



PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN DENGAN KEPUASAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING PADA CV RJ DEPOK

Ahmad Hanapi¹ Nurmin Arianto ²

¹Mahasiswa Prodi Manajemen Universitas Pamulang;

²Dosen Prodi Manajemen Universitas Pamulang

dosen01118@unpam.ac.id

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan dan kepuasan pelanggan, pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan serta pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan sebagai variabel. Dalam penelitian ini penulis menggunakan metode penelitian kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah pelanggan CV RJ Depok, pelanggan disini adalah distributor yang membeli produk di CV RJ . Penelitian ini menggunakan teknik pengambilan sampel proporsional random sampling dengan menggunakan rumus slovin dengan eror 5% sebanyak 109 sampel. Pengumpulan data primer diperoleh dari observasi dan kuesioner tertutup yang diukur dengan skala Likert. Pengumpulan data sekunder diperoleh dari dokumentasi dan studi kepustakaan. Teknik Analisis yang digunakan meliputi uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik (normalitas, multikolinearitas dan heteroskedastisitas), uji koefisien determinasi, uji model regresi, uji t dan uji sobel. Hasil penelitian dengan uji t menunjukkan bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas pelanggan, kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan, kepuasan pelanggan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada CV RJ Depok, kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan sebagai variabel intervening pada CV RJ Depok.

Kata Kunci : Kualitas Pelayanan, Loyalitas Pelanggan, Kepuasan Pelanggan.

ABSTRACT

This research aims to know the influence of service quality on customer loyalty and customer satisfaction, the influence of customer satisfaction on customer loyalty as well as the influence of service quality on customer loyalty through customer satisfaction as a variable. In this study the authors use quantitative research methods. The population in this research is customer CV RJ Depok, the customer here is the distributors who buy the products in the CV RJ . This study uses a sampling technique used proportional random sampling by using the slovin formula with an error of 5% as much as 109 sample. The collection of primary data obtained from observation and a closed questionnaire that measured by the Likert scale. The collection of secondary data obtained from the documentation and literature study. Analytical techniques used include test validity, reliability test, classical assumption test (normality, multicollinearity and heteroscedasticity), test the coefficient of determination, test the regression model, the t test and the test of sobel. The results of t test showed that service quality has a significant influence on customer loyalty, service quality has a significant influence on customer satisfaction, customer satisfaction has a significant influence on customer loyalty in CV RJ Depok, service quality has a significant influence on customer loyalty through customer satisfaction as an intervening variable on the CV RJ Depok.

Keywords : Service Quality, Customer Loyalty, Customer Satisfaction.



A. PENDAHULUAN

Saat ini perkembangan dunia usaha begitu pesat menimbulkan tingkat persaingan antar perusahaan semakin ketat dalam memasarkan produk-produknya baik berupa barang maupun jasa, sehingga perusahaan dituntut untuk lebih efektif dan efisien dalam melakukan aktifitasnya. Para pelaku bisnis pada umumnya saling berlomba-lomba di dalam mengambil hati pelanggan. Untuk itu perusahaan harus berfikir cerdas, kreatif, inovatif dan bergerak cepat sangat dibutuhkan untuk memajukan usahanya, maka tingkat persaingan dunia usaha yang semakin ketat membuat perusahaan harus dapat menentukan strategi pemasaran yang tepat agar usahanya dapat bertahan dan memenangi persaingan, sehingga tujuan dari perusahaan dapat tercapai dan dapat mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan. Kelangsungan hidup perusahaan bisa terjadi dengan terciptanya loyalitas pelanggan, dimana loyalitas pelanggan merupakan sebuah komitmen yang dimiliki dari seorang pelanggan untuk terus membeli dan menggunakan produk yang dibelinya meski memiliki potensi akan dipengaruhi oleh produk atau jasa lainnya yang berpotensi menyebabkan pelanggan dapat beralih ke pesaing, ma dari itu loyalitas pelanggan memiliki peran penting dalam sebuah perusahaan, mempertahankan mereka berarti meningkatkan kinerja keuangan dan mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan. Hal ini menjadi alasan utama bagi sebuah perusahaan untuk menarik dan mempertahankan mereka. Banyak faktor yang dapat mendukung dan menunjang kesuksesan serta kemajuan suatu perusahaan, salah satunya adalah kualitas pelayanan perusahaan tersebut dan kepuasan yang telah dirasakan oleh pelanggan. Berdasarkan penjelasan tersebut maka terjadi penurunan jumlah pelanggan pada CV RJ selama tahun 2017 hingga tahun 2019 pada tabel berikut :

Tabel 1 Data Pelanggan CV RJ

Pelanggan	TAHUN		
	2017	2018	2019
Pelanggan Berhenti	4	2	7
Pelanggan Baru	6	4	2
Total Pelanggan	50	52	47

Sumber data : CV RJ

Dari data diatas dapat kita lihat terdapat fluktuasi total pelanggan, meskipun pada tahun 2018 terdapat kenaikan total pelanggan akan tetapi jumlah pelanggan baru mengalami penurunan dan pada tahun 2019 terjadi penurunan pelanggan baru dan naiknya pelanggan yang berhenti sehingga total pelanggan ikut mengalami penurunan.

Begitu pula dengan kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan yang diberikan oleh CV RJ yang tentunya harus diperhatikan agar dapat terciptanya loyalitas dari para pelanggan. Kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan bagi CV RJ merupakan salah satu faktor penting karena kualitas pelayanan merupakan suatu strategi untuk memikat lebih banyak pelanggan baru, mempertahankan pelanggan yang ada, serta menghindari berpindahnya pelanggan dan menciptakan keunggulan, dan kepuasan pelanggan merupakan salah satu indikator strategi dalam mempertahankan pelanggan agar terciptanya loyalitas pelanggan tersebut, karena kepuasan pelanggan merupakan perasaan yang timbul dalam diri pelanggan setelah membeli dan menggunakan produk tersebut sesuai atau tidaknya dengan persepsi atau harapan yang dibayangkannya. Berikut ini terdapat data penjualan CV RJ , yang dapat dilihat dari tabel dibawah ini :



Tabel 2 Data Penjualan CV RJ

Penjualan	TAHUN		
	2017	2018	2019
Target Penjualan	2.400.000.000,00	2.500.000.000,00	2.600.000.000,00
Pencapaian Penjualan	2.279.069.460,00	2.672.232.151,00	1.754.140.982,00

Sumber data : CV RJ

Dari data diatas dapat dilihat terjadi fluktuasi penjualan, pada tahun 2018 terjadi peningkatan penjualan dan telah mencapai target penjualan akan tetapi pada tahun 2019 pencapaian penjualan terjadi penurunan dan tidak tercapainya target penjualan. Hal ini terjadi karena jumlah pelanggan CV RJ mengalami penurunan pada tahun 2019 dan kenaikan jumlah keluhan pelanggan atas kualitas pelayanan setiap tahunnya, maka dapat dilihat presentase jumlah pelanggan dengan keluhan pelanggan setiap tahunnya pada tabel berikut ini :

Tabel 3 Presentase Jumlah Pelanggan dan Keluhan Pelanggan CV RJ

2017			2018			2019		
Σ Pelanggan	Σ Keluhan	%	Σ Pelanggan	Σ Keluhan	%	Σ Pelanggan	Σ Keluhan	%
50	12	24%	52	18	35%	47	21	45%

Sumber data : CV RJ

Dari tabel diatas maka dapat dilihat bahwa terjadi fluktuasi jumlah pelanggan dan terjadi peningkatan presentase keluhan selama 3 tahun terakhir, hal ini terjadi karena pelanggan kurang memiliki kepuasan ketika melakukan pembelian pada Reska Jaya sehingga mengakibatkan tingkat loyalitas pelanggan berkurang yang disebabkan oleh faktor kualitas pelayanan yang dirasakan kurang memuaskan.

Akan tetapi saat ini CV RJ mengalami kendala yang berkaitan dengan pelayanan dan kepuasan pelanggan. Hal ini dapat diketahui dengan adanya beberapa kritik dan saran yang diterima langsung terkait kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan yang diberikan oleh CV RJ . Hal tersebut didapatkan dari kotak keluhan dan saran melalui langsung yang dapat dilihat pada tabel sebagai berikut :

Tabel 4 Data Keluhan Pelanggan CV RJ

No.	Jenis Keluhan	Jumlah Keluhan		
		2017	2018	2019
1.	Karyawan yang masih kurang tanggap	2	4	6
2.	Kurang terjaganya kualitas pelayanan yang diberikan	2	1	3
3.	Karyawan kurang memahami keinginan pelanggan	2	3	4
4.	Pengiriman barang yang masih mengalami keterlambatan	1	3	3
5.	Perediaan barang yang masih sering kosong	2	3	2
6.	Pelayanan yang terkadang belum memuaskan	2	4	2
7.	Karyawan yang kurang tanggap dalam memahami kepuasan pelanggan	1	0	1
Total Jumlah Keluhan		12	18	21

Sumber data : CV RJ

Dari tabel diatas dapat dilihat bahwa terjadi peningkatan keluhan yang dirasakan pelanggan setiap tahunnya. Selama tahun 2017 jumlah keluhan yang didapatkan customer service sebanyak 15 keluhan, pada tahun 2018 keluhan bertambah menjadi 20 keluhan dan pada tahun 2019 keluhan masih bertambah dan menjadi 25 keluhan.



Perusahaan yang mampu bersaing dalam pasar adalah perusahaan yang dapat menyediakan produk atau jasa yang berkualitas. Sehingga perusahaan dituntut untuk terus melakukan perbaikan terutama pada kualitas pelayanannya. Kualitas pelayanan perusahaan itu dimaksud sebagai usaha memenuhi harapan pelanggan, sedangkan harapan pelanggan tidak selamanya sama. Seiring dengan berjalannya waktu, harapan pelanggan terhadap kualitas pelayanan akan berbeda dan terus akan berkembang. Hal ini dimaksudkan agar produk atau jasa yang ditawarkan akan mendapat tempat yang baik di mata para pelanggan. Maka dari itu kualitas pelayanan yang diberikan harus baik dan sesuai dengan harapan pelanggan dimana kualitas pelayanan merupakan sebuah Tindakan atau perlakuan yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak berakibat kepemilikan sehingga kualitas pelayanan hanya bisa dirasakan setelah pelanggan membeli dan menggungkannya apakah sesuai dengan persepsi pelanggan tersebut. Kualitas pelayanan menjadi salah satu faktor penentu dari eksistensi perusahaan atau industri bisnis yang penuh dengan persaingan, karena jika kualitas pelayanan tidak diperhatikan, maka konsekuensinya pelanggan akan berpindah kepada industri atau bisnis lain yang sejenis yang lebih memberikan pelayanan yang memuaskan bagi pelanggannya. Pelayanan merupakan perilaku produsen dalam rangka memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan demi terciptanya kepuasan pada pelanggan itu sendiri. Dan tidak hanya kualitas pelayanan yang menjadi faktor tersebut. Maka untuk itu perusahaan juga harus memperhatikan dan selalu meningkatkan kepuasan pelanggan agar pelanggan dapat memberikan loyalitasnya kepada perusahaan.

Berdasarkan tabel 1 mengenai data keluhan pelanggan CV RJ dan tabel 2 mengenai jumlah pelanggan CV RJ, bahwa kualitas pelayanan yang diberikan masih kurang, hal ini menyebabkan pelanggan merasa kurang puas. Berdasarkan latar belakang diatas maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening Pada CV RJ Depok”**.

B. TINJAUAN PUSTAKA DAN HIPOTESIS

Kualitas Pelayanan

Manusia merupakan sumber daya yang paling penting dari sebuah organisasi atau perusahaan. Sumber daya manusia memberikan bakat, keahlian, pengetahuan dan pengalaman untuk mencapai tujuan-tujuan organisasi atau perusahaan. Menurut Sedarmayanti (2016:6) Manajemen sumber daya manusia adalah seni untuk merencanakan, mengorganisasikan, mengarahkan, mengawasi kegiatan sumber daya manusia atau pegawai, dalam rangka mencapai tujuan organisasi.

Perkembangan perusahaan menciptakan persaingan yang ketat. Berbagai cara dilakukan agar dapat memperoleh pelanggan dan mempertahankannya. Salah satu strategi yang dipakai perusahaan untuk bisa memenangkan persaingan adalah dengan kualitas layanan yang baik. Menurut Tjiptono (2016:59) “kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan”. Sedangkan menurut Goetch dan David dikutip oleh Tjiptono (2016:51) “kualitas pelayanan adalah kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, sumber daya manusia, proses dan lingkungan memenuhi atau melebihi harapan”. Tjiptono (2016:75) mengungkapkan bahwa terdapat lima indikator utama yang mempengaruhi kualitas pelayanan diantaranya Berwujud (*Tangible*), Empati (*Empathy*), Daya tanggap (*Responsiveness*), Keandalan (*Reliability*), Jaminan (*Assurance*)



Loyalitas Pelanggan

Kesetiaan pelanggan tidak terbentuk dalam waktu yang singkat, tetapi melalui proses belajar dan berdasarkan hasil pengalaman pelanggan dari pembelian konsisten sepanjang waktu. Apabila sesuai harapan, proses pembelian ini terus berulang. Hal ini dapat dikatakan bentuk loyalitas pelanggan. Menurut Kotler dan Keller (2016:138) “loyalitas pelanggan adalah komitmen yang dipegang secara mendalam untuk membeli atau mendukung kembali produk atau jasa yang di sukai di masa depan, meski pengaruh situasi dan usaha pemasaran berpotensi menyebabkan pelanggan beralih, sedangkan menurut Oliver dalam Yuniarti, (2015:241) “loyalitas pelanggan dengan suatu keadaan yang menunjukkan adanya komitmen yang kuat dalam pembelian ulang dan penggunaan kembali barang dan jasa perusahaan”. Sedangkan Indikator yang digunakan untuk mengukur Loyalitas Pelanggan dimana menurut Kotler dan Armstrong (2016:188) indikator loyalitas pelanggan terbagi menjadi empat yaitu : Melakukan pembelian secara teratur, Membeli antar lini produk dan Jasa, Merekomendasikan produk kepada orang lain (refers other), Menunjukkan kekebalan terhadap tarikan pesaing

Kepuasan Pelanggan

Menurut Tjiptono (2016:146) “kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara persepsi terhadap kinerja (hasil) suatu produk dengan harapan-harapannya”. Menurut Kotler dan Armstrong (2015:150) “kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja (hasil) yang diharapkan”. Sedangkan indikator yang digunakan mengukur kepuasan dimana menurut Tjiptono (2016:368) indikator kepuasan pelanggan terbagi menjadi lima yaitu sebagai berikut, Kepuasan Pelanggan Keseluruhan (Overall Customer Satisfaction), Konfirmasi Harapan (Confirmation of Expectations), Niat Beli Ulang (Repurchase Intention), Kesiediaan untuk Merekomendasi (Willingness to Recommend).

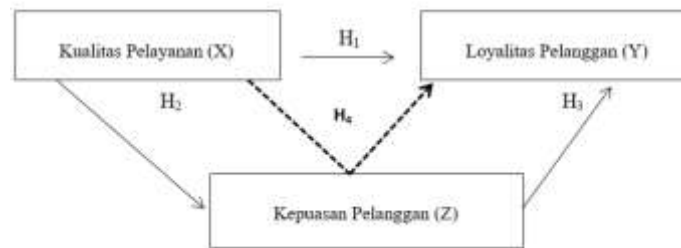
Hipotesis

Sugiyono (2017:64) “hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap masalah rumusan masalah penelitian, dimana rumusan masalah penelitian telah dinyatakan dalam bentuk kalimat pertanyaan”. Hipotesis yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

- Ha₁ ≠ 0 Ada pengaruh yang signifikan antara kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan pada CV RJ Depok.
- Ha₂ ≠ 0 Ada pengaruh yang signifikan antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada CV RJ Depok.
- Ha₃ ≠ 0 Ada pengaruh yang signifikan antara kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan pada CV RJ Depok.
- Ha₄ ≠ 0 Ada pengaruh yang signifikan antara kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan sebagai variabel intervening pada CV RJ Depok.



PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP
 LOYALITAS PELANGGAN DENGAN KEPUASAN
 PELANGGAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING



Gambar 1 Model Penelitian

C. METODE PENELITIAN

Menurut Sugiyono (2017:2) “metode penelitian pada dasarnya merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu”. Dalam penelitian ini penulis menggunakan metode penelitian kuantitatif dengan jenis penelitian asosiatif, menurut Sugiyono (2017:8). Sumber data primer yang diperoleh dalam penelitian ini dengan menggunakan observasi dimana observasi yang digunakan termasuk dalam Observasi Partisipan dikarenakan penulis ikut terlibat dan bekerja di Objek penelitian sehingga mempermudah proses pengumpulan dan penelitian. Disisi lain untuk mendapatkan data berupa angka maka peneliti menggunakan kuisisioner dimana kuisisioner yang digunakan termasuk dalam Kuisisioner Tertutup dimana peneliti sudah menyediakan jawaban dengan menggunakan skala likert sehingga memberikan kemudahan untuk pelanggan mengisi kuisisioner tersebut. Kuisisioner tersebut disebar dan dibagikan kepada 109 yang menjadi sampel dalam penelitian ini.

D. TEKNIK ANALISIS DATA

Menurut Sugiyono (2017:147) berpendapat “Dalam penelitian kuantitatif analisa data merupakan kegiatan pengumpulan data dari sumber-sumber yang diperoleh”. Kegiatan dalam analisis data adalah mengelompokkan data berdasarkan variabel dan jenisnya, mentabulasi berdasarkan variabel, menyajikan data berdasarkan variabel yang diteliti, melakukan perhitungan untuk menjawab rumusan masalah, dan melakukan perhitungan untuk menguji hipotesis yang telah diajukan.

Dalam Penelitian ini akan menganalisa tiga variabel yaitu, penelitian kualitas pelayanan (x), kepuasan nasabah (z), loyalitas nasabah (y). Agar setiap jawaban dapat dihitung maka setiap jawaban yang dilakukan kepada responden diberikan skor, alat yang digunakan adalah skala likert. Skala likert adalah skala yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang tentang suatu objek tertentu

Adapun metode analisis data yang digunakan dalam melakukan penelitian ini yaitu menggunakan Uji Validitas, Uji Reliabilitas, Uji Asumsi Klasik (Uji Normalitas, Uji Multikolinearitas, Uji Autokorelasi, Uji Heterokedastisitas), Uji Koefisien Determinasi, Uji Model Regresi, Uji Hipotesis Secara Parsial (Uji t), Uji Sobel.

E. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Analisis Deskriptif Objek Penelitian

CV RJ merupakan sebuah bidang usaha bergerak dalam bidang usaha pelayanan pesan antar kebutuhan produk Hotel ,Restaurant dan Katring (Vendor Supplier), Sayuran, Bumbu kering (Dry food), Buah, Daging Beku, Daging Ayam, Groceries dan perlengkapan kebutuhan lainnya .



Gambar 1 Dokumentasi Produk

Jika dilihat dari beberapa jenis produk yang ditawarkan ada beberapa jenis produk diantaranya Frozen Food, buah dan Groceries yang memenuhi kebutuhan pelanggan, yang menjadi kan prinsip di CV diantaranya Pelayanan penerimaan PO pada satu hari tanggal sebelumnya (04.00), Proses pembayaran dilakukan setelah tukar faktur (kredit transfer), Ketepatan waktu menyesuaikan kebutuhan yang diperlukan. Selain itu Reska jaya selalu berusaha menjaga kualitas dan kuantitas produk agar setiap kebutuhan yang diperlukan sesuai dengan keinginan. Usaha ini berjalan dengan kebersamaan Team untuk menciptakan keharmonisan hubungan kerja guna mencapai tanggung jawab / kepercayaan.

Analisis Deskriptif Penelitian

Dari hasil penyebaran kuisisioner yang dilakukan oleh penulis dimana rata-rata yang menjadi penelitian ini adalah pelanggan dengan jenis kelamin laki-laki sebanyak 76,15% hal ini dikarenakan laki-laki yang membeli produk CV RJ mayoritas sudah berumah tangga dan laki-laki juga mampu bekerja dilapangan dengan gesit dan cepat. Sedngkan dari kelompok usia menandakan bahwa usia 31-40 tahun sebanyak 48,63%, hal dikarekan usia tersebut merupakan usia yang tergolong produktif dalam bekerja, dan pada usia 31 sampai 41 lebih efektif dalam bekerja dibandingkan dengan usia yang lebih dari 40 tahun serta lebih berpengalaman daripada usia kurang dari 30 tahun. Dan dari intensitas pembelian maka banyaknya pelanggan yang sering membeli sebanyak 75,23% hal ini menandakan bahwa rata-rata yang membeli adalah pelanggan tetap CV.

Analisis Deskriptif Variabel Penelitian

1. Hasil Penyebaran Kuisisioner Variabel Kualitas Pelayanan

Berdasarkan hasil penyebaran kuisisioner maka kualitas pelayanan dikatakan baik. Karena rata-rata skor 3,470 berada diantara (3,41-4,20 : Baik) dan dibuktikan dari skor tertinggi yaitu 3,86 pada pernyataan no. 9 yaitu “karyawan Reska Jaya memahami mengenai produk yang ditawarkan” hal ini menandakan bahwa Assuance yang diberikan oleh CV RJ Depok sudah baik dan sesuai dengan yang diinginkan oleh pelanggan. Namun disamping itu masih masih terdapat skor rendah yaitu 3,10 pada pernyataan no. 3 yaitu “karyawan Reska Jaya mengerti keinginan



dan kebutuhan pelanggan”. Hal ini bahwa CV RJ harus mampu mengerti keinginan dan kebutuhan pelanggan dengan cara mendengarkan kebutuhan pelanggan dan memberi pilihan solusi kepada pelanggan mengenai produk yang ingin di beli nya.

2. Hasil Penyebaran Kuisiner Variabel Loyalitas

Dari hasil penyebaran kuisiner maka loyalitas pelanggan dikatakan baik. Karena rata – rata skor 3,492 berada diantara (3,41-4,20 : Baik) dan dibuktikan dari skor tertinggi yaitu 3,66 pada pernyataan no. 9 yaitu “pelanggan menganggap produk Reksa Jaya saat ini sudah benar-benar sesuai denga kebutuhan” jika dilihat dari hasil pengolahnn data dan penyebaran kuisiner maka dpaat dikatakan bahwa produk yang diberikan sudah sesuai dengan kebutuhan sehingga pelanggan merasa loyal dalam menggunakan produk tersebut sehingga sebaik nya CV Reksa Jaya tetap mempertahankan hal tersebut.

Selaian itu masih terdapat skor rendah yaitu 3,27 pada pernyataan no. 2 yaitu “pelanggan akan melakukan pembelian secara teratur”. Dari hal ini menandakan bahwa sebaiknya CV RJ harus meningkatkan loyalitas pada pelanggan dengan memberikan kualitas yang baik hingga terciptanya loyalitas pelanggan dan pelanggan akan melakukan pembelian yang teratur

3. Hasil Penyebaran Kuisiner Variabel Kepuasan

Dari hasil penyebaran kuisiner maka kepuasan pelanggan dikatakan baik. Karena rata-rata skor 3,540 berada diantara (3,41-4,20 : Baik) dan dibuktikan dari skor tertinggi yaitu 3,76 pada pernyataan no. 1 yaitu “pelanggan merasa puas dengan apa yang telah diberikan oleh Reska Jaya” Hal ini menandakan bahwa pelanggan merasa puas dengan CV RJ , maka dari itu sebaiknya CV RJ tetap mempertahankan hal ini sehingga pelanggan tetap merasa puas dengan apa yang diberikan kepada pelanggan. Namun disamping itu masih terdapat skor rendah yaitu 3,30 pada pernyataan no. 4 yaitu “pelayanan Reksa Jaya sesuai dengan harapan pelanggan”. Dari hal ini sebaik nya Reska Jaya harus dapat meningkatkan kualitas pelayanan agar dapat tercapainya harapan pelanggan sehingga dapat pelanggan akan merasa puas.

Uji Instrumen Variabel Penelitian

Uji Validitas

Uji validitas akan menguji masing-masing variabel yang digunakan dalam penelitian ini. Uji validitas ini menggunakan teknik korelasi Product Moment. Dimana keseluruhan variabel penelitian memuat 30 pertanyaan yang harus dijawab oleh reponden. Syarat keputusan dikatakan valid dan tidaknya yaitu membandingkan rhitung dengan rtabel dengan tingkat signifikan (kesalahan) 0,05 atau (5%). Bila nilai rhitung > rtabel maka butir pernyataan tersebut dikatakan valid, dengan nilai rtabel 0,300. Adapun hasil uji validitas dalam penelitian ini dapat dilihat dalam tabel dibawah ini.

Tabel 6 Hasil Uji Validitas

Kualitas (x)	r_{hit}	Loyalitas (y)	r_{hit}	Kepuasan (z)	r_{hit}	r_{tabel}	Ket
1	0,472	1	0,727	1	0,625	0,300	Valid
2	0,456	2	0,565	2	0,403	0,300	Valid
3	0,532	3	0,381	3	0,329	0,300	Valid
4	0,623	4	0,759	4	0,437	0,300	Valid
5	0,603	5	0,465	5	0,614	0,300	Valid
6	0,624	6	0,729	6	0,669	0,300	Valid
7	0,439	7	0,447	7	0,702	0,300	Valid



8	0,313	8	0,711	8	0,710	0,300	Valid
9	0,499	9	0,542	9	0,767	0,300	Valid
10	0,742	10	0,588	10	0,543	0,300	Valid

Sumber: Data primer yang diolah peneliti, 2020

Hasil dari pengujian menggunakan SPSS versi 24 dapat dilihat bahwa dari 30 butir pernyataan untuk variabel kualitas pelayanan, loyalitas pelanggan dan kepuasan pelanggan disimpulkan bahwa butir pernyataan dinyatakan valid, hal ini dibuktikan dengan semua item-item pernyataan memiliki nilai corrected item total correlation rhitung > rtabel (0,300). Dengan demikian, item-item tersebut dapat digunakan dalam pengujian regresi.

Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas alat ukur merupakan tingkat kemantapan hasil pengukuran suatu gejala. Semakin tinggi reabilitasnya, maka semakin tinggi kemantapan hasil pengukuran. Dalam uji reliabilitas ini peneliti menggunakan metode *cronbach alpha*. kriteria menentukan reliabilitas yaitu jika $r_{alpha} \geq 0,60$ maka dinyatakan reliabel. Adapun hasil uji reliabilitas dalam penelitian ini dapat dilihat dalam tabel dibawah ini.

Tabel 7 Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	<i>cronbach's alpha</i> (r_{alpha})	Syarat	Keterangan
Kualitas Pelayanan (x)	0,717	0,60	Reliabel
Loyalitas Pelanggan (y)	0,800	0,60	Reliabel
Kepuasan Pelanggan (z)	0,787	0,60	Reliabel

Sumber : Hasil Pengolahan Data

Berdasarkan tabel 4.8 menunjukkan bahwa nilai *Cronbach's Alpha* untuk variabel kualitas pelayanan (x) adalah $0,717 > 0,60$, pada variabel loyalitas pelanggan (y) adalah $0,800 > 0,60$, dan pada variabel kepuasan pelanggan (y) adalah $0,787 > 0,60$, maka dapat disimpulkan bahwa butir pernyataan dalam variabel tersebut dinyatakan *reliabel*.

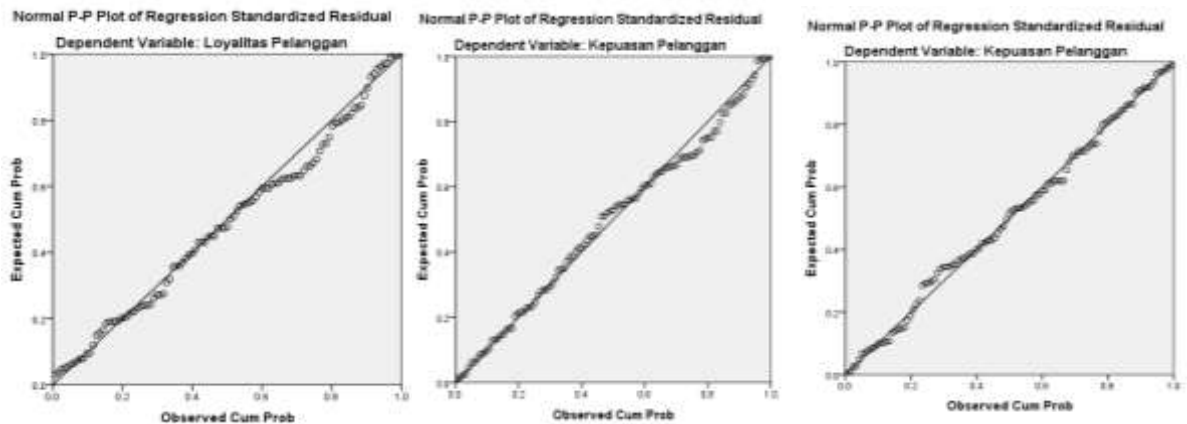
Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik merupakan untuk melakukan analisis regresi. Pengujian seluruh persamaan pertama hingga ketiga menggunakan uji normalitas, uji multikolinearitas dan uji heteroskedastisitas

a. Uji Normalitas

Dengan menggunakan uji normalitas data yang bertujuan untuk mengetahui apakah penyebaran data mempunyai sebaran yang normal. Pengujian dilakukan dengan menggunakan dua pendekatan, yaitu Uji Kolmogorov-Smirnov dan tampilan visual normal probability plot. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan uji normalitas probability plot dengan keputusan pada pengujian ini yaitu:

- ✓ Jika ada (titik) menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas.
- ✓ Jika ada (titik) menyebar jauh dari garis diagonal dan/atau tidak mengikuti arah garis diagonal, maka model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas.



Gambar Normal P-Plot Persamaan Regresi Kesatu (Kualitas Pelayanan (x) Terhadap Loyalitas Pelanggan (y))

Gambar Normal P-Plot Persamaan Regresi Kedua (Kualitas Pelayanan (x) Terhadap Kepuasan Pelanggan (z))

Gambar Normal P-Plot Persamaan Regresi Ketiga (Kepuasan Pelanggan (z) Terhadap Loyalitas Pelanggan (y))

Berdasarkan hasil gambar-gambar tersebut menunjukkan ada (titik) menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal, maka dapat disimpulkan model regresi memenuhi asumsi normalitas atau berdistribusi normal.

b. Uji Multikolinearitas

Menurut Ghozali (2017:105), berpendapat bahwa “Uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah pada model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen)”. Untuk mendeteksi hal tersebut pedomannya adalah sebagai berikut :

- 1) Jika nilai nilai tolerance lebih < dari 0.1 dan nilai variance inflation factor (VIF) < dari 10, maka tidak terjadi multikolinieritas.
- 2) Jika nilai nilai tolerance lebih > dari 0.1 dan nilai variance inflation factor (VIF) > dari 10, maka terjadi multikolinieritas.

Tabel 8 Hasil Uji Multikolinieritas

Persamaan	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
Persamaan Regresi Kesatu (Kualitas Pelayanan (x) Terhadap Loyalitas Pelanggan (y))	1.000	1.000
Persamaan Regresi Kedua (Kualitas Pelayanan (x) Terhadap Kepuasan Pelanggan (z))	1.000	1.000
Persamaan Regresi Ketiga (Kepuasan Pelanggan (z) Terhadap Loyalitas Pelanggan (y))	1.000	1.000

Sumber: Analisis, Penulis.

Berdasarkan pada hasil tabel menunjukkan hasil uji multikoleniaritas di atas bahwa nilai tolerance (1,000) \geq 0,1 dan nilai VIF (1,000) \leq 10 maka dapat disimpulkan model regresi dalam penelitian ini tidak terjadi multikolinearitas

Uji Koefisien Determinasi (R²)

Tabel 9 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R²)

Persamaan	Model Summary ^b		Ket
	R	R Square	
Persamaan Regresi	0.616	0.380	Koefisien determinasi (R ²) sebesar 0,380 (nilai



Kesatu (Kualitas Pelayanan (x) Terhadap Loyalitas Pelanggan (y))			0,380 adalah pengkuadratan dari koefisien determinasi yaitu $0,616 \times 0,616 = 0,380$). Besar angka koefisien determinasi (R ²) 0,380 sama dengan 38%. Angka tersebut mengandung arti bahwa pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan pada CV berpengaruh sebesar 38%. Sedangkan sisanya (100–38%) 62% dipengaruhi oleh variabel lain diluar regresi ini
Persamaan Regresi Kedua (Kualitas Pelayanan (x) Terhadap Kepuasan Pelanggan (z))	0.617	0.380	Koefisien determinasi (R ²) sebesar 0,380 (nilai 0,380 adalah pengkuadratan dari koefisien determinasi yaitu $0,616 \times 0,616 = 0,380$). Besar angka koefisien determinasi (R ²) 0,380 sama dengan 38%. Angka tersebut mengandung arti bahwa pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada CV berpengaruh sebesar 38%. Sedangkan sisanya (100–38%) 62% dipengaruhi oleh variabel lain diluar regresi ini
Persamaan Regresi Ketiga (Kepuasan Pelanggan (z) Terhadap Loyalitas Pelanggan (y))	0.729	0.628	Koefisien determinasi (R ²) sebesar 0,628 (nilai 0, 628 adalah pengkuadratan dari koefisien determinasi yaitu $0,792 \times 0,792 = 0,628$). Besar angka koefisien determinasi (R ²) 0,628 sama dengan 62,8%. Angka tersebut mengandung arti bahwa pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada CV berpengaruh sebesar 62,8%. Sedangkan sisanya (100–62,8%) 37,2% dipengaruhi oleh variabel lain diluar regresi ini.

Sumber: Analisis, Penulis.

Uji Model Regresi

Tabel 10 Hasil Uji Regresi Linier Sederhana

Persamaan	Coefficients ^a		Ket
	Constant	b	
Persamaan Regresi Kesatu (Kualitas Pelayanan (x) Terhadap Loyalitas Pelanggan (y))	9.020	0.709	Y = 9,020 + 0,709x dari persamaan tersebut maka dapat disimpulkan sebagai berikut : Constant = 9,020. Artinya konstanta bernilai positif atau dapat dijelaskan apabila kualitas pelayanan (x) bernilai tetap maka loyalitas pelanggan (y) nilainya sebesar 9,020 satuan. Kualitas Pelayanan (x) = 0,709. Artinya apabila kualitas pelayanan meningkat sebesar satu satuan maka loyalitas pelanggan meningkat sebesar 0,709 satuan dengan asumsi variabel lain tetap.



Persamaan Regresi Kedua (Kualitas Pelayanan (x) Terhadap Kepuasan Pelanggan (z))	10.652	0.686	<p>Z = 10,562 + 0,686x dari persamaan tersebut maka dapat disimpulkan sebagai berikut :</p> <p>Constant = 10,562. Artinya konstants bernilai positif atau dapat dijelaskan apabila kualitas pelayanan (x) bernilai tetap maka kepuasan pelanggan (y) nilainya sebesar 10,562 satuan.</p> <p>Kualitas Pelayanan (x) = 0,686. Artinya apabila kualitas pelayanan meningkat sebesar satu satuan maka kepuasan pelanggan meningkat sebesar 0,686 satuan dengan asumsi variabel lain tetap.</p>
Persamaan Regresi Ketiga (Kepuasan Pelanggan (z) Terhadap Loyalitas Pelanggan (y))	4.956	0.820	<p>Y = 4,956 + 0,820x dari persamaan tersebut maka dapat disimpulkan sebagai berikut :</p> <p>Constant = 4,956. Artinya konstants bernilai positif atau dapat dijelaskan apabila kepuasan pelanggan (z) bernilai tetap maka loyalitas pelanggan (z) nilainya sebesar 4,956 satuan.</p> <p>Kepuasan Pelanggan (z) = 0,820. Artinya apabila kepuasan pelanggan meningkat sebesar satu satuan maka loyalitas pelanggan meningkat sebesar 0,820 satuan dengan asumsi variabel lain tetap.</p>

Sumber: Analisis, Penulis.

Uji Hipotesis

Tabel 11 Hasil Uji Hipotesis

Persamaan	Coefficients ^a		Ket
	t	sig	
Persamaan Regresi Kesatu (Kualitas Pelayanan (x) Terhadap Loyalitas Pelanggan (y))	8.090	0.000	Nilai thitung (9,090) > ttabel (1,983) dan nilai sig. menunjukkan angka sebesar 0,000 < 0,05 yang berarti hipotesis kesatu dapat disimpulkan bahwa adanya pengaruh positif dan signifikan antara kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan. Dengan demikian hipotesis kesatu diterima
Persamaan Regresi Kedua (Kualitas Pelayanan (x) Terhadap Kepuasan Pelanggan (z))	8.103	0.000	Nilai thitung (8,103) > ttabel (1,983) dan nilai sig. menunjukkan angka sebesar 0,000 < 0,05 yang berarti hipotesis kedua dapat disimpulkan bahwa adanya pengaruh positif dan signifikan antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan. Dengan demikian hipotesis kedua diterima
Persamaan Regresi Ketiga (Kepuasan Pelanggan (z) Terhadap Loyalitas Pelanggan (y))	13.433	0.000	Nilai thitung (13,433) > ttabel (1,983) dan nilai sig. menunjukkan angka sebesar 0,000 < 0,05 yang



Pelanggan (z) Terhadap Loyalitas Pelanggan (y)			berarti hipotesis ketiga dapat disimpulkan bahwa adanya pengaruh positif dan signifikan antara kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan. Dengan demikian hipotesis ketiga diterima.
---	--	--	--

Sumber: Analisis, Penulis.

Uji Sobel

Penguji hipotesis keempat yaitu pengujian hipotesis mediasi, dilakukan dengan prosedur yang dikembangkan oleh Sobel (1982) dan dikenal dengan uji sobel (sobel test), pengujian dilakukan dengan metode Product of coefficient, oleh karena itu uji ini sering disebut dengan uji sobel. Uji sobel dilakukan dengan cara menguji kekuatan pengaruh tidak langsung variabel kualitas pelayanan terhadap variabel loyalitas pelanggan melalui variabel kepuasan pelanggan.

Tabel 12 Hasil Uji Sobel Persamaan Regresi Kesatu Kualitas Pelayanan (x) Terhadap Kepuasan Pelanggan (z)

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	10.652	2.722		3.913	.000		
	Kualitas Pelayanan	.686	.085	.617	8.103	.000	1.000	1.000

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Sumber : Hasil Pengolahan Data

Tabel 13 Hasil Uji Sobel Persamaan Regresi Kedua Kepuasan Pelanggan (z) Terhadap Loyalitas Pelanggan (y)

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	4.956	2.007		2.470	.015		
	Kepuasan Pelanggan	.820	.061	.792	13.433	.000	1.000	1.000

a. Dependent Variable: Loyalitas Pelanggan

Sumber : Hasil Pengolahan Data

Sab = √b2 . sa2 + a2 . sb2 + sb2 . sa2

Keterangan:

b = 0.820 / (B) di persamaan regresi 2

a = 0.686 / (B) di persamaan regresi 1

sa = 0.085 / (standard error) di persamaan regresi 1

sb = 0.061 / (standard error) di persamaan regresi 2

Sab = √b2 . sa2 + a2 . sb2 + sb2 . sa2

Sab = √0,820² . 0,085² + 0,686² . 0,061² + 0,061² . 0,085²

Sab = √0,004858812 + 0,001751088 + 2,68842

Sab = √0,006636062

Sab = 0,08146203

t = ab / sab



$$t = \frac{(0,686) \cdot (0,820)}{0,08146203}$$
$$t = \frac{0,56252}{0,08146203}$$
$$t = 6,905303$$

Berdasarkan hasil perhitungan tersebut diperoleh nilai t_{hitung} sebesar 6,905303 dan t_{tabel} di peroleh dari *degree of freedom* : (n-k-1) atau 109-2-1 sebesar 106 nilai t_{tabel} pada taraf kepercayaan 95% diperoleh sebesar 1,983. Maka nilai t_{hitung} (6,905303) > t_{tabel} (1,983) yang berarti hipotesis keempat dapat disimpulkan bahwa adanya pengaruh positif dan signifikan antara kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan sebagai variabel intervening. Dengan demikian hipotesis keempat diterima.

Pembahasan Penelitian

- a) Nilai thitung (9,090) > ttabel (1,983) dan nilai sig. menunjukkan angka sebesar 0,000 < 0,05 yang berarti hipotesis kesatu dapat disimpulkan bahwa adanya pengaruh positif dan signifikan antara kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan pada CV RJ Depok. Dengan demikian hipotesis kesatu diterima. Hal ini sejalan dengan penelitian Choirina Agustin tahun 2018 yang menunjukkan bahwa secara parsial variabel kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan.
- b) Nilai thitung (8,103) > ttabel (1,983) dan nilai sig. menunjukkan angka sebesar 0,000 < 0,05 yang berarti hipotesis kedua dapat disimpulkan bahwa adanya pengaruh positif dan signifikan antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada CV RJ Depok. Dengan demikian hipotesis kedua diterima. Hal ini sejalan dengan penelitian Ludviyutus Sholeha, Sutrisno Djaja dan Joko Widodo tahun 2018 yang menunjukkan bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.
- c) Nilai thitung (13,433) > ttabel (1,983) dan nilai sig. menunjukkan angka sebesar 0,000 < 0,05 yang berarti hipotesis ketiga dapat disimpulkan bahwa adanya pengaruh positif dan signifikan antara kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan pada CV RJ Depok. Dengan demikian hipotesis ketiga diterima. Hal ini sejalan dengan penelitian Nelly Novia S, Sasi Utami dan Rinto Nurbambang tahun 2019 yang menunjukkan bahwa secara parsial kepuasan pelanggan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan.
- d) Nilai thitung (6,905303) > ttabel (1,983) yang berarti hipotesis keempat dapat disimpulkan bahwa adanya pengaruh positif dan signifikan antara kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan sebagai variabel intervening pada CV RJ Depok. Dengan demikian hipotesis keempat diterima. Hal ini sejalan dengan penelitian Kiki Amalia dan Nurmala Dewi tahun 2016 yang menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan dari kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan, terdapat pengaruh yang signifikan dari kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan pada pelanggan, terdapat pengaruh yang signifikan dari kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan pada pelanggan.

F. KESIMPULAN

1. Terdapat pengaruh positif dan signifikan antara kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan pada CV RJ Depok.



2. Terdapat pengaruh positif dan signifikan antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada CV RJ Depok.
3. Terdapat pengaruh positif dan signifikan antara kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan pada CV RJ Depok.
4. Terdapat pengaruh positif dan signifikan antara kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan sebagai variabel intervening pada CV RJ Depok.

G. SARAN

1. Kualitas pelayanan pada CV RJ Depok dikategorikan baik, tetapi CV RJ harus mampu mengerti keinginan dan kebutuhan pelanggan dengan cara mendengarkan kebutuhan pelanggan dan memberi pilihan solusi kepada pelanggan.
2. Loyalitas pelanggan pada CV RJ Depok dikategorikan baik, akan tetapi CV RJ harus meningkatkan loyalitas pada pelanggan dengan memberikan kualitas yang baik hingga terciptanya loyalitas pelanggan sehingga pelanggan akan melakukan pembelian yang teratur.
3. Kepuasan pelanggan pada CV RJ Depok dikategorikan baik, akan tetapi CV RJ harus dapat meningkatkan kualitas pelayanan agar dapat tercapainya harapan pelanggan sehingga dapat pelanggan akan merasa puas.

H. DAFTAR PUSTAKA

- Arianto, N. (2018). Pengaruh Kepemimpinan Terhadap Kinerja dan Kepuasan Kerja Karyawan Pada PT. Gada Rajawali Dunia. *JENIUS (Jurnal Ilmiah Manajemen Sumber Daya Manusia)*, 1(3).
- Arianto, N. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pengunjung Dalam Menggunakan Jasa Hotel Rizen Kedaton Bogor. *Jurnal Pemasaran Kompetitif*, 1(2).
- Arianto, N. (2019). Pengaruh Promosi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Serta Berdampak Terhadap Loyalitas Pelanggan. *KREATIF: Jurnal Ilmiah Prodi Manajemen Universitas Pamulang*, 7(1), 44-54.
- Arianto, N. (2020). Kepemimpinan dan Komunikasi Pengaruhnya Terhadap Kinerja dengan Kepuasan Kerja Sebagai Variabel Intervening. *KREATIF: Jurnal Ilmiah Prodi Manajemen Universitas Pamulang*, 8(1), 124-137.
- Arianto, N. (2020). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Pemasaran Kompetitif*, 3(2), 12-22.
- Arianto, N., & Difa, S. A. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Konsumen Pada PT Nirwana Gemilang Property. *Jurnal Disrupsi Bisnis: Jurnal Ilmiah Prodi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Pamulang*, 3(2), 108-119.
- Arianto, N., & Kurniawan, F. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Promosi Terhadap Loyalitas dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening (Studi Home Industri Produk Pakaian Sablon & Bordir). *Jurnal Pemasaran Kompetitif*, 4(2), 254-268.
- Armstrong, Kotler (2015). *Marketing an Introducing Prentice Hall twelfth edition*. England : Pearson Education, Inc
- Kotler, P & Armstrong, G. (2016). *Prinsip-Prinsip Pemasaran Edisi 13 Jilid 2*. Jakarta : Erlangga.
- Sedarmayanti. 2016. *Manajemen Sumber Daya Manusia Reformasi Birokrasi Dan Manajemen Pegawai Negeri Sipil*. Bandung: PT. Refika Aditama.



- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : Alfabeta, CV.
- Tjiptono, F. (2016). *Service Management Mewujudkan Layanan Prima Edisi 1*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Yuniarti, V. (2015). *Perilaku Konsumen Teori dan Praktik*. Bandung: Pustaka Setia.