

Pengaruh Kinerja Layanan, Kepercayaan, dan Kepuasan terhadap Loyalitas Pelanggan pada PT Ganda Nusantara Persada di Batam

Mardianti^{1*}, Suhardi²

Fakultas Ilmu Sosial Dan Humaniora, Universitas Putera Batam
pb190810108@upbatam.ac.id^{1*}; suhardi_rasiman@yahoo.com²

Received 26 Mei 2023 | Revised 30 Mei 2023 | Accepted 11 Juni 2023

*Korespondensi Penulis

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kinerja layanan, kepercayaan, dan kepuasan terhadap loyalitas pelanggan pada PT Ganda Nusantara Persada di Batam. Populasi yang dapat dipergunakan dengan mencakup 142 pelanggan PT Ganda Nusantara Persada di Batam dengan teknik penentuan sampel berdasarkan *sampling* jenuh. Data yang digunakan dalam penelitian ini dikumpulkan melalui kuesioner yang disebar kepada pelanggan PT Ganda Nusantara Persada di Batam. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah regresi linier berganda, yang kemudian di uji melalui uji kualitas data, uji asumsi klasik, uji pengaruh dan uji hipotesis. Temuan yang dilakukan pada analisis regresi linier berganda memperlihatkan bahwa kinerja layanan dapat memberikan pengaruh dengan sebesar 11,0% kepada loyalitas pelanggan. Kepercayaan dapat memberikan pengaruh dengan sebesar 25,2% kepada loyalitas pelanggan. Kepuasan dapat memberikan pengaruh dengan sebesar 12,4% kepada loyalitas pelanggan. Hasil pengujian yang dilakukan melalui analisis koefisien determinasi (R^2) dapat menjelaskan bahwa kinerja layanan, kepercayaan serta kepuasan dapat menjelaskan kinerja karyawan sebesar 55,6%. Untuk hasil penelitian melalui uji hipotesis menunjukkan bahwa kinerja layanan, kepercayaan, dan kepuasan berpengaruh secara positif serta signifikan dengan cara parsial ataupun simultan terhadap loyalitas pelanggan pada PT Ganda Nusantara Persada di Batam.

Keywords: Kepercayaan; Kepuasan; Kinerja layanan; Loyalitas Pelanggan

Abstract

This study aims to analyze the effect of service performance, trust, and satisfaction on customer loyalty at PT Ganda Nusantara Persada in Batam. The population that can be used includes 142 customers of PT Ganda Nusantara Persada in Batam with a sampling technique based on saturated sampling. The data used in this study were collected through questionnaires distributed to customers of PT Ganda Nusantara Persada in Batam. The data analysis technique used in this study is multiple linear regression, which is then tested through data quality tests, classical assumption tests, influence tests and hypothesis testing. The findings made in the multiple linear regression analysis show that service performance can have an effect of 11.0% on customer loyalty. Trust can have an effect of 25.2% on customer loyalty. Satisfaction can have an effect of 12.4% on customer loyalty. The results of tests carried out through analysis of the coefficient of determination (R^2) can explain that service performance, trust and satisfaction can explain employee performance by 55.6%. For the results of research through hypothesis testing shows that service performance, trust, and satisfaction have a positive and significant effect in a partial or simultaneous way on customer loyalty at PT Ganda Nusantara Persada in Batam.

Keywords: Customer Loyalty; Satisfaction; Service performance; Trust

PENDAHULUAN

Persaingan di industri jasa semakin sengit dan kompetitif, memaksa perusahaan untuk memiliki keunggulan kompetitif. Oleh karena itu, setiap bisnis yang beroperasi di sektor jasa harus terus mengembangkan dan menciptakan inovasi dalam layanan yang mereka tawarkan, agar perusahaan dapat bertahan dan bersaing secara efektif. Untuk mencegah pelanggan berpindah ke perusahaan pesaing dan membawa bisnis mereka ke tempat lain, penting bagi bisnis untuk membuat pelanggan mereka saat ini senang dan terus memupuk prospek baru dengan harapan menjauhkan mereka dari persaingan.

Pelayanan menurut Nafisa & Sukresna dalam Siboro & Suhardi (2020: 121) adalah ukuran seberapa baik suatu layanan dalam memenuhi atau bahkan melebihi harapan pelanggan secara konsisten. Kemudian menurut Khairani *et al* dalam Latifah & Suhardi (2020: 60) pelayanan adalah setiap tindakan yang dilakukan oleh bisnis atau grup untuk memenuhi kebutuhan pelanggan. Sedangkan menurut Azizah dalam Sonya & Suhardi (2022: 350) pelayanan dapat dijelaskan sebagai suatu usaha untuk memberikan bantuan dalam memenuhi kebutuhan individu atau orang lain yang memerlukan bantuan. Dalam konteks ini, pelayanan dapat dilihat sebagai hubungan yang menghubungkan hak dan tanggung jawab yang dimiliki oleh setiap pihak terkait. Menurut Kotler dalam Subiantoro (2020:29) kinerja layanan memiliki indikator yang dapat terdiri (1) Keandalan, (2) Daya Tanggap, (3) Kepastian, (4) Empati, (5) Berwujud.

Kinerja layanan pada PT Ganda Nusantara Persada belum sepenuhnya dapat memberikan pelayanan yang terbaik hal ini dikarenakan masih terdapat pengaduan pelanggan yang terjadi. Adapun jumlah pengaduan dalam lima bulan terakhir pada PT Ganda Nusantara Persada yang dapat ditunjukkan sebagaimana pada tabel berikut:

Tabel 1. Jumlah Pengaduan Pelanggan

No	Bulan	Jumlah Pelanggan	Jumlah Pengaduan	Presentase
1	Oktober	166	11	6.63%
2	November	153	8	5.23%
3	Desember	150	15	10%
4	Januari	144	18	12.5%
5	Februari	142	13	9.15%

Sumber: PT Ganda Nusantara Persada (2023)

Tabel 1 menunjukkan bahwa PT Ganda Nusantara Persada terus mendapatkan banyak keluhan dari pelanggan terkait pelayanannya, yang dimana terdapat pelanggan mengeluhkan terhadap karyawan yang kurang responsifitas dalam menanggapi keluhan yang diberikan oleh pelanggan, Selain itu, terdapat pelanggan yang mengeluhkan dengan keterbatasan pengetahuan yang dimiliki oleh karyawan bagian *customer service*, hal ini dikarenakan *customer service* tidak memiliki pengetahuan yang cukup tentang perusahaan sehingga karyawan tidak sepenuhnya bisa menjawab pertanyaan yang diberikan oleh pelanggan. Oleh karena itu, PT Ganda Nusantara Persada diharuskan untuk dapat memperbaiki kinerja layanan hal ini agar pelanggan tidak lari ke pesaing sehingga pelanggan menjadi loyalitas pada PT Ganda Nusantara Persada.

Kepercayaan menurut Winahyuningsih dalam Fakhruddin (2020: 105) merupakan peran krusial dalam mencapai kesuksesan dalam bisnis. Kemudian kepercayaan menurut Mowen dalam Lubis & Parhusip (2023: 238) adalah hasil dari pengetahuan yang dimilikinya tentang suatu objek atau produk, serta kesimpulan yang dibuat berdasarkan pengetahuan tersebut. Sedangkan menurut Rofiq & Mula dalam Aini (2020:90) kepercayaan dapat didefinisikan sebagai pemberian kepercayaan secara emosional untuk seseorang yang mengharapkan untuk dapat akan bertindak sesuai dengan keuntungan individu yang telah mempercayai mereka. Menurut Maharani dalam Sulle (2022: 103) menjelaskan bahwasanya kepercayaan dapat diukur dengan indikator (1) Keandalan, (2) Kejujuran, (3) Kepedulian, (4) Kredibilitas.

Permasalahan kepercayaan pada PT Ganda Nusantara Persada berdasarkan hasil observasi serta melakukan wawancara dengan manajer PT Ganda Nusantara Persada diperoleh bahwasanya

ketidakpercayaan timbul dari pelanggan yang merasa ketidaksesuaiannya dengan keinginannya, terdapat kasus tentang seringnya permasalahan informasi yang didengar oleh mekanik bengkel PT Ganda Nusantara Persada, dimana terdapat pelanggan datang ke PT Ganda Nusantara Persada hanya untuk mengganti oli mobil saja, akan tetapi mekanik malah menggerakkan sekaligus dengan *service* mobil. Selain itu, terdapat pelanggan yang mengeluhkan dengan tidak konsistennya janji yang diberikan oleh PT Ganda Nusantara Persada, dikarenakan terdapat kasus, yang dimana pelanggan yang meninggalkan mobilnya untuk di *service* dengan perjanjian selesai dengan jam yang telah disepakati, akan tetapi pada jam tersebut pelanggan menghubungi pihak PT Ganda Nusantara Persada yang mengatakan bahwa mobil belum siap di *service*.

Kepuasan menurut Kotler dalam Muslim *et al.* (2020: 234) sebagai hasil dari membandingkan kinerja aktual dengan praduga tentang apa yang harus dicapai. Kepuasan meningkat jika kinerja dan hasil sesuai dengan atau lebih baik dari yang diantisipasi. Kemudian kepuasan menurut Mowen dan Minor Fakhri, (2022:292) menyatakan bahwa kepuasan mencakup perasaan senang atau tidak senang, namun juga melibatkan evaluasi yang lebih menyeluruh terhadap produk atau jasa yang digunakan. Sedangkan menurut Umar dan Husein dalam Palandi *et al.* (2022:568) mendefinisikan kepuasan sebagaimana ketika pelanggan mengevaluasi apa yang mereka dapatkan dalam kaitannya dengan antisipasi mereka, mereka mengalami tingkat emosi. Menurut Tjiptono dalam Fakhri (2022:293) mengemukakan bahwa kepuasan dapat diukur dengan indikator (1) Kepuasan layanan (2) Kesesuaian kualitas produk dengan harga (3) Kepuasan purna jual (4) Kepuasan sistem pemasaran.

Permasalahan terkait dengan kepuasan pada PT Ganda Nusantara Persada berdasarkan hasil observasi serta melakukan wawancara dengan manajer PT Ganda Nusantara Persada diperoleh bahwasanya terdapat pelanggan yang kurang puas dengan PT Ganda Nusantara Persada, dikarenakan terdapat kerusakan pada *spare part* yang diganti, dimana pelanggan yang telah mengganti *spare part* yang rusak pada PT Ganda Nusantara Persada setelah beberapa hari pemakaian mengalami kerusakan. Selain itu, terdapat pelanggan yang mengeluhkan terhadap kurangnya pengalaman yang dimiliki oleh karyawan pada PT Ganda Nusantara Persada sehingga pelanggan yang tidak puas disebabkan tidak adanya solusi yang tepat diberikan mekanik untuk masalah yang dihadapi pelanggan. Oleh karena itu, PT Ganda Nusantara Persada diharuskan untuk dapat memberikan kepuasan kepada pelanggan hal ini ditujukan agar dapat meningkatkan loyalitas pelanggan pada PT Ganda Nusantara Persada.

Loyalitas pelanggan menurut Nainggolan dalam Siboro & Suhardi (2020: 122) merujuk pada pembelian yang dilakukan oleh pelanggan secara berulang kali karena adanya perjanjian atau keterikatan pada suatu merek atau perusahaan. Kemudian loyalitas pelanggan Menurut Kotler dan Keller dalam Aini (2020: 89) adalah sejauh mana pengalaman individu dengan suatu produk atau layanan sesuai dengan harapan mereka tentang bagaimana seharusnya produk atau layanan tersebut berperilaku. Sedangkan menurut Priansa (2017) dalam Lubis & Parhusip, (2023: 237) loyalitas pelanggan sebagai komitmen jangka panjang pelanggan terhadap perusahaan dan produk, yang ditunjukkan oleh perilaku dan sikap setia. Menurut Zeithmal *et al* dalam Ramdaniah *et al.* (2022: 165) menjelaskan bahwasanya pada loyalitas pelanggan dapat mempunyai indikator yang terdiri dari (1) Mengatakan hal-hal yang positif, (2) Rekomendasi kepada orang lain (3) Pembelian yang dilakukan secara terus-menerus.

Loyalitas pelanggan pada PT Ganda Nusantara Persada menurun, hal ini disebabkan terdapat permasalahan pada kinerja layanan, kepercayaan dan kepuasan yang belum dapat terselesaikan oleh PT Ganda Nusantara Persada, sehingga jumlah pelanggan yang banyak mengalami penurunan. Adapun jumlah pelanggan pada PT Ganda Nusantara Persada untuk tahun 2022-2023 sebagai berikut:

Tabel 2. Jumlah Pelanggan PT Ganda Nusantara Persada

No	Bulan	Tahun	Jumlah Pelanggan	Kenaikan / Penurunan	Persentase
1	Maret	2022	195		
2	April	2022	188	-7	-3.59%
3	Mei	2022	180	-8	-4.26%

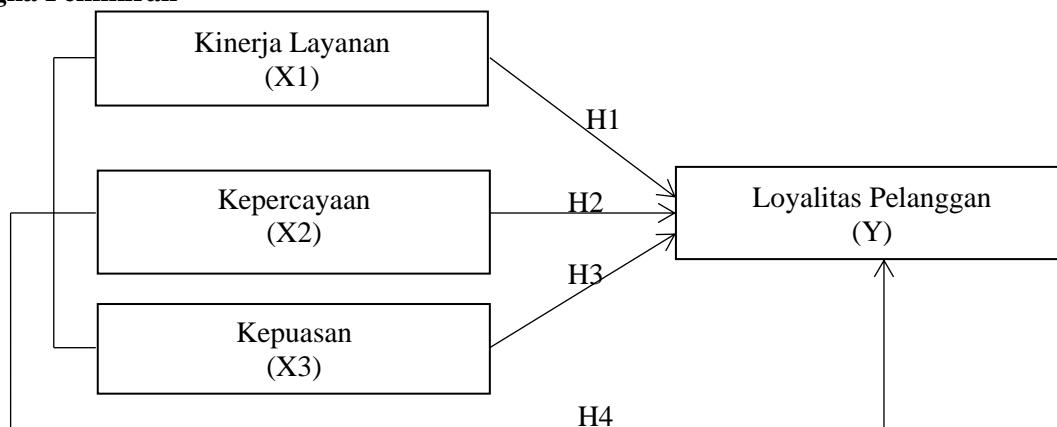
4	Juni	2022	175	-5	-2.78%
5	Juli	2022	182	7	4.00%
6	Agustus	2022	185	3	1.65%
7	September	2022	189	4	2.16%
8	Oktober	2022	166	-23	-12.17%
9	November	2022	153	-13	-7.83%
10	Desember	2022	150	-3	-1.96%
11	Januari	2023	144	-6	-4.00%
12	Februari	2023	142	-2	-1.39%

Sumber: PT Ganda Nusantara Persada (2023)

Tabel 2 di atas menunjukkan bahwasanya jumlah pelanggan pada PT Ganda Nusantara Persada pada tahun 2022-2023 banyak mengalami penurunan, dimana pada April-Juni tahun 2022 jumlah pelanggan mengalami penurunan. Akan tetapi pada bulan Juli-September 2022 jumlah pelanggan terjadi kenaikan. Selanjutnya pada Oktober 2022 - Februari 2023 jumlah pelanggan terus mengalami penurunan yang signifikan. Penurunan jumlah pelanggan pada PT Ganda Nusantara Persada disebabkan adanya perubahan perilaku pelanggan terhadap permasalahan pada PT Ganda Nusantara Persada. Oleh karena itu, PT Ganda Nusantara Persada diharapkan untuk dapat menyelesaikan permasalahan, hal ini agar pelanggan menjadi loyalitas sehingga dapat meningkatkan jumlah pelanggan.

Tujuan yang hendak akan diteliti pada penelitian ini melibatkan untuk dapat menganalisis tentang pengaruh kinerja layanan, kepercayaan dan kepuasan apakah terdapat hubungan yang signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada PT Ganda Nusantara Persada di Batam.

Kerangka Pemikiran



Gambar 1. Kerangka Pemikiran
 Sumber: Data Penelitian (2023)

Hipotesis

Hipotesis adalah pernyataan sementara yang dikembangkan dari asumsi atau spekulasi yang belum terbukti. Jadi, inilah hipotesis penelitian:

- H1 : Kinerja layanan secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan.
- H2 : Kepercayaan secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan.
- H3 : Kepuasan secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan.
- H4 : Kinerja layanan, kepercayaan dan kepuasan secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan.

METODE



Jenis penelitian ini merupakan jenis penelitian deskriptif dengan pendekatan kuantitatif. Alasan digunakan penelitian deskriptif untuk menjelaskan suatu situasi atau fenomena yang ada, dengan cara mengumpulkan data dari beberapa sumber dan menganalisisnya secara sistematis. Pendekatan kuantitatif menurut Sugiyono (2019: 17) seringkali memerlukan penggunaan instrumen penelitian standar untuk mengumpulkan data yang relevan dengan populasi atau sampel tertentu. Data yang diperoleh kemudian dievaluasi untuk memverifikasi asumsi yang telah ditentukan sebelumnya. Alat analisis statistik membantu peneliti memperoleh temuan dari studi kuantitatif dengan memungkinkan mereka untuk memeriksa ide secara metodis dan objektif.

Populasi menurut Sugiyono (2019: 127) adalah kategori luas yang mencakup hal-hal atau orang-orang yang telah diberi atribut dan karakteristik tertentu untuk dijadikan sebagai subjek penelitian yang darinya dapat dibentuk kesimpulan. Sampel diambil dari populasi, yang mungkin berupa kumpulan orang, benda, atau fenomena lainnya. Oleh karena itu, dari definisi tersebut peneliti menetapkan populasi pada penelitian ini berjumlah 142 orang yang dimana berdasarkan data jumlah pelanggan pada PT Ganda Nusantara Persada pada Februari 2023.

Sampel sebagaimana yang dijelaskan Sugiyono (2019: 127) adalah sebagian jumlah pada populasi yang mewakili keseluruhan dalam hal ukuran dan komposisi. Ketika populasi studi terlalu luas untuk diperiksa secara keseluruhan, peneliti terkadang memilih untuk mengumpulkan data dari sampel yang representatif. *Sampling* jenuh digunakan dalam penelitian ini, dengan semua 142 peserta dijadikan sebagai sampel dari seluruh populasi.

Teknik analisis data yang akan diuji meliputi pada uji kualitas data dengan terdiri dari uji validitas dan uji reliabilitas. Selanjutnya diuji melalui uji asumsi klasik dengan meliputi uji normalitas, uji multikolinearitas dan uji heteroskedastisitas. Selanjutnya diuji melalui uji pengaruh dengan meliputi analisis regresi linier berganda dan analisis koefisien determinasi (R^2). Terakhir diuji melalui uji hipotesis dengan meliputi uji secara parsial atau uji t serta uji secara simultan atau uji f.

HASIL dan PEMBAHASAN

Uji Kualitas Data

Uji Validitas

Tabel 3. Uji Validitas

Pernyataan	R hitung	R tabel	Keterangan
X1.1	0,892	0,3610	Valid
X1.2	0,888	0,3610	Valid
X1.3	0,851	0,3610	Valid
X1.4	0,854	0,3610	Valid
X1.5	0,672	0,3610	Valid
X2.1	0,818	0,3610	Valid
X2.2	0,849	0,3610	Valid
X2.3	0,882	0,3610	Valid
X2.4	0,799	0,3610	Valid
X3.1	0,898	0,3610	Valid
X3.2	0,898	0,3610	Valid
X3.3	0,889	0,3610	Valid
X3.4	0,780	0,3610	Valid
Y.1	0,950	0,3610	Valid
Y.2	0,965	0,3610	Valid
Y.3	0,837	0,3610	Valid

Sumber: Pengolahan Data (2023)

Berdasarkan informasi yang diberikan dalam Tabel 3 di atas, terdapat hasil yang menunjukkan terdapat indikasi bahwa terdapat hasil suatu pengujian dengan nilai *r* hitung untuk semua pernyataan yang merupakan variabel penelitian lebih tinggi daripada nilai yang disajikan pada *r* tabel. Dengan data yang telah dihasilkan tersebut dapat disimpulkan bahwa uji validitas pada variabel penelitian dikatakan valid sehingga data tersebut bisa digunakan untuk meneliti yang lebih lanjut lagi.

Uji Reliabilitas

Tabel 4 Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	N of Item	Keterangan
Kinerja Layanan (X1)	0,888	5	Reliable
Kepercayaan (X2)	0,857	4	Reliable
Kepuasan (X3)	0,882	4	Reliable
Loyalitas Pelanggan (Y)	0,905	3	Reliable

Sumber: Pengolahan Data (2023)

Menurut temuan yang dapat dilihat pada Tabel 4 yang dapat dilihat di atas, sebagaimana mengetahui hasil uji reliabilitas seluruh pernyataan pada variabel penelitian yang diteliti dengan hasil penemuan nilai *cronbach's alpha* yang dapat melebihi pada 0,60. Seperti data yang telah dihasilkan tersebut dengan ditarik simpulan pada pengujian uji reliabilitas dengan meliputi keseluruhan pernyataan pada variabel yang diteliti dikatakan *reliable* sehingga data tersebut dapat dipercaya atau dengan kata lain data dapat diandalkan.

Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

Tabel 5 Hasil Uji *Kolmogorov-Smirnov*

<i>One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test</i>		<i>Unstandardized Residual</i>
<i>N</i>		142
<i>Normal Parameters^{a,b}</i>	<i>Mean</i>	.0000000
	<i>Std. Deviation</i>	1.29121430
<i>Most Extreme Differences</i>	<i>Absolute</i>	.051
	<i>Positive</i>	.049
	<i>Negative</i>	-.051
<i>Test Statistic</i>		.051
<i>Asymp. Sig. (2-tailed)</i>		.200 ^{c,d}

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. This is a lower bound of the true significance.

Sumber: Pengolahan Data (2023)

Menurut temuan yang ditunjukkan pada Tabel 5 yang dapat ditemukan di atas, sebagaimana telah menunjukkan pengujian *kolmogorov-smirnov* mendapatkan nilai yang dihasilkan dengan *asympt. sig. (2-tailed)* dengan dapat besaran hasil 0,200 yang dapat melebihi ambang pada taraf signifikansi 0,05. Dengan data yang telah dihasilkan tersebut dapat dikatakan bahwa *kolmogorov-smirnov* telah memenuhi asumsi normalitas sehingga data yang telah digunakan dinyatakan sebagai data yang berdistribusi dengan cara yang normal.

Uji Multikolinearitas

Tabel 6 Uji Multikolinearitas

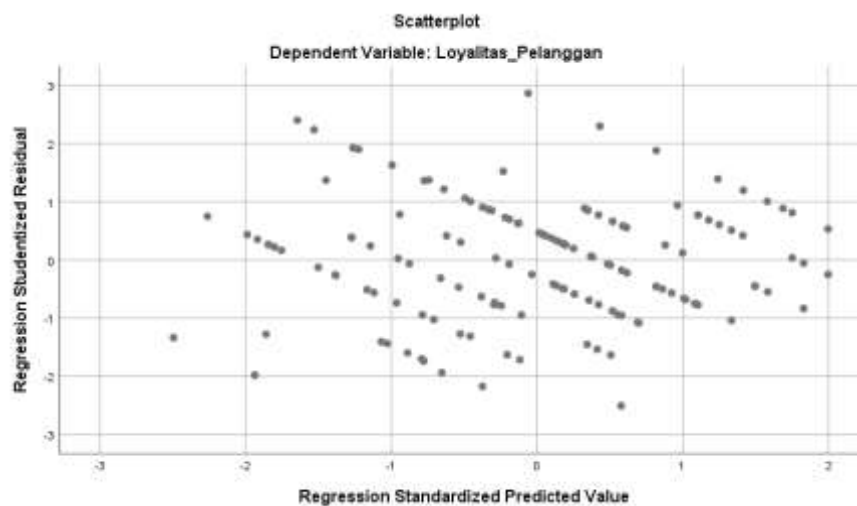
<i>Coefficients^a</i>	
<i>Model</i>	<i>Collinearity Statistics</i>

	<i>Tolerance</i>	<i>VIF</i>
1		
(Constant)		
Kinerja_Layanan	.413	2.419
Kepercayaan	.460	2.173
Kepuasan	.571	1.752

a. *Dependent Variable:* Loyalitas_Pelanggan
Sumber: Pengolahan Data (2023)

Menurut temuan yang ditunjukkan pada Tabel 6 yang dapat ditemukan di atas, sebagaimana menunjukkan hasil uji multikolinearitas menemukan bahwa *tolerance* dapat menghasilkan nilai yang dapat melebihi pada 0,10 kemudian pada hasil yang diperoleh melalui *variance inflation factor* (VIF) dapat menghasilkan nilai dibawah 10,00. Dengan data yang telah dihasilkan tersebut dapat disimpulkan bahwa uji multikolinearitas pada variabel bebas yang telah diteliti dikatakan tidak terjadinya suatu korelasi dengan penyebutan lain tidak terjadinya suatu multikolinearitas diantara varibel bebas yang telah diteliti.

Uji Heteroskedastisitas



Gambar 2 Uji Heteroskedastisitas
Sumber: Pengolahan Data (2023)

Menurut data yang ditunjukkan pada Gambar 2 yang terletak di atas, terdapat temuan yang menunjukkan temuan uji heteroskedastisitas ditemukan adanya titik-titik yang berdistribusi dengan acak dan acak di atas dan di bawah garis 0 pada sumbu Y. Selain itu, tidak ada pola yang terlihat jelas yang muncul dari lokasi tersebut. Hasilnya, dapat menarik kesimpulan bahwa model regresi yang digunakan dalam penelitian ini tidak menunjukkan tanda-tanda heteroskedastisitas. Dengan kata lain, studi tersebut tidak berurusan dengan masalah yang sering dikaitkan dengan heteroskedastisitas.

Analisis Regresi Linier Berganda

Tabel 7. Hasil Uji Regresi Linear Berganda

<i>Model</i>	<i>Coefficients^a</i>				
	<i>Unstandardized Coefficients</i>		<i>Standardized Coefficients</i>	<i>t</i>	<i>Sig.</i>
	<i>B</i>	<i>Std. Error</i>	<i>Beta</i>		
1					
(Constant)	4.046	.571		7.086	.000
Kinerja_Layanan	.110	.038	.253	2.900	.004
Kepercayaan	.252	.054	.387	4.680	.000
Kepuasan	.124	.043	.216	2.908	.004

a. *Dependent Variable:* Loyalitas_Pelanggan
Sumber: Pengolahan Data (2023)



Menurut temuan yang ditunjukkan pada Tabel 5 yang dapat ditemukan di atas, sebagaimana telah menunjukkan hasil analisis regresi linier berganda dengan mencakup persamaan $Y = 4,046 + 0,110X_1 + 0,252X_2 + 0,124X_3$. Arti dari persamaan ini adalah:

1. Pada konstanta, terdapat nilai 4,046 yang menunjukkan bahwa jika nilai variabel kinerja layanan, kepercayaan dan kepuasan adalah nol ataupun dianggap tidak ada, sehingga pada loyalitas pelanggan akan memiliki nilai 4,046.
2. Pada variabel kinerja layanan, terdapat koefisien bernilai positif 0,110, yang berarti jika kinerja layanan dapat ditingkatkan, sehingga pada loyalitas pelanggan akan mengikuti peningkatan sebesar 0,110 atau 11,0%.
3. Pada variabel kepercayaan, terdapat koefisien bernilai positif 0,252, yang berarti jika kepercayaan dapat ditingkatkan, sehingga pada loyalitas pelanggan akan mengikuti peningkatan sebesar 0,252 atau 25,2%.
4. Pada variabel kepuasan, terdapat koefisien bernilai positif 0,124, yang berarti jika kepuasan dapat ditingkatkan, sehingga pada loyalitas pelanggan akan mengikuti peningkatan sebesar 0,124 atau 12,4%.

Analisis Koefisien Determinasi (R²)

Tabel 8 Hasil Uji Analisis Koefisien Determinasi (R²)

<i>Model Summary^b</i>				
<i>Model</i>	<i>R</i>	<i>R Square</i>	<i>Adjusted R Square</i>	<i>Std. Error of the Estimate</i>
1	.752 ^a	.566	.556	1.305

a. *Predictors: (Constant), Kepuasan, Kepercayaan, Kinerja_Layanan*

b. *Dependent Variable: Loyalitas_Pelanggan*

Sumber: Pengolahan Data (2023)

Berdasarkan informasi yang diberikan dalam Tabel 8 di atas, terdapat hasil yang menunjukkan bahwa hasil analisis koefisien determinasi (R²) menemukan nilai *Adjusted R Square* adalah 0,556, yang setara dengan persentase 55,6%. Oleh karena itu, model regresi mengungkapkan bahwa variabel kinerja layanan (X1), kepercayaan (X2), dan kepuasan (X3) menyumbang 55,6% dari varian variabel loyalitas pelanggan (Y) di PT Ganda Nusantara Persada di Batam. Sisanya 44,4% dapat dikaitkan dengan elemen lain yang tidak tertera dalam analisis ini.

Uji Hipotesis Secara Parsial – Uji t

Tabel 9 Hasil Uji t (Parsial)

<i>Coefficients^a</i>						
<i>Model</i>		<i>Unstandardized Coefficients</i>		<i>Standardized Coefficients</i>	<i>T</i>	<i>Sig.</i>
		<i>B</i>	<i>Std. Error</i>	<i>Beta</i>		
1	<i>(Constant)</i>	4.046	.571		7.086	.000
	<i>Kinerja_Layanan</i>	.110	.038	.253	2.900	.004
	<i>Kepercayaan</i>	.252	.054	.387	4.680	.000
	<i>Kepuasan</i>	.124	.043	.216	2.908	.004

a. *Dependent Variable: Loyalitas_Pelanggan*

Sumber: Pengolahan Data (2023)

Dalam Tabel 9 yang di sajikan menunjukkan hasil seperti dibawah ini:

1. Nilai t hitung variabel kinerja pelayanan dengan mendapatkan 2,900 yang dimana nilai tersebut dapat lebih tinggi daripada nilai t tabel (1,977), serta pada nilai *Sig.* mendapatkan 0,004, dimana nilai tersebut lebih rendah daripada ambang 0,05 untuk signifikansi statistik. Temuan ini mendukung hipotesis pertama, yang menunjukkan bahwa kinerja layanan dapat dengan cara parsial mempengaruhi positif serta signifikan kepada loyalitas pelanggan.
2. Nilai t hitung variabel kepercayaan dengan mendapatkan 4,680 yang dimana nilai tersebut dapat lebih tinggi daripada nilai t tabel (1,977), serta pada nilai *Sig.* mendapatkan 0,000 dimana nilai



tersebut lebih rendah daripada ambang 0,05 untuk signifikansi statistik. Temuan ini mendukung hipotesis kedua, yang menunjukkan bahwa kepercayaan dapat dengan cara parsial mempengaruhi positif serta signifikan kepada loyalitas pelanggan.

3. Nilai t hitung variabel kepercayaan dengan mendapatkan 2,908 yang dimana nilai tersebut dapat lebih tinggi daripada nilai t tabel (1,977), serta pada nilai *Sig.* mendapatkan 0,004 dimana nilai tersebut lebih rendah daripada ambang 0,05 untuk signifikansi statistik. Temuan ini mendukung hipotesis ketiga, yang menunjukkan bahwa kepuasan dapat dengan cara parsial mempengaruhi positif serta signifikan kepada loyalitas pelanggan.

Uji Hipotesis Secara Simultan – Uji F

Tabel 10 Hasil Uji f (Simultan)

ANOVA ^a						
	<i>Model</i>	<i>Sum of Squares</i>	<i>Df</i>	<i>Mean Square</i>	<i>F</i>	<i>Sig.</i>
1	<i>Regression</i>	306.385	3	102.128	59.953	.000 ^b
	<i>Residual</i>	235.080	138	1.703		
	<i>Total</i>	541.465	141			

a. *Dependent Variable:* Loyalitas_Pelanggan

b. *Predictors: (Constant), Kepuasan, Kepercayaan, Kinerja_Layanan*

Sumber: Pengolahan Data (2023)

Berdasarkan informasi yang diberikan dalam Tabel 10 di atas, terdapat hasil yang menunjukkan bahwa hasil uji f menemukan nilai f hitung mendapatkan 59,953 yang dimana nilai tersebut dapat lebih tinggi daripada nilai f tabel (2,67), serta pada nilai *Sig.* mendapatkan 0,000 dimana nilai tersebut lebih rendah daripada ambang 0,05 untuk signifikansi statistik. Temuan ini mendukung hipotesis alternatif, yang menunjukkan bahwa kinerja layanan, kepercayaan dan kepuasan dapat dengan cara simultan mempengaruhi positif serta signifikan kepada loyalitas pelanggan.

Pembahasan

Kinerja layanan dapat dengan cara parsial mempengaruhi positif serta signifikan kepada loyalitas pelanggan. Hasil yang disebutkan sebelumnya dapat diperoleh melalui hasil yang menemukan bahwa nilai t hitung variabel kinerja pelayanan sebesar 2,900 lebih tinggi dari nilai t tabel sebesar 1,977, dan nilai *Sig.* dari 0,004 lebih rendah dari ambang 0,05 untuk signifikansi statistik. Temuan ini menunjukkan bahwa keberhasilan PT Ganda Nusantara Persada dalam membina loyalitas pelanggan terkait langsung dengan kualitas layanan yang diberikan kepada pelanggannya. Temuan dari penelitian ini dipertegas oleh studi Siboro & Suhardi (2020) dengan mengemukakan kinerja layanan memiliki pengaruh yang positif dengan dapat signifikan kepada loyalitas pelanggan. Hal yang dapat serupa dengan penemuan oleh Ramdaniah *et al.* (2022) dengan mengemukakan kinerja layanan memiliki pengaruh yang positif dengan dapat signifikan kepada loyalitas pelanggan.

Kepercayaan dapat dengan cara parsial mempengaruhi positif serta signifikan kepada loyalitas pelanggan. Hasil yang disebutkan sebelumnya dapat diperoleh melalui hasil yang menemukan bahwa nilai t hitung variabel kepercayaan sebesar 5,680 lebih tinggi dari nilai t tabel sebesar 1,977, dan nilai *Sig.* dari 0,000 lebih rendah dari ambang 0,05 untuk signifikansi statistik. Temuan ini menunjukkan bahwa jika PT Ganda Nusantara Persada mendapatkan kepercayaan konsumennya, maka akan dihargai dengan loyalitas yang lebih besar. Temuan dari penelitian ini dipertegas oleh studi Fakhruddin (2020) dengan mengemukakan kepercayaan memiliki pengaruh yang positif dengan dapat signifikan kepada loyalitas pelanggan. Hal yang dapat serupa dengan penemuan oleh Lubis & Parhusip (2023) dengan mengemukakan kepercayaan memiliki pengaruh yang positif dengan dapat signifikan kepada loyalitas pelanggan.

Kepuasan dapat dengan cara parsial mempengaruhi positif serta signifikan kepada loyalitas pelanggan. Hasil yang disebutkan sebelumnya dapat diperoleh melalui hasil yang menemukan bahwa nilai t hitung variabel kepuasan sebesar 2,908 lebih tinggi dari nilai t tabel sebesar 1,977, dan nilai $Sig.$ dari 0,004 lebih rendah dari ambang 0,05 untuk signifikansi statistik. Temuan ini menunjukkan bahwa kemampuan PT Ganda Nusantara Persada untuk membuat pelanggannya puas berkorelasi langsung dengan tingkat loyalitas yang dinikmati oleh pelangga tersebut. Temuan dari penelitian ini dipertegas oleh studi Aini (2020) dengan mengemukakan kepuasan memiliki pengaruh yang positif dengan dapat signifikan kepada loyalitas pelanggan. Hal yang dapat serupa dengan penemuan oleh Muslim *et al.* (2020) dengan mengemukakan kepuasan memiliki pengaruh yang positif dengan dapat signifikan kepada loyalitas pelanggan.

Kinerja layanan, kepercayaan dan kepuasan dapat dengan cara simultan mempengaruhi positif serta signifikan kepada loyalitas pelanggan. Hasil yang disebutkan sebelumnya dapat diperoleh melalui hasil yang menemukan bahwa nilai f hitung sebesar 59,953 lebih tinggi dari nilai f tabel sebesar 2,67, dan nilai $Sig.$ dari 0,000 lebih rendah dari ambang 0,05 untuk signifikansi statistik. Temuan ini menunjukkan bahwa loyalitas pelanggan dapat ditingkatkan oleh PT Ganda Nusantara Persada dengan berfokus pada faktor kinerja layanan, kepercayaan, dan kepuasan dengan keseluruhannya.

SIMPULAN

Ada sejumlah kesimpulan yang dapat dibuat dari studi ini yang dengan dapat mencakup dijelaskan berikut:

1. Variabel kinerja layanan (X1) secara parsial memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada PT Ganda Nusantara Persada di Batam.
2. Variabel kepercayaan (X2) secara parsial memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada PT Ganda Nusantara Persada di Batam.
3. Variabel kepuasan (X3) secara parsial memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada PT Ganda Nusantara Persada di Batam.
4. Variabel kinerja layanan (X1), kepercayaan (X2) dan kepuasan (X3) secara simultan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada PT Ganda Nusantara Persada di Batam.

DAFTAR PUSTAKA

- Aini, T. N. (2020). Pengaruh kepuasan dan kepercayaan terhadap loyalitas pelanggan dengan komitmen sebagai variable intervening. *Entrepreneurship Bisnis Manajemen Akuntansi (E-BISMA)*, 1(2), 88–98. <https://doi.org/10.37631/e-bisma.v1i2.194>
- Fakhri, R. (2022). Pengaruh Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Toko Buku Fadira Pekanbaru. *Eko Dan Bisnis (Riau Economics and Business Review)*, 13(3).
- Fakhrudin, A. (2020). Pengaruh Kepuasan dan Kepercayaan terhadap Loyalitas Penumpang Maskapai Garuda Indonesia di Bandar Udara Adi Soemarmo. *Jurnal Maksipreneur: Manajemen, Koperasi, Dan Entrepreneurship*, 10(1), 102. <https://doi.org/10.30588/jmp.v10i1.677>
- Latifah, S., & Suhardi. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian pada PT Pos Belakang Padang Batam. *Ekuivalensi*, 6(1), 57–72.
- Lubis, L. N., & Parhusip, A. A. (2023). Pengaruh Kualitas, Kepuasan, Dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Pelanggan Paket Internet Simpati (Studi Pada Mahasiswa Universitas Potensi Utama). *Jurnal Bintang Manajemen*, 1(1). <https://ejournal.stie-trianandra.ac.id/index.php/jubima/article/view/1134%0Ahttps://ejournal.stie-trianandra.ac.id/index.php/jubima/article/download/1134/926>
- Muslim, Taufik, E. R., & Lutfi. (2020). Mempertahankan Loyalitas Nasabah Melalui Kepuasan Dan

- Kepercayaan Nasabah (Studi Empirik Nasabah Tabungan Produk Tamasa BPR Serang). *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 12(2), 309--352.
- Palandi, J. J., Mangantar, M., & Raintung, M. C. (2022). Pengaruh Kualitas Jasa, Kepercayaan Dan Kepuasan Nasabah Terhadap Loyalitas Nasabah Pt. Pegadaian Di Manado. *Emba*, 10(4), 565–576.
- Ramdaniah, S., Mintarti, S., & Nadir, M. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Promosi Serta Kepuasan Terhadap Loyalitas Konsumen (Studi Jamaah Umroh PT. Arrehlah Wisata Samarinda). *JESM: Jurnal Ekonomi Syariah Mulawarman*, 1(3), 161–176.
- Siboro, R. M., & Suhardi. (2020). Pengaruh Kepuasan Pelanggan, Kepercayaan Pelanggan, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Dalam Penggunaan Tokopedia di Batam. *Jurnal Ekuivalensi*, 6(1), 118–132. <https://ejournal.kahuripan.ac.id/index.php/Ekuivalensi/article/view/360>
- Sonya, D. P., & Suhardi, S. (2022). Pengaruh Fasilitas dan Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Indomaret Panasera di Batam. *ECo-Buss*, 5(1), 349–361. <https://doi.org/10.32877/eb.v5i1.493>
- Subiantoro, B. S. S. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Konsumen Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Pemoderasi (Studi Kasus Pada Konsumen Gojek Di Kota Banjarmasin). *At-Tadbir: Jurnal Ilmiah Manajemen*, 4(1), 27–39. <https://doi.org/10.31602/atd.v4i1.2435>
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Alfabeta.
- Sulle, Y. (2022). Pengaruh Kepercayaan, Kualitas Pelayanan dan Komitmen Nasabah Terhadap Loyalitas Nasabah (Studi Kasus pada Bank Papua Cabang Kepi). *Jurnal Ilmu Hukum Ilmu Humaniora Dan Politi*, 2(1), hal.102.