama berbayar yang kembali hanya sekitar 61% dari target yang diberikan.

Untuk pelayanan Win Motor kepuasan yang dirasakan oleh pelanggannya boleh dikatakan masih rendah ini dibuktikan dengan merujuk pada data yang ditampilkan dalam Tabel 1 bahwa pelanggan yang datang *service* untuk unit lama berbayar hanya bergerak dikisaran 380 data, bisa dikatakan tidak ada peningkatan dalam jumlah pelanggan lamanya. Hal tersebut dapat mengindikasikan bahwa mereka kurang merasakan kepuasan dalam pelayanan.

Beberapa permasalahan dan fenomena yang menyebabkan rendahnya loyalitas pelanggan yang dimiliki oleh Win Motor Padang Pariaman antara lain disebabkan oleh pelanggan yang merasa

diabaikan atau tidak mendapatkan pelayanan yang maksimal saat datang ke Win Motor.

Kualitas layanan sangat penting bagi sebuah perusahaan yang bergerak di bidang jasa [1]. Apabila jasa yang diterima atau dirasakan sesuai dengan yang diharapkan, maka kualitas layanan jasa dipersepsikan baik dan memuaskan. Jika jasa yang diterima melampaui harapan pelanggan, maka kualitas layanan dipersepsikan sebagai kualitas yang ideal. Sebaliknya, jika jasa diterima lebih rendah daripada yang diharapkan maka kualitas layanan jasa dipersepsikan buruk [2]. Dengan demikian baik tidaknya kualitas layanan jasa tergantung pada kemampuan penyedia jasa dalam memenuhi harapan pelanggannya secara konsisten.

Loyalitas merupakan komitmen pelanggan terhadap toko, merk ataupun pemasok yang didasarkan atas sikap positif yang tercermin dalam bentuk pembelian secara konsisten [3]. Sukses tidaknya suatu perusahaan dalam menciptakan pelanggan yang loyal sangat bergantung pada kemampuan perusahaan dalam menciptakan nilai, dan secara terus menerus berupaya untuk memperbaikinya [4]. Loyalitas yang dimaksud dapat diukur dengan 3 indikator, yaitu *repeat*, yaitu melakukan pembelian ulang, *retention*, yakni tidak terpengaruh jasa yang ditawarkan oleh pihak lain, *referral*, mereferensikan kepada pihak lain [5].

Kepuasan berasal dari bahasa latin “*satis*” yang berarti cukup baik, dan “*facio*” yang berarti melakukan atau membuat. Secara sederhana kepuasan bisa diartikan sebagai upaya pemenuhan sesuatu atau membuat sesuatu memadai. Adapun indikator kepuasan pelanggan yaitu sesuai dengan harapan, puas atas layanan, jarang memberikan aduan/keluhan [6].

Tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi harapan pelanggan. Indikator kualitas layanan adalah *tangibles*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, *empaty* [6].

2. Metode Penelitian

Dalam penelitian ini populasinya adalah rata-rata pelanggan lama yang telah melakukan *service* berbayar sepeda motor Honda di bengkel Win Motor Padang Pariaman yakni sebanyak 383 pelanggan. Sampel dalam penelitian ini adalah sebagian dari rata-rata pelanggan lama yang telah melakukan *service* berbayar sepeda motor honda di Bengkel Win Motor.

Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah dengan menggunakan kuesioner [7]. Teknis analisa data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi dengan variabel mediasi melalui metode *causal step* yang dikembangkan oleh Baron dan Kenny [8].

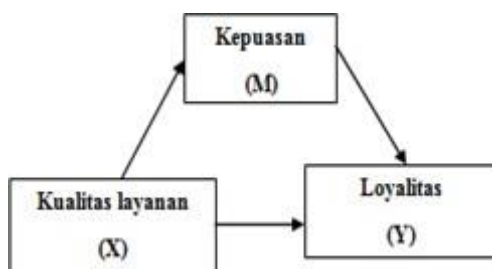
Analisis dengan metode *causal step* pada penelitian ini dilakukan dengan menggunakan program SPSS[9]. Metode ini menunjukkan serangkaian persyaratan yang harus dipenuhi untuk model mediasi. Metode kausal *step* tersebut dapat diselesaikan dengan 3 persamaan sebagai berikut:

Persamaan I: $Y = \alpha + cX + e$

PersamaanII: $M = \alpha + aX + e$

Persamaan III: $Y = \alpha + c'X + bM + e$

Untuk menjelaskan variabel loyalitas, kualitas layanan, dan kepuasan pelanggan, kuesioner ini dibagikan pada responden di bengkel Win Motor. Sedangkan kerangka konseptual dan hipotesis yang disusun sebagai berikut.



Gambar 1. Kerangka Konseptual

- H1. Diduga kualitas layanan berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan.
- H2. Diduga kualitas layanan berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan.
- H3. Diduga kualitas layanan berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan dengan kepuasan pelanggan sebagai variabel intervening

3. Hasil dan Pembahasan

Sebelum pengujian hipotesis dilakukan uji normalitas data dengan hasil sebagai berikut.

3.1. Uji Normalitas

Tabel 2. One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

N		196
Normal Parameters ^a	Mean	,000000
	Std. Deviation	2,74632642
Most Extreme Differences	Absolute	,074
	Positive	,062
	Negative	-,074
Kolmogorov-Smirnov Z		,647
Asymp. Sig. (2-tailed)		<u>.200</u>

Dari pengujian normalitas terlihat data terdistribusi normal karena Asymp. Sig. (2-tailed) sebesar 0.2 > 0.05.

3.2. Hasil Uji Regresi dengan Variabel Mediasi

Hasil Uji Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Loyalitas Pelanggan dapat dilihat pada tabel 3 berikut.

Tabel 3. Pengaruh Kualitas Layanan (X) terhadap Loyalitas Pelanggan (Y)

Variabel	Unstandardized Coefficients	
	B	Std. Error
Constanta (a)	12,987	,634
Kualitas Layanan (X)	,224	,014

Dari tabel 3 dapat diketahui bahwa kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan, dengan koefisien regresi sebesar 0,244 dan signifikansi 0,000 < 0,05. Dengan persamaan regresi sebagai berikut:

$Y = 12,987 + 0,224X$

Hasil uji pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan dapat dilihat pada tabel 4 berikut.

Tabel 4. Pengaruh Kualitas Layanan (X) terhadap Kepuasan Pelanggan (M)

Variabel	Unstandardized Coefficients	
	B	Std. Error
Constanta (a)	16,898	1,114
Kualitas Layanan (X)	,104	,025

Dari tabel 4 dapat diketahui bahwa kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan, dengan koefisien regresi sebesar 0,104 dan signifikansi 0,000 < 0,05. Dengan persamaan regresi sebagai berikut:

$M = 16,898 + 0,104X$

Hasil uji pengaruh kepuasan pelanggan (M) sebagai pemediasi pengaruh kualitas layanan (X) terhadap loyalitas pelanggan (Y) dapat dilihat pada tabel 5 berikut.

Tabel 5. Pengaruh Kepuasan Pelanggan (M) sebagai Pemediasi Pengaruh Kualitas Layanan (X) terhadap Loyalitas Pelanggan (Y)

Variabel	Unstandardized Coefficients	
	B	Std. Error
Constanta (a)	10,829	,916
Kualitas Layanan (X)	,211	,014
Kepuasan Pelanggan (M)	,128	,040

Dari tabel 5 dapat diketahui bahwa kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan dengan kepuasan pelanggan sebagai variabel mediasi dimana nilai *constant* 10,82 di mana persamaan regresi sebagai berikut:

$Y = 10,829 + 0,211X + 0,128M$

3.3. Pengujian Hipotesis

Pengujian hipotesis dilakukan dengan melihat uji t dan uji sobel dengan hasil pada tabel 6 dan 7.

Tabel 6. Hasil Uji t

Variabel	t hitung	t tabel	Sig	α	Hasil
Kualitas layanan (X)	15,905	1,65	,000	,05	H ₁ diterima
Kepuasan Pelanggan (M)	5,362	1,65	,000	,05	H ₂ diterima

Tabel 7. Hasil Uji Sobel

Variabel	Lambang	Koefisien	Std. Error
X terhadap M	A	0,104	0,025
M terhadap Y	B	0,297	0,055

Hasil nilai t hitung kualitas layanan adalah 15,905 > t tabel (1,65275) dan nilai sig 0,000 < α (0,05), maka H₁ diterima. Artinya, kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas. Hasil nilai t hitung kualitas layanan adalah 4,214 > t tabel (1,65275) dan nilai sig 0,000 < α (0,05), maka H₂ diterima. Artinya, kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan antara kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan pada Win Motor.

3.4 Pembahasan

Hasil penelitian variabel kualitas layanan (X) yang bernilai positif dan signifikan menunjukkan adanya pengaruh antara kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan pada bengkel Win Motor Padang Pariaman. Koefisien regresi kualitas layanan yang bernilai positif, menunjukkan bahwa apabila kualitas layanan ditingkatkan, maka secara positif akan meningkatkan loyalitas pelanggan menggunakan jasa servis Win Motor.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan antara kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan pada Win Motor di mana adanya kualitas layanan yang baik tentunya akan dapat meningkatkan loyalitas pelanggan

Hal ini sejalan dengan penelitian sebelumnya [10] yang meneliti tentang "Pengaruh *Service Quality* terhadap Loyalitas Nasabah dengan Kepuasan sebagai Variabel Intervening", dengan hasil penelitian menunjukkan bahwa secara simultan *service quality* berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah.

Begitu juga dengan hasil penelitian sebelumnya [11] dengan hasil penelitian variabel kualitas layanan (X) yang bernilai positif dan signifikan dapat menunjukkan adanya pengaruh antara kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan pada Win Motor Padang Pariaman. Koefisien regresi kualitas layanan yang bernilai positif, juga menunjukkan bahwa apabila kualitas layanan ditingkatkan, maka secara positif akan mampu meningkatkan kepuasan pelanggan yang menggunakan jasa servis Win Motor.

4. Kesimpulan

Secara keseluruhan dapat disimpulkan dari 196 responden yang diteliti pada umumnya menyatakan bahwa loyalitas pelanggan Win Motor sampai saat ini sudah dapat dikatakan terbilang baik. Ini dapat di buktikan dengan adanya rata-rata persentase variabel loyalitas pelanggan (75,92%) yang masuk dalam kriteria baik. Sementara itu rata-rata persentase variabel kepuasan pelanggan (71,53%) yang masuk dalam kriteria baik dan rata-rata persentase variabel kualitas layanan (58,15%) yang masuk dalam kriteria

Selanjutnya kepuasan pelanggan mampu memediasi pengaruh kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan secara parsial karena sebelum dan sesudah dilakukan uji causal step dengan memasukkan variabel mediasi, sehingga kualitas layanan tetap berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan dan hubungan tidak langsung antara variabel kualitas layanan dan loyalitas pelanggan bisa diterima.

Ucapan Terimakasih

Terima kasih sebesar-besarnya kepada *owner* Win Motor Padang Pariaman, pelanggan dan para kerabat yang telah mendukung penelitian ini.

Daftar Rujukan

- [1] D. Yadewani, Y. R. Akbar, and M. Arief, *Buku ajar manajemen bisnis*. Indonesia: Graha Aksara Makassar, 2020.
- [2] B. Swastha and Irawan, *Manajemen Pemasaran Modern*. 2011.
- [3] P. Kotler, K. L. Keller, S. H. Ang, C. T. Tan, and S. M. Leong, "Marketing management: an Asian perspective," 2021.
- [4] J. Griffin, "Menumbuhkan dan Mempertahankan Kesetiaan Pelanggan," *Jakarta: Erlangga*, 2005.
- [5] F. Tjiptono, "Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa," *Bandung Alf.*, 2016.
- [6] R. Lupiyoadi, "Manajemen Pemasaran Jasa: Berbasis Kompetensi; Edisi 3," 2018.
- [7] Y. R. Akbar, *Analisis Kuantitatif: Pengolahan Data Statistik Menggunakan SPSS & Pengumpulan Data Survei Google Form/Survey Monkey*, vol. 1. Pena Persada, 2020.
- [8] Suliyanto, *Metode penelitian kuantitatif*. 2017.
- [9] S. Margono, "Metode penelitian pendidikan," *Jakarta: Rineka Cipta*, 2010.
- [10] C. S. Mantauv, "Pengaruh Service Quality Terhadap Loyalitas Nasabah Dengan Kepuasan Nasabah Sebagai Variabel Intervening," *e-Jurnal Ekon.*, vol. 3, p. 8, 2015.

[11] I. W. Widnyana and I. N. Suarmanayasa, “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Nasabah Dengan Kepuasan Sebagai Variabel Mediasi Pada LPD,” *Bisma J.*

Manaj., vol. 7, no. 2, p. 181, 2021, doi: 10.23887/bjm.v7i2.31923.