



## Influence Of Facility and Quality Of Service On Customer Loyalty Through Customer Satisfaction

Putri Akhsa Nabila<sup>1)</sup>, Wendy Agung Indriyansyah<sup>1)</sup>, Febrisi Dwita<sup>2)</sup>

<sup>1)</sup> Prodi Manajemen Transportasi, Institut Transportasi dan Logistik Trisakti

<sup>2)</sup> Prodi Manajemen Administrasi, Universitas Bina Insani

Corresponding author: E-mail: [dwitafebrisi@binainsani.ac.id](mailto:dwitafebrisi@binainsani.ac.id)

### ABSTRACT

*This study aims to analyze the effect of facilities and service quality on customer loyalty through customer satisfaction as an intervening variable at PT WAI bonded warehouses. Facilities in bonded warehouses are very important to improve the company's services to customers so that customers feel satisfied and lead to customer loyalty. Service quality can also affect customer loyalty. With good service quality, customers will believe in the company, resulting in customer loyalty. Customer satisfaction with a product or service can have an impact on subsequent purchases, which can also increase customer loyalty. This study uses quantitative methods with a research sample of 40 companies. The research technique used is path analysis. The results showed that the facility variable did not have a direct influence on customer satisfaction and loyalty. The service quality variable has a direct influence on customer satisfaction and loyalty. Customer satisfaction variable has a direct influence on customer loyalty. The customer satisfaction variable is not able as a mediator or mediation of the indirect effect of facilities on customer loyalty, but the customer satisfaction variable is able to be a mediator or mediation for the service quality variable on customer loyalty PT WAI bonded warehouse (Persero).*

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

### Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh fasilitas dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan sebagai variabel intervening pada Gudang berikat PT WAI. Fasilitas dalam Gudang berikat sangatlah penting untuk meningkatkan layanan perusahaan kepada pelanggan sehingga pelanggan merasa puas dan menimbulkan loyalitas pelanggan. Kualitas pelayanan dapat pula mempengaruhi loyalitas pelanggan. Dengan adanya kualitas pelayanan yang baik, pelanggan akan percaya kepada perusahaan sehingga menimbulkan loyalitas pelanggan. Kepuasan pelanggan terhadap suatu produk atau jasa dapat memberikan dampak pada pembelian selanjutnya, dimana hal tersebut dapat pula meningkatkan loyalitas pelanggan. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan sampel penelitian 40 perusahaan. Teknik penelitian yang digunakan adalah path analisis. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel fasilitas tidak memiliki pengaruh langsung terhadap kepuasan dan loyalitas pelanggan. Variabel kualitas pelayanan memiliki pengaruh langsung terhadap kepuasan dan loyalitas pelanggan. Variabel kepuasan pelanggan memiliki pengaruh langsung

terhadap loyalitas pelanggan. Variabel kepuasan pelanggan tidak mampu berfungsi sebagai mediator atau mediasi pengaruh tidak langsung fasilitas terhadap loyalitas pelanggan, namun variabel kepuasan pelanggan mampu menjadi mediator atau mediasi untuk variabel kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan Gudang berikat PT WAI.

**Kata kunci:** Fasilitas, Kualitas pelayanan, kepuasan pelanggan, loyalitas pelanggan.

## A. Pendahuluan

PT WAI memiliki Gudang Berikat untuk mendistribusikan barang ke Toko Bebas Bea (TBB). Hal ini sesuai dengan peraturan kementerian perindustrian dan perdagangan nomor 359 tahun 1997 mewajibkan Importir minuman beralkohol *dutynot paid* untuk memiliki gudang berikat. Hal ini untuk dapat mengawasi peredaran barang yang bersifat bebas bea. Didalam peraturan Kementerian Perdagangan Nomor 43 tahun 2009, setiap importir minuman beralkohol *duty not paid* wajib memiliki *Inventory Online* dan laporan terkait kegiatan setiap bulannya kepada Kementerian Perdagangan Republik Indonesia.

Tabel 1.1 - Jumlah Pelanggan GB PT WAI Tahun 2017-2020

No	Tahun	Jumlah Perusahaan
1	2017	25
2	2018	50
3	2019	35
4	2020	40

Berdasarkan tabel 1.1 diatas, pada tahun 2017 ke 2018 jumlah pelanggan Gudang berikat mengalami kenaikan yang signifikan yang sebelumnya pada tahun 2017 hanya memiliki 25 pelanggan menjadi 50 pelanggan pada tahun 2018. Namun pada tahun 2018 ke 2019 terjadi penurunan pelanggan, hal itu antara lain dipengaruhi oleh beberapa faktor mulai dari kurangnya ketersediaan fasilitas pendukung kerja guna mempercepat kerja karyawan serta kurang baiknya kualitas

pelayanan yang diberikan oleh Gudang berikat PT WAI hal itu dapat dilihat dari sering terjadinya keterlambatan pengiriman barang yang mengakibatkan pelanggan tidak menggunakan jasa Gudang berikat PT WAI. Pada tahun 2019 ke 2020 jumlah pelanggan pada Gudang berikat PT WAI mengalami kenaikan namun tidak signifikan, hal ini disebabkan mulai adanya penambahan fasilitas pendukung kerja di Gudang berikat serta komunikasi yang dibangun kembali dengan pelanggan yang pernah menggunakan jasa Gudang berikat PT WAI sehingga terdapat beberapa perusahaan yang Kembali menjalin Kerjasama dengan Gudang berikat PT WAI. Menurut Sunyoto (2015) Kepuasan konsumen merupakan salah satu alasan mengapa konsumen memutuskan untuk membeli dari suatu lokasi. Jika konsumen puas dengan suatu produk, mereka lebih mungkin untuk terus membeli dan menggunakannya dan memberi tahu orang lain tentang pengalaman menyenangkan mereka dengan produk tersebut. Oleh karena itu Fasilitas dan kualitas pelayanan sangatlah penting untuk menjaga pelanggan tetap bertahan.

Tabel 1.2 - Jumlah Keterlambatan

Keterlambatan Pengeluaran Barang		
No	Tahun	Jumlah
1	2017	84
2	2018	78
3	2019	60
4	2020	66

Pengiriman Barang pada Gudang Berikat  
PT.WAI

Berdasarkan tabel 1.2 diatas jumlah keterlambatan pengeluaran barang masih sering terjadi, hal ini dikarenakan masih kurangnya fasilitas kerja pada karyawan Gudang Berikat PT WAI seperti perangkat komputer, printer dan forklip. Selain itu spesifikasi komputer yang digunakan untuk operasional masih menggunakan program lama sehingga jaringan sering tidak terhubung dengan program bea cukai. Oleh karena itu karyawan melakukan input data secara manual yang membutuhkan waktu yang lama. Hal tersebut menghambat proses masuk dan keluarnya barang yang menyebabkan penumpukan barang terjadi, sehingga pengalokasian penyimpanan barang tidak tersimpan pada tempatnya, yang mengakibatkan sering adanya komplain dari pelanggan. Sehingga membuat pelanggan merasa tidak puas dan berdampak pada keinginan pelanggan untuk tidak bekerjasama dengan Gudang berikat PT WAI lagi. Dalam suatu bisnis kualitas pelayanan sangatlah penting untuk meningkatkan kepuasan pelanggan. Jika kinerja di bawah harapan, konsumen tidak puas. Jika kinerja memenuhi harapan, konsumen puas. Jika kinerja melebihi harapan, konsumen akan sangat puas atau senang.

Kepuasan pelanggan terhadap fasilitas dan layanan yang diberikan dapat memberikan dampak loyalitas pelanggan terhadap perusahaan. Penurunan yang terjadi pada tahun 2018 ke 2019 terjadi dikarenakan fasilitas dan pelayanan yang kurang baik yang mengakibatkan pelanggan merasa tidak puas dan tidak melakukan kerjasama kembali. Oleh karena itu jika pelanggan merasa puas terhadap fasilitas dan layanan yang diberikan maka akan terbentuk loyalitas pelanggan.

Pelanggan yang loyal dapat menjadi peluang bagi perusahaan untuk mendapatkan pelanggan baru dan komoditi

bisnis baru . Sehingga perusahaan harus dapat mengatur strategi secara baik terhadap apa yang menjadi kebutuhan pelanggan. Loyalitas pelanggan harus terus ditingkatkan Menurut Garcia, B.G., Gutierrez (2012), ada lima faktor yang dapat mempengaruhi kepuasan dan loyalitas pelanggan: kualitas layanan pelanggan, simpati, promosi, penghargaan, dan layanan bernilai tambah.

Berdasarkan uraian diatas peneliti tertarik untuk mengkaji lebih dalam dan mengemukakanya dalam bentuk tesis dengan pendekatan *Path Analyst* yang berjudul “Pengaruh Fasilitas dan Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan melalui Kepuasan Pelanggan sebagai variabel *Intervening* pada Gudang Berikat PT WAI – Jakarta”.

### **B. Metode Penelitian**

Metode penelitian pada penelitian ini adalah kuantitatif dengan jenis penelitian asosiatif untuk mengetahui hubungan antara variabel. Untuk mencari Pengaruh Fasilitas dan Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan melalui Kepuasan Pelanggan sebagai variabel *Intervening* pada Gudang berikat PT WAI – Jakarta maka Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis jalur. Menurut Riduan (2014) *Path analysis* digunakan untuk menganalisis pola hubungan antar variabel dengan tujuan untuk mengetahui pengaruh langsung maupun tidak langsung seperangkat variabel bebas (*exogenous*) terhadap variabel terikat (*endogenous*). Pengumpulan data dilakukan melalui observasi dan kuesioner. Dengan Jumlah populasi sebanyak 40 dengan menggunakan sampel jenuh.

### **C. Hasil dan Pembahasan**

Pada penelitian ini data diperoleh melalui sebar kuesioner yang dilakukan oleh penulis

menggunakan *google* kuesioner pada pelanggan PT WAI berjumlah 40 perusahaan. Data ini diharapkan dapat memenuhi sampel penulis dalam melakukan penelitian. Proses pengolahan data dilakukan dengan hati-hati sehingga tidak terjadi kekeliruan dalam pengelolaan data. Hasil skor untuk masing-masing variabel selanjutnya menggunakan alat bantu program SPSS 28.0.0.0 for windows.

Persamaan sub-struktur 1 adalah :  $Y = \beta_{yx1} X_1 + \beta_{yx2} X_2 + \epsilon_1$  dengan hasil pengujian sebagai berikut:

Tabel 3. 3 - Uji Simultan sub-struktur 1

ANOVA <sup>a</sup>						
Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.	
1	Regression	952,173	2	476,087	52,701	<.001 <sup>b</sup>
	Residual	334,602	37	9,043		
	Total	1287,775	39			

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan  
b. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan, Fasilitas

Tabel 3. 4- Uji Parsial sub-struktur 1

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3,215	3,948		,814	,421
	Fasilitas	,198	,115	,248	1,701	,097
	Kualitas Pelayanan	,674	,100	,648	4,480	<.001

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Tabel 3. 5 - R Square sub Struktur 1

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,860 <sup>a</sup>	,740	,726	3,00721

a. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan, Fasilitas

Penafsiran hasil uji sub-struktur 1:

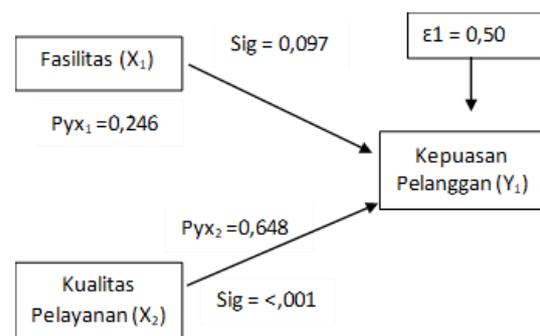
- Diketahui nilai Sig. untuk pengaruh Fasilitas ( $X_1$ ) terhadap kepuasan pelanggan ( $Y_1$ ) adalah sebesar 0,097 > 0,05 dan nilai t hitung 1,071 < t tabel 1,972, sehingga dapat disimpulkan bahwa  $H_1$  ditolak yang berarti tidak terdapat pengaruh Fasilitas ( $X_1$ ) terhadap kepuasan pelanggan ( $Y_1$ ). Adapun besar koefisien jalur Fasilitas ( $X_1$ ) terhadap kepuasan pelanggan ( $Y_1$ )

yang ditunjukkan dengan nilai beta sebesar 0,246

- Diketahui nilai Sig. untuk pengaruh Kualitas Pelayanan ( $X_2$ ) terhadap kepuasan pelanggan ( $Y_1$ ) adalah sebesar <.001 < 0,05 dan nilai t hitung 4,480 > t tabel 1,972, sehingga dapat disimpulkan bahwa  $H_2$  diterima yang berarti terdapat pengaruh Kualitas Pelayanan ( $X_2$ ) terhadap kepuasan pelanggan ( $Y_1$ ). Adapun besar koefisien jalur Kualitas Pelayanan ( $X_2$ ) terhadap kepuasan pelanggan ( $Y_1$ ) yang di tunjukkan dengan nilai beta sebesar 0,648
- Dari tabel R square di atas dapat diketahui bahwa besar R square ( $R^2$ ) adalah 0,740 = 74% yang artinya kemampuan variabel Fasilitas ( $X_1$ ) dan Kualitas Pelayanan ( $X_2$ ) dalam menjelaskan variabel kepuasan pelanggan ( $Y_1$ ) adalah sebesar 74%.

Dengan demikian didapat diagram jalur sub-struktur 1 yang disajikan dengan nilai koefisien jalur yang telah didapat melalui analisis data sebagai berikut:

Gambar 3.1- Diagram Analisis Jalur Sub-struktur 1



Persamaan sub-struktur 2 adalah :  $Z = \beta_{y2x1} X_1 + \beta_{y2x2} X_2 + \beta_{y2y1} Y_1 + \epsilon_2$  dengan hasil pengujian sebagai berikut:

Tabel 3. 6 - Uji Simultan sub-struktur 1

ANOVA <sup>a</sup>						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	472,322	3	157,441	44,822	<.001 <sup>b</sup>
	Residual	126,453	38	3,313		
	Total	598,775	39			

a. Dependent Variable: Loyalitas Pelanggan  
b. Predictors: (Constant), Kepuasan Pelanggan, Fasilitas, Kualitas Pelayanan

Tabel 3. 7 - Uji Simultan sub-struktur 1

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		Sig.
		B	Std. Error	Beta	t	
1	(Constant)	-1,674	2,483		-.674	.504
	Fasilitas	-.095	.075	-.176	-1,282	.209
	Kualitas Pelayanan	.274	.116	.387	2,359	.024
	Kepuasan Pelanggan	.482	.102	.677	4,595	<.001

a. Dependent Variable: Loyalitas Pelanggan

Tabel 3. 8 - R Square sub Struktur 2

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.888 <sup>a</sup>	.789	.771	1.87419

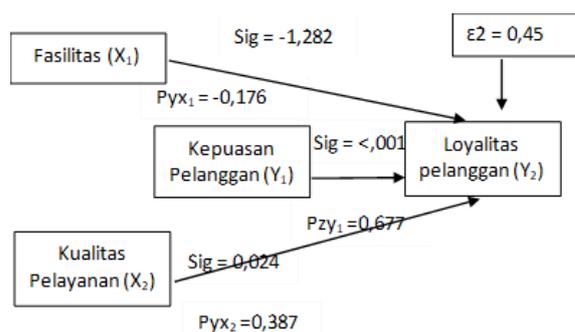
a. Predictors: (Constant), Kepuasan Pelanggan, Fasilitas, Kualitas Pelayanan

- 1) Penafsiran hasil uji sub-struktur 2: Diketahui nilai Sig. untuk pengaruh Fasilitas (X<sub>1</sub>) terhadap loyalitas pelanggan (Y<sub>2</sub>) adalah sebesar 0,208 > 0,05 dan nilai t hitung -1,282 < t tabel 1,972, sehingga dapat disimpulkan bahwa H<sub>1</sub> ditolak yang berarti tidak terdapat pengaruh Fasilitas (X<sub>1</sub>) terhadap loyalitas pelanggan (Y<sub>2</sub>). Adapun besar nilai koefisien jalur Fasilitas (X<sub>1</sub>) terhadap loyalitas pelanggan (Y<sub>2</sub>) yang ditunjukkan dengan nilai beta sebesar -0,176
- 2) Diketahui nilai Sig. untuk pengaruh kualitas pelayanan (X<sub>2</sub>) terhadap loyalitas pelanggan (Y<sub>2</sub>) adalah sebesar 0,024 < 0,05 dan nilai t hitung 2,359 > t tabel 1,972, sehingga dapat disimpulkan bahwa H<sub>2</sub> diterima yang berarti terdapat pengaruh Kualitas Pelayanan (X<sub>2</sub>) terhadap loyalitas pelanggan (Y<sub>2</sub>). Adapun koefisien jalur Kualitas

Pelayanan (X<sub>2</sub>) terhadap loyalitas pelanggan (Y<sub>2</sub>) yang ditunjukkan dengan nilai beta sebesar 0,387.

- 3) Diketahui nilai Sig. untuk pengaruh kepuasan pelanggan (Y<sub>1</sub>) terhadap loyalitas pelanggan (Y<sub>2</sub>) adalah sebesar <.001 < 0,05 dan nilai t hitung 4,505 > t tabel 1.972, sehingga dapat disimpulkan bahwa H<sub>2</sub> diterima yang berarti terdapat pengaruh kepuasan pelanggan (Y<sub>1</sub>) terhadap loyalitas pelanggan (Y<sub>2</sub>). Adapun besar koefisien jalur kepuasan pelanggan (Y<sub>1</sub>) terhadap loyalitas pelanggan (Y<sub>2</sub>) yang ditunjukkan dengan nilai beta sebesar 0,677.
- 4) Dari table R square di atas dapat diketahui bahwa besar R square (R<sup>2</sup>) adalah 0,789 = 78,9% yang artinya kemampuan variabel Fasilitas (X<sub>1</sub>), Kualitas pelayanan (X<sub>2</sub>) dan kepuasan pelanggan (Y<sub>1</sub>) dalam menjelaskan variabel loyalitas pelanggan (Y<sub>2</sub>) adalah sebesar 78,9%.

Dengan demikian didapat diagram jalur sub-struktur 2 yang disajikan dengan nilai koefisien jalur yang telah didapat melalui analisis data sebagai berikut:



Gambar 3. 2 - Diagram Analisis Jalur Sub-struktur 2

Dengan demikian hasil pengujian hipotesis 2 sub-struktur tersebut di atas dapat disimpulkan dalam tabel pengaruh langsung sebagai berikut:

Tabel 3. 9- Pengaruh Langsung

Pengaruh	Terhadap	Signifikasi	Besar Pengaruh
Fasilitas	Kepuasan Pelanggan	0,097	0,740 = 74%
Kualitas Pelayanan	Kepuasan Pelanggan	<,001	
Fasilitas	Loyalitas Pelanggan	-1,282	0,789 = 78,9%
Kualitas Pelayanan	Loyalitas Pelanggan	0,024	
Kepuasan Pelanggan	Loyalitas Pelanggan	<,001	

Variabel fasilitas memiliki pengaruh langsung negatif dan tidak signifikan terhadap variabel endogen karena nilai signifikan lebih besar dari 0,05, sedangkan variabel kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan memiliki pengaruh langsung positif dan signifikan terhadap variabel endogen dengan nilai signifikan seluruhnya lebih kecil dari 0,05.

Merujuk pada hasil penelitian fasilitas (X1), kualitas pelayanan (X2) terhadap kepuasan pelanggan (Y1) dan loyalitas pelanggan (Y2), maka selanjutnya perlu dibahas eksistensi masing-masing variabel sebagai berikut:

1. Fasilitas (X1) memiliki pengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Y1). Berdasarkan hasil analisis, diperoleh nilai koefisien jalur variabel fasilitas (X1) terhadap variabel kepuasan pelanggan (Y1) adalah sebesar 0,246 atau 24,6 persen. Hal ini menyatakan bahwa fasilitas (X1) pada gudang berikat PT WAI tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan (Y1). Hal ini tidak selaras dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Abdul Gofur (2019) dimana fasilitas memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Dengan demikian, analisis ini dapat menjadi antitesis yang mengahaislkan research gap. Hal ini dapat di sebabkan karena kurangbaiknya fasilitas pada Gudang berikat PT WAI.
2. Kualitas pelayanan (X2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Y1). Berdasarkan hasil

analisis, di peroleh koefisien jalur variabel kualitas pelayanan (X2) terhadap variabel kepuasan pelanggan (Y1) adalah sebesar 0,648 atau 64,8 persen. Hal ini menyatakan bahwa kualitas pelayanan (X2) pada Gudang berikat PT WAI memiliki pengaruh terhadap kepuasan pelanggan (Y1). Hal ini selaras dengan penelitian yang di lakukan oleh Abdul Gofur (2019), dimana hasil penelitian mereka menunjukkan kualitas pelayanan (X2) memiliki hubungan kuat dan positif terhadap kepuasan pelanggan (Y1). Dengan demikian, penelitian ini dapat mengkonfirmasi hasil penelitian sebelumnya karena hasil penelitian ini menunjukkan hasil yang selaras. Kualitas pelayanan (X2) yang dimiliki Gudang berikat PT WAI saat ini cukup baik dan layanan yang di berikan oleh karyawan gudang berikat sesuai dengan ekspektasi pelanggan. Dengan demikian, dapat di ketahui bahwa kualitas pelayanan (X2) dapat menjadi salah satu faktor yang menentukan kepuasan pelanggan (Y1).

3. Fasilitas (X1) memiliki pengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap loyalitas pelanggan (Y2). Berdasarkan hasil analisis, diperoleh nilai koefisien jalur variabel fasilitas (X1) terhadap variabel loyalitas pelanggan (Y2) adalah sebesar -0,176 atau -17,6 persen. Hal ini menyatakan bahwa fasilitas (X1) pada Gudang berikat PT WAI tidak berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan (Y2). Hal ini tidak selaras dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Lely Kurnia Sari pada tahun 2017 yang menyatakan bahwa fasilitas (X1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan (Y2). Dengan demikian, penelitian ini dapat mengkonfirmasi hasil penelitian sebelumnya karena hasil penelitian ini

menunjukkan hasil yang tidak selaras. Meskipun Gudang Berikat PT WAI telah mengupayakan cara dengan menerapkan Fasilitas yang baik, namun hal ini tidak menjadikan pelanggan menjadi loyal terhadap Gudang berikat PT WAI. Banyak hal yang pelanggan pertimbangkan untuk menggunakan Gudang berikat PT WAI, salah satunya adalah tarif, jika harga yang PT WAI berikan jauh lebih tinggi dibandingkan pesaing. Hal tersebut dapat menjadi pertimbangan kembali bagi pelanggan Gudang berikat PT WAI.

4. Kualitas pelayanan ( $X_2$ ) berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan ( $Y_2$ ). Berdasarkan hasil analisis, di peroleh koefisien jalur variabel kualitas pelayanan ( $X_2$ ) terhadap variabel loyalitas pelanggan ( $Y_2$ ) adalah sebesar 0,387 atau 38,7 persen. Hal ini selaras dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Lely Kurnia Sari pada tahun 2017 yang menyatakan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Dengan demikian, penelitian ini dapat mengkonfirmasi hasil penelitian sebelumnya karena hasil penelitian ini menunjukkan hasil yang selaras. Hal ini menyatakan bahwa kualitas pelayanan ( $X_2$ ) pada Gudang berikat PT WAI memiliki pengaruh terhadap loyalitas pelanggan ( $Y_2$ ). Kualitas pelayanan Gudang berikat PT WAI yang cukup baik dan telah dirasakan sendiri oleh para pelanggan, hal tersebut yang membuat pelanggan menjadi loyal kepada PT WAI.
5. Kepuasan pelanggan ( $Y_1$ ) berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan ( $Y_2$ ). Berdasarkan hasil analisis, di peroleh koefisien jalur variabel kualitas pelayanan ( $Y_1$ ) terhadap variabel loyalitas pelanggan ( $Y_2$ ) adalah beta sebesar 0,677 atau 67,7 persen. Hal ini selaras dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Retno Ayu Maulfi pada tahun 2019 yang menyatakan kepuasan pelanggan memiliki pengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Dengan demikian, penelitian ini dapat mengkonfirmasi hasil penelitian sebelumnya karena hasil penelitian ini menunjukkan hasil yang selaras. Hal ini menyatakan bahwa kepuasan pelanggan ( $Y_1$ ) pada Gudang berikat PT WAI memiliki pengaruh terhadap loyalitas pelanggan ( $Y_2$ ). Kepuasan pelanggan ( $Y_1$ ) dapat menjadi faktor yang mendukung loyalitas pelanggan ( $Y_2$ ) terhadap suatu perusahaan. Jika tingkat kepuasan pelanggan tinggi, maka keputusan pelanggan melakukan pembelian ulang semakin tinggi pula dan akan menimbulkan loyalitas pelanggan.
6. Kepuasan pelanggan ( $Y_1$ ) tidak mampu berfungsi menjadi mediator untuk variabel fasilitas terhadap loyalitas pelanggan ( $Y_2$ ). Hal ini menunjukkan bahwa fasilitas ( $X_1$ ) bila di terapkan dengan baik dan tepat tidak dapat meningkatkan loyalitas pelanggan ( $Y_2$ ) Gudang berikat PT WAI, sehingga kepuasan pelanggan ( $Y_1$ ) sebagai variabel interving terbukti tidak berfungsi memperkuat pengaruh fasilitas ( $X_1$ ) terhadap loyalitas pelanggan ( $Y_2$ ).
7. Kepuasan pelanggan ( $Y_1$ ) mampu berfungsi menjadi mediator untuk variabel kualitas pelayanan ( $X_2$ ) terhadap loyalitas pelanggan ( $Y_2$ ). Hal ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan ( $X_2$ ) Gudang berikat PT WAI yang baik dapat meningkatkan loyalitas pelanggan ( $Y_2$ ) sehingga kepuasan pelanggan ( $Y_1$ ) sebagai variabel interving terbukti berfungsi memperkuat pengaruh kualitas

pelayanan terhadap loyalitas pelanggan (Y<sub>2</sub>).

#### D. Simpulan

Dari hasil penelitian dan analisa secara keseluruhan, maka dapat diambil beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Fasilitas berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap kepuasan pelanggan Gudang berikat PT WAI. Maka dengan demikian, perubahan yang terjadi pada penerapan fasilitas di Gudang berikat tidak akan mempengaruhi kepuasan pelanggan Gudang berikat PT WAI.
2. Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan Gudang berikat PT WAI. Maka dengan demikian, perubahan yang terjadi pada kualitas pelayanan akan mempengaruhi kepuasan pelanggan Gudang berikat PT WAI.
3. Fasilitas berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap loyalitas pelanggan Gudang berikat PT WAI. Maka dengan demikian, perubahan yang terjadi pada penerapan fasilitas di Gudang berikat tidak akan mempengaruhi loyalitas pelanggan Gudang berikat PT WAI.
4. Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan Gudang berikat PT WAI. Maka dengan demikian, perubahan yang terjadi pada kualitas pelayanan akan mempengaruhi loyalitas pelanggan Gudang berikat PT WAI.
5. Kepuasan pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan Gudang berikat PT WAI. Maka dengan demikian, perubahan yang terjadi pada kepuasan pelanggan Gudang berikat dapat

mempengaruhi loyalitas pelanggan Gudang berikat PT WAI.

6. Kepuasan pelanggan tidak mampu berfungsi sebagai mediator atau mediasi pengaruh tidak langsung fasilitas terhadap loyalitas pelanggan Gudang berikat PT WAI. Dengan demikian, perubahan penerapan fasilitas yang ada pada Gudang berikat PT WAI tidak dapat mempengaruhi loyalitas pelanggan secara tidak langsung melalui kepuasan pelanggan Gudang berikat PT WAI.
7. Kepuasan pelanggan mampu berfungsi sebagai mediator atau mediasi pengaruh tidak langsung kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan Gudang berikat PT WAI. Dengan demikian, adanya perubahan pada kualitas pelayanan Gudang berikat PT WAI dapat mempengaruhi loyalitas pelanggan secara tidak langsung melalui kepuasan pelanggan Gudang berikat PT WAI.

#### E. Daftar Pustaka

- Arikunto, Suharsimi. 2010. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Edited by Rineka Cipta. Jakarta.
- Aswan, Khairil. 2013. "Pengaruh Kepuasan Nasabah Atas Dimensi Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Nasabah Tabungan Sikoci Pada Bank Nagari Cabang Lubuk Sikaping." *Jurnal Manajemen Universitas Negeri Padang* 2.
- Damayanti, Cintya dan Wahyono. 2015. "Pengaruh Kualitas Produk, Brand Image Terhadap Loyalitas Dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening." *Management Analysis Journal* 4.
- Darajat, Zakiah. 2012. *Fasilitas Transportasi Konsumen*. Bandung: CV Alfabeta.
- Fandy, Tjiptono dan Greforius, Chandra.

- 
2016. *Pemasaran Jasa (Prinsip, Penerapan, Dan Penelitian*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Garcia, B.G., Gutierrez, A.M. 2012. "Drivers of Customer Likelihood to Join Grocery Retail Loyalty Programs: An Analysis of Reward Programs and Loyalty Cards." *Journal of Retailing and Consumer Services*, 492–500.
- Hadiguna, Rika Ampuh. 2009. *Manajemen Pabrik*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Haryanto, Edy. 2013. "Kualitas Layanan, Fasilitas Dan Harga Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pengguna Jasa Layanan Pada Kantor Samsa Manado." *Ekonomi Manajemen Dan Bisnis Akutansi* 1: 750–60.
- Hasan, Ali. 2014. *Marketing Dan Kasus-Kasus Pilihan*. Yogyakarta: CAPS.
- Kasmir. 2017. *Customer Service Excellent*. Depok: Raja Grafindo Persada.
- Kotler, Philip and Kevin Lane Keller. 2016. *Marketing Managemen*. 15th Editi. New Jersey: Pearson Education, Inc.
- Kuswoyo. 2015. "Usulan Pebaikan Tata Letak Gudang Raw Material Chemical Menggunakan Metode Shared Storage Dan Rel Spac." *Fakultas Teknik Industri Universitas Muhammadiyah Sidoarjo*.
- Lupiyoadi & Hamdani. 2011. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Salemba Empat.
- Mardiyani, Yuyun & Murwatiningsih. 2015. "Pengaruh Fasilitas Dan Promosi Terhadap Kepuasan Pengunjung Melalui Keputusan Berkunjung Sebagai Variabel Intervening Pada Objek Wisata Kota Semarang." *Management Analysis Journal* 4.
- Martono, Nanang. n.d. *Metode Penelitian Kuantitatif*. 2015. Jakarta: Rajagrafindo Persada.
- Miranda, Amin dan Widjaja, and Tunggal. 2011. "Manajemen Logistik Dan Supply Chain Management."
- Priansa, Donni Juni. 2017. *Perilaku Konsumen Dalam Bisnis Kontemporer*. Bandung: Alfabeta.
- Purnomo, Bambang Herry, Dkk. 2012. "Desain Tata Letak Fasilitas Produksi Pada Pengolahan Ribbed Smoked Sheet (RSS) Di Gunung Pasang Panti Kabupaten Jember." *Jurnal Desain Tata Letak Fasilitas Produksi Pada Pengolahan Ribbed*.
- Richards, G. 2014. *Warehouse Management : A Complete Guide To Improving Efficiency And Minimizing Costs In The Modern Warehouse*. United States: Kogan Page Limited.
- Rusydi, Mhd. n.d. *Customer Excellence*. Bandung: Gosyen Publishing.
- Sangadji, E.M., dan Sopiah. 2013. *Prilaku Konsumen: Pendekatan Praktis Disertai: Himpunan Jurnal Penelitian*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Sugiharto. 2010. "Analisa Manajemen Pergudangan Pada PD Sinar Agung Jaya Untuk Meningkatkan Efektifitas."
- Sugiyono. 2016. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sulistian, Ogi. 2011. *Pengaruh Brand Image Terhadap Loyalitas Pelanggan Rokok Gudang Garam Filter*. Kuningan: Fakultas Ekonomi Universitas Kuningan.
- Sunyoto, Danang. 2015a. *Manajemen Dan Pengembangan Sumber Daya Manusia*. Yogyakarta: Center for Academic Publishing Service. 2015b. *Manajemen Dan Pengembangan Sumber Daya Manusia*. Yogyakarta: Center for Academic Publishing Service.
- Tjiptono, Fandy. n.d. *Pemasaran Jasa (Prinsip, Penerapan, Penelitian)*. Yogyakarta: Andi Offset. 2011. *Service Management Mewujudkan Layanan Prima*. Yogyakarta: Andi Offset. 2017. *Service Managemen*. Yogyakarta: Andi Offset.