

# KUALITAS PELAYANAN DAN LOYALITAS KONSUMEN

**Sulaiman**

Program Magister Ilmu Administrasi

Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Riau, Kampus Bina Widya  
KM 12,5 Simpang Baru Panam, Pekanbaru 28293

**Abstract: Service Quality and Customer Loyalty.** This study aims to determine the effect of service quality on customer loyalty in PT. Nav Jaya Mandiri Home Singing Family Pekanbaru. The data used are primary data and secondary data. The analysis used is descriptive analysis and simple linear regression analysis using SPSS version 17. Samples were taken using accidental sampling method with a sample size of 100 respondents. Results of research conducted by a simple linear regression analysis obtained value  $b$  (regression coefficient) of 0.810 to 0.666 of Constanta where an independent variable that any change in the quality of service will affect the dependent variable namely customer loyalty. Based on these results it can be concluded that the value of the correlation coefficient has a high value or positive, it means that there is the influence of service quality on customer loyalty. While the value of determination between service quality and customer loyalty is 55.4% and the remaining 44.6% is determined by other factors.

**Keywords:** physical evidence, reliability, assurance, empathy, responsiveness, customer loyalty

**Abstrak: Kualitas Pelayanan dan Loyalitas Konsumen.** Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan pada PT. Nav Jaya Mandiri Rumah Bernyanyi Keluarga Pekanbaru. Data yang digunakan adalah data primer dan data skunder. Analisis yang digunakan adalah analisis deskriptif dan analisis regresi linear sederhana dengan menggunakan bantuan program SPSS versi 17. Pengambilan sampel dilakukan dengan metode *accidental sampling* dengan jumlah sampel sebanyak 100 responden. Hasil penelitian yang dilakukan dengan analisis regresi linear sederhana di peroleh nilai  $b$  (koefisien regresi) sebesar 0,810 untuk constanta sebesar 0,666 dimana bahwa setiap perubahan variabel indenpenden yakni kualitas pelayanan akan berpengaruh pada variabel dependen yakni loyalitas pelanggan. Berdasarkan hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa nilai koefisien korelasi memiliki nilai yang tinggi atau positif, artinya bahwa ada pengaruh antara kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan. Sedangkan nilai determinasi antara kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan adalah 55,4% dan sisanya 44,6% ditentukan oleh faktor lain.

**Kata kunci:** bukti fisik, keandalan, jaminan, empati, daya tanggap, loyalitas pelanggan

## PENDAHULUAN

Dalam menghadapi era globalisasi, pertumbuhan ekonomi Kota Pekanbaru mengalami kemajuan dan perkembangan begitu besar. Ekonomi masyarakat Kota Pekanbaru yang sedang berkembang pada umumnya berusaha untuk mengembangkan dirinya dari suatu keadaan dan sifat masyarakat tradisional dengan keadaan ekonomi terbelakang, menuju ke arah keadaan yang lebih baik.

Dari pesatnya aktifitas ekonomi dan aktifitas masyarakat tentunya akan meningkatkan pula intensitas untuk melakukan refreasing, banyak sekali pilihan-pilihan yang menjadi pilihan sarana hiburan, menonton televisi, nongkrong dan berwisata kedanau buatan, pergi kekebun binatang, nonton bioskop, main bilyard, futsal, dan berkaraoke. Berkaraoke adalah salah satu hiburan yang bisa dinikmati oleh siapa saja tua, muda, laki-laki dan perempuan, bahkan

anak-anak, sehingga berkaraoke bisa dilakukan bersama-sama banyak orang, sehingga berkaraoke adalah salah satu pilihan yang menarik bagi sebagian masyarakat di pekanbaru.

Dari berkembangnya tempat hiburan dan bisnis karaoke yang menjanjikan di kota pekanbaru, banyak juga pelaku bisnis yang mulai melirik dan juga menyediakan jasa hiburan ini di hotel-hotel yang ada di pekanbaru, karena dengan adanya tempat hiburan karaoke di perhotelan yang ada di pekanbaru akan lebih memanjakan pelanggan atau konsumen untuk dapat menikmati jasa sewa hotel dan tempat hiburan ini.

Akibat dari banyaknya pilihan tempat hiburan di lingkungan Pekanbaru, hal ini membuat para pelaku bisnis akan diwarnai dengan persaingan yang semakin tinggi. Persaingan ini akan memaksa para pelaku bisnis untuk mencari metode produksi yang paling efisien. Produk yang dihasilkan dengan efisien akan dapat di jual dengan harga yang lebih murah. harga yang murah ini akan meningkatkan permintaan yang pada akhirnya akan menguntungkan produksi. Oleh karena itu setiap pelaku bisnis harus berupaya untuk meningkatkan kemampuan dan ketangguhan mereka dengan mengerahkan seluruh potensi yang ada agar dapat memasuki dunia pasar yang mampu bersaing.

Salah satu faktor yang juga menentukan tingkat keberhasilan dan kualitas perusahaan adalah kemampuan perusahaan dalam memberikan layanan kepada pelanggan. Kualitas mencakup usaha untuk memenuhi atau bahkan melebihi harapan pelanggan. Tjiptono (2005) mengungkapkan bahwa “kualitas jasa yang baik akan memberikan dorongan kepada pelanggan untuk menjalin ikatan, hubungan yang kuat dengan perusahaan.

Selanjutnya menurut Tjiptono untuk mengukur kualitas pelayanan ada 5 (lima) indikator yaitu, keandalan (*reability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assuransi*), empati (*empaty*) dan bukti langsung (*tangible*). Griffin (2003) menyatakan bahwa apabila penilaian pelanggan merasa

baik terhadap kualitas pelayanan maka pelanggan akan melakukan pemakaian ulang (*repeat customer*) dan lebih jauh lagi mereka akan melakukan promosi pada rekan-rekannya, dan menurut Farida Jaspar (2005) pada gilirannya dari kinerja kualitas pelayanan yang memuaskan akan tercipta loyalitas pelanggan terhadap perusahaan. Menurut Griffin (2002), *loyalty is defined as non-random purchase expressed over time by decision making unit!* Dengan karakteristik, *repeat purchase, immunity, refres other dan purchase across product*. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas konsumen PT. NAV Jaya Mandiri Rumah Bernyanyi Keluarga Pekanbaru.

## METODE

Desain penelitian adalah kuantitatif. Data yang digunakan adalah data primer dan data skunder. Pengumpulan data yang dilakukan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan Angket (*Kuesioner*), Wawancara (*interview*). Populasi dalam penelitian ini dijadikan patokan adalah pengunjung yang datang 2014 awal sampai akhir 2014 di PT. Nav Jaya Mandiri Pekanbaru yaitu berjumlah 27.893 orang. Pengambilan sampel dilakukan dengan metode *accidental sampling* dengan jumlah sampel sebanyak 100 responden. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis kuantitatif deskriptif dan analisis regresi linear sederhana dengan menggunakan bantuan program SPSS versi 17.

## HASIL

### Kualitas Pelayanan

Analisis kualitas pelayanan PT.Nav Jaya Mandiri Rumah Bernyanyi Keluarga Pekanbaru dapat dilihat dari keseluruhan total variabel-variabel yang menjadi faktor-faktor pembentuk kualitas pelayanan. Adapun variabel pembentuk dalam penelitian ini adalah *tangibles, reliability, responsiveness, assurance, empaty*. Gambaran mengenai nilai-nilai pembentuk kualitas pelayanan dapat dilihat pada tabel 1:

**Tabel 1. Analisis Kualitas Pelayanan PT. Nav Jaya Mandiri Rumah Bernyanyi Keluarga Pekanbaru (Variabel X)**

No	Dimensi	Rata-rata
1	Bukti Fisik ( <i>Tangible</i> )	4.6
2	Kehandalan ( <i>Reliability</i> )	4.2
3	Kepastian/ Jaminan ( <i>Assurance</i> )	4.5
4	Empati ( <i>Empathy</i> )	4.3
5	Daya Tanggap ( <i>Responsiveness</i> )	4.4
<b>Jumlah</b>		<b>22</b>
<b>Rata-rata</b>		<b>4.4</b>

Sumber: Data olahan penelitian, 2016

Jika dilihat dari tabel 1 analisis kualitas pelayanan PT. Nav Jaya Mandiri Rumah Bernyanyi Keluarga Pekanbaru berdasarkan pernyataan rata-rata tanggapan responden sebesar 4,4 termasuk kategori sangat setuju/sangat memuaskan/sangat tinggi karena berada pada interval 4,20-5,00. Maka dapat disimpulkan bahwa perusahaan telah memberikan satu sikap yang positif kepada pelanggannya secara langsung berdampak semakin loyalnya pelanggan itu sendiri.

### Loyalitas Konsumen

Loyalitas adalah terciptanya kepuasan dapat memberikan beberapa manfaat diantaranya hubungan antara perusahaan dan pelanggan menjadi harmonis, menjadi dasar bagi pembelian ulang dan menciptakan loyalitas pelanggan serta rekomendasi dari mulut kemulut yang menguntungkan perusahaan.

Loyalitas merupakan besarnya konsumsi dan frekuensi pembelian dilakukan oleh seorang pelanggan terhadap suatu perusahaan. Dan mereka berhasil menemukan bahwa kualitas keterhubungan yang terdiri karakteristik/indikator dari loyalitas konsumen, yaitu: *repeat purchase*. (melakukan pembelian secara teratur dan berulang), *refers other* (menarik pelanggan baru untuk perusahaan atau menciptakan prospek bagi perusahaan dengan merekomendasikan produk/jasa kepada orang lain), *demonstrate immunity to the pull of the competi-*

*tion* (tidak terpengaruh dan tertarik pada perusahaan lain dan menolak ajakan untuk menggunakan produk atau jasa yang ditawarkan pesaing), dan *purchase across product or service lines*. (membeli lini produk yang berbeda pada produsen yang sama). Dari ke empat dimensi loyalitas itulah yang mempunyai hubungan yang positif dengan loyalitas konsumen.

Tingkat loyalitas pelanggan PT. Nav Jaya Mandiri Rumah Bernyanyi Keluarga Pekanbaru dapat dijelaskan dengan teknik interval, sebagaimana tercantum pada tabel 2.

**Tabel 2. Analisis Loyalitas Konsumen PT. Nav Jaya Mandiri Rumah Bernyanyi Keluarga Pekanbaru (Variabel Y)**

No	Dimensi	Rata-rata
1	<i>Repeat Purchase</i>	4.6
2	<i>Refers Other</i>	4.2
3	<i>Immunity</i>	3.9
4	<i>Purchase across product or Service lines</i>	4.1
<b>Jumlah</b>		<b>16.8</b>
<b>Rata-rata</b>		<b>4.2</b>

Sumber: Data olahan penelitian, 2016

Dalam penelitian yang dilakukan dilampirkan di dapat total skor tingkat loyalitas pelanggan sebesar 4,2 yang berada pada interval 4.20-5.00 yang dikategorikan sangat Setuju atau sangat tinggi. Baiknya tingkat loyalitas pelanggan merupakan efek dari baiknya kualitas pelayanan yang memuaskan yang dirasakan pelanggan setelah berkunjung dan menggunakan jasa hiburan karaoke di PT. Nav Jaya Mandiri Rumah Bernyanyi Keluarga Pekanbaru.

### Analisis Korelasi Dan Determinasi

Analisis korelasi dipahami sebagai tingkat keeratan antara masing-masing variabel. Korelasi dalam batasan ini yaitu korelasi antara variabel terikat (loyalitas) dan variabel bebas (kualitas pelayanan). Sedangkan koefisien determinasi menjelaskan seberapa besar pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat.

**Tabel 3. Koefisien Korelasi Dan Determinasi**

No	Keterangan	Nilai
1	Nilai koefisien korelasi (R)	0,744
2	Nilai koefisien determinasi (R Square)	0,544

Sumber: Data olahan penelitian, 2016

Nilai koefisien korelasi sebesar 0,744, dimana nilai 0.744 pada penilaiannya, memiliki nilai yang kuat. Artinya bahwa terdapat hubungan yang kuat antara kualitas pelayanan dengan loyalitas pelanggan PT. NAV Jaya Mandiri Rumah Bernyanyi Keluarga Pekanbaru. Sedangkan nilai determinasi (R Square) sebesar 0,544 (54,4%) yang berarti bahwa persentase pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan PT. NAV Jaya Mandiri Rumah Bernyanyi Keluarga Pekanbaru adalah sebesar 54,4%, sedangkan sisanya 45,6% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian ini.

**Analisis Regresi Linier Sederhana**

Analisis regresi digunakan untuk mencari koefisien korelasi antara kualitas pelayanan dengan variabel loyalitas pelanggan.

**Tabel 4. Nilai Regresi Linear Sederhana**

No	Variabel	Nilai koefisien	t-hitung
1	Constanta	0,666	2,042
2	Kualitas Pelayanan	0,810	11,030
Y = 0,666 + 0,810 X			
R		0,744	
R Square		0,544	

Sumber: Data olahan penelitian, 2016

Berdasarkan hasil persamaan regresi sederhana diatas antara kualitas pelayanan dengan loyalitas pelanggan PT. NAV Jaya Mandiri Rumah Bernyanyi Keluarga Pekanbaru tersebut, diperoleh nilai b (koefisien regresi) sebesar 0,810 untuk constanta sebesar 0,666, sehingga diperoleh persamaan regresinya  $Y=0,666+0,810X$ . dimana Y meru-

pakan nilai taksir dari b dan a yang menjadi konstanta yang selalu tetap dalam perhitungan ini.

**PEMBAHASAN**

Pengujian hipotesis memang mutlak diperlukan terkait dengan suatu penelitian. Pengujian hipotesis dilakukan untuk membuktikan apakah terdapat pengaruh yang signifikan (berarti) variabel bebas terhadap variabel terikat.

Adapun hipotesisnya yaitu:

“Diduga kualitas pelayanan (X) berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan (Y) pada PT.NAV Jaya Mandiri Rumah Bernyanyi Keluarga Pekanbaru”

Adapun rumus hipotesis statistic adalah :

Ha (alternatif) :  $t_{hitung} > t_{tabel}$   
 HO (nol) :  $t_{hitung} < t_{tabel}$

Dimana :

Ha : Ada pengaruh antara kualitas pelayanan dengan loyalitas pelanggan.

HO : Tidak ada pengaruh antara kualitas pelayanan dengan loyalitas pelanggan.

**Tabel 5. Uji Koefisien Regresi Secara Parsial (UJI t)**

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	
	B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	.666	.326		2.042	.044
	Kualitas Pelayanan	.810	.073	.744	11.030	.000

a. Dependent Variable: Loyalitas

Sumber: Data olahan penelitian, 2016

Berdasarkan tabel 5 diketahui  $t_{hitung}$  (t) sebesar 11.030, sementara  $t_{tabel}$  dengan a 0,05 dan df sebesar 1 diketahui nilai  $t_{tabel} = 1,984$ , maka dengan demikian :  $t_{hitung} > t_{tabel}$  (11,030 > 1,984). Dengan demikian maka Ha diterima dan Ho ditolak, ini berarti ada pengaruh signifikan kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan pada PT. NAV

Jaya Mandiri Rumah Bernyanyi Keluarga Pekanbaru. Ini sesuai yang di kemukakan beberapa teori tentang pengaruh dan hubungan antara kedua variabel kualitas pelayanan dan variabel loyalitas pelanggan, yang menyatakan bahwa: kualitas pelayanan mempunyai hubungan yang kuat dengan perusahaan yang menyediakan pelayanan jasa kepadanya. Pada gilirannya kepuasan dapat menciptakan kesetiaan atau loyalitas terhadap perusahaan yang memberikan kualitas pelayanan yang baik dan memuaskan (Fandy Tjiptono). Jika proses kualitas pelayanan itu terjadi berulang-ulang, berkelanjutan dan dipupuk secara terus menerus maka akan memberikan kepuasan pada sesuai harapan.

Menurut Griffin (2003) menyatakan bahwa apabila penilaian pelanggan merasa baik terhadap kualitas pelayanan, maka pelanggan akan melakukan pemakaian ulang (*repeat customer*), bahkan lebih jauh lagi mereka akan melakukan promosi word of mouth kepada rekan, saudara dan kenalannya, dan memiliki kekebalan atas tawaran pesaing.

Dengan demikian kualitas pelayanan yang dibangun oleh PT. NAV Jaya Mandiri dapat dikembangkan. Dalam interaksi personal, karyawan-karyawan PT. Nav Jaya Mandiri selalu memberikan pelayanan yang terbaik. Hal ini dapat dilihat dari kesigapan para pegawai dalam memberikan penjelasan terhadap setiap pertanyaan yang dilontarkan oleh para pelanggan dan pengunjung. Sehingga setiap konsumen merasakan kualitas pelayanan yang berbeda diberikan perusahaan. Untuk menambah tingkat kepuasan Pengunjung dan pengguna kartu member, sehingga Pengunjung terus bisa loyal terhadap PT. Nav Jaya Mandiri Rumah Bernyanyi Keluarga Pekanbaru, maka PT. Nav Jaya Mandiri Rumah Bernyanyi Keluarga Pekanbaru harus komitmen dengan pelanggan karena faktor tersebut mampu mempengaruhi pelanggan untuk tetap berbelanja dan menggunakan jasa hiburan di PT. Nav Jaya Mandiri Rumah Bernyanyi Keluarga Pekanbaru, kemudian juga untuk menambah minat atau simpati pelanggan lama mau-

pun pelanggan baru, sebaiknya perusahaan lebih sering mengadakan promo-dan even lain yang dapat menarik minat pelanggan untuk datang dan berkunjung menggunakan jasa hiburan dan pelanggan akan setia dan tidak berpindah ke tempat lain karena mereka sudah merasakan nyaman dan suka pada PT. Nav Jaya Mandiri Rumah Bernyanyi Keluarga Pekanbaru, serta Untuk menjaga, kepercayaan pengunjung, pemilik member card dan konsumen umum lainnya, sebaiknya perusahaan menjaga kualitas sound system dan melengkapi lagu-lagu disetiap ruangan dan memberikan tema yang berbeda setiap jenis ruangan, sehingga konsumen dapat memilih dan meraskan kenyamanan tersendiri di PT. Nav Jaya Mandiri Pekanbaru.

## SIMPULAN

Dari hasil analisis kualitas pelayanan pada PT. Nav Jaya Mandiri Rumah Bernyanyi Keluarga Pekanbaru, berdasarkan pernyataan rata-rata tanggapan responden termasuk kategori sangat setuju yang berada pada interpretasi koefisien korelasi Tinggi. Hal ini bisa dijadikan sebagai suatu pedoman dan keunggulan dalam menambah tingkat kepuasan pengunjung dan pengguna member agar bisa terus loyal terhadap PT. Nav Jaya Mandiri Rumah Bernyanyi Keluarga Pekanbaru. Berdasarkan hasil analisis loyalitas pelanggan pada PT. Nav Jaya Mandiri Rumah Bernyanyi Keluarga Pekanbaru, tingkat loyalitas pelanggan dikategorikan sangat setuju/sangat memuaskan atau tinggi. Berdasarkan nilai koefisien korelasi memiliki nilai yang tinggi. Artinya bahwa ada pengaruh antara kualitas pelayanan (Dimensi Bukti fisik, kehandalan, jaminan, kepastian, daya tanggap) terhadap loyalitas pelanggan pada PT. Nav Jaya Mandiri Rumah bernyanyi keluarga Pekanbaru. Sedangkan nilai determinasi (pengaruh) antara kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan PT. Nav Jaya Mandiri Rumah Bernyanyi Keluarga Pekanbaru menunjukkan pengaruh sebesar 54,4% dan sisanya sebesar 45,6% ditentukan oleh faktor lain.

**DAFTAR RUJUKAN**

- Jaspar Farida M.E. *Manajemen Jasa, Cetakan Pertama*, Jakarta: Ghalia Indonesia, 2005.
- Jill .Griffin. 2002. *Customer Loyalty: How To Earn It, How To Keep It*. New and revised edition, Mcgraw-hill: Kentucky.
- Jill Griffin. 2003. *Costumer Loyalty* Jakarta, Erlangga.
- Tjiptono Fandy. 2005. *Pemasaran jasa*, Yogyakarta: penerbit Andi Offset