

PENGARUH KUALITAS LAYANAN TERHADAP LOYALITAS MELALUI KEPUASAN PELANGGAN DI PIZZA HUT MERR SURABAYA

Dea Titania Grandis
Nim: 17211099

Program Studi Manajemen

ABSTRAK

Peningkatan jumlah restoran yang terus bertambah mengakibatkan persaingan yang ketat untuk menarik pelanggan. Pizza Hut MERR Surabaya merupakan salah satu restoran besar di Surabaya. Letaknya di jalan Dr. Ir. H. Soekarno Kel. Kedung Baruk Kec. Rungkut Surabaya. Pizza Hut MERR Surabaya memiliki banyak pengunjung selain karena memiliki luas bangunan yang besar, restoran ini juga memiliki fasilitas yang lengkap. Lokasi Pizza Hut MERR Surabaya dikelilingi oleh bangunan megah yang lain seperti restoran cepat saji, hotel berbintang, perusahaan-perusahaan, Mall besar, apartemen serta perumahan-perumahan elite. Lokasi tersebut mempengaruhi konsumen yang datang di Pizza Hut MERR Surabaya. Para konsumen didominasi oleh kelas menengah ke atas dengan ekonomi yang berkecukupan. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas layanan secara positif terhadap loyalitas pelanggan di Pizza Hut MERR Surabaya; menganalisis pengaruh kualitas layanan secara positif terhadap kepuasan pelanggan

di Pizza Hut MERR Surabaya; untuk menganalisis pengaruh kepuasan pelanggan secara positif terhadap loyalitas pelanggan di Pizza Hut MERR Surabaya; serta untuk menganalisis pengaruh kualitas layanan secara positif terhadap loyalitas melalui kepuasan pelanggan di Pizza Hut MERR Surabaya.

Jenis penelitian yang digunakan pada penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dan Teknik Analisis Jalur (*Path Analysis*). Populasi sampel adalah 105 pelanggan di Pizza Hut MERR Surabaya. Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah Analisis Jalur.

Hasil analisis dapat diambil kesimpulan bahwa Kualitas layanan berpengaruh secara positif terhadap loyalitas pelanggan di Pizza Hut MERR Surabaya; Kualitas layanan berpengaruh secara positif terhadap kepuasan pelanggan di Pizza Hut MERR Surabaya; Kepuasan berpengaruh secara positif terhadap loyalitas pelanggan di Pizza Hut MERR Surabaya; dan Kualitas layanan berpengaruh secara positif terhadap loyalitas melalui kepuasan pelanggan di Pizza Hut

MERR Surabaya namun kepuasan pelanggan bukan merupakan *variable intervening*.

Kata Kunci : Kualitas layanan, kepuasan pelanggan, loyalitas pelanggan

ABSTRACT

The growing number of restaurants has resulted in intense competition to attract restaurants. Pizza Hut MERR Surabaya is one of the big restaurants in Surabaya. It is located on The Road Dr. Ir. H. Soekarno Kel. Kedung Baruk Kec. Rungkut Surabaya. Pizza Hut MERR Surabaya has many visitors in addition to having a large building area, this restaurant also has complete facilities. Pizza Hut MERR Surabaya is surrounded by other magnificent buildings such as fast food restaurants, star hotels, companies, large malls, apartments and elite housing. The location affects consumers who come to Pizza Hut MERR Surabaya. Consumers are dominated by the upper middle class with a sufficient economy. This study aims to analyze the effect of quality of service positively on customer loyalty at Pizza Hut MERR Surabaya; to positively analyze the effect of quality of service on customer satisfaction at Pizza Hut MERR Surabaya; to positively analyze the effect of satisfaction on customer loyalty at Pizza Hut MERR Surabaya; and to analyze

the effect of quality of service positively on loyalty through customer satisfaction at Pizza Hut MERR Surabaya.

The type of research used in this research uses quantitative methods and Path Analysis Techniques. The sample population is 105 customers at Pizza Hut MERR Surabaya. The analytical technique used in this research is Path Analysis.

The results of the analysis can be concluded that the quality of service positively affects customer loyalty at Pizza Hut MERR Surabaya; The quality of service positively affects customer satisfaction at Pizza Hut MERR Surabaya; Satisfaction positively affects customer loyalty at Pizza Hut MERR Surabaya; and Quality of service positively affects loyalty through customer satisfaction at Pizza Hut MERR Surabaya but customer satisfaction is not an intervening variable.

Keywords: Service quality, customer satisfaction, customer loyalty

Latar Belakang Masalah

Pemasaran memiliki kegiatan melayani atau pelayanan disamping kegiatan promosi yang selalu dilakukan. Adapun menurut Moenir (2015:16-17), menjelaskan bahwa "pelayanan merupakan suatu proses pemenuhan kebutuhan melalui aktifitas orang lain yang langsung. Kualitas pelayanan merupakan penentu suatu perusahaan dapat mempertahankan dan meningkatkan

usaha bisnisnya atau bahkan dapat menjadi ancaman bagi perusahaan tersebut. Kualitas pelayanan memiliki beberapa dimensi yang terdiri dari : *tangibles* (bukti fisik), *reliability* (kehandalan), *responsiveness* (ketanggapan), *assurance* (jaminan) dan *empathy* (empati). Pelayanan dilakukan dengan tujuan untuk memuaskan konsumen.

Pelayanan diterapkan oleh semua perusahaan besar maupun kecil terutama tempat-tempat dapat dinikmati masyarakat atau publik. Tempat-tempat umum tersebut misalnya, rumah sakit, stasiun, Mall, tempat rekreasi, perhotelan, restoran, dll. Pelayanan adalah faktor penting dalam pemasaran barang dan jasa, maka setiap perusahaan akan berlomba untuk memberikan pelayanan yang terbaik untuk memuaskan konsumennya. Menurut Tjiptono dan Chandra (2017:182) kualitas layanan merupakan tingkat keunggulan (*excellence*) yang diharapkan dan pengendalian atas keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan konsumen. Persaingan dalam pelayanan perusahaan akan terlihat sangat ketat apabila perusahaan satu dengan yang lain

Tujuan dari penelitian

1. Menganalisis pengaruh kualitas layanan secara positif terhadap loyalitas pelanggan di Pizza Hut MERR Surabaya.
2. Menganalisis pengaruh kualitas layanan secara positif terhadap kepuasan pelanggan di

Pizza Hut MERR Surabaya.

3. Menganalisis pengaruh kepuasan secara positif terhadap loyalitas pelanggan di Pizza Hut MERR Surabaya.
4. Menganalisis pengaruh kualitas layanan secara positif terhadap loyalitas melalui kepuasan pelanggan di Pizza Hut MERR Surabaya

Landasan Teori

Pemasaran

Menurut Kotler dan Keller (2016:88), "pemasaran adalah proses dimana perusahaan menciptakan nilai bagi pelanggan dan membangun hubungan pelanggan yang kuat untuk menangkap nilai dari pelanggan sebagai imbalan". Menurut Venkatesh dan Penaloza dalam Tjiptono (2017:3), pemasaran adalah serangkaian aktivitas yang dilakukan perusahaan untuk menstimulasi permintaan atas produk atau jasanya dan memastikan bahwa produk dijual dan disampaikan kepada para pelanggan.

Kualitas Pelayanan

Telah dibahas mengenai pengertian pemasaran sesuai uraian diatas. Pada pemasaran terdapat unsur pelayanan. Kualitas pelayanan menentukan keberhasilan suatu perusahaan. Menurut Moenir (2015:47) pelayanan adalah proses pemenuhan kebutuhan melalui aktivitas orang lain secara langsung. Teori tersebut menjelaskan bahwa

pemenuhan kebutuhan konsumen telah tercapai maka pelayanan dapat dikatakan berhasil.

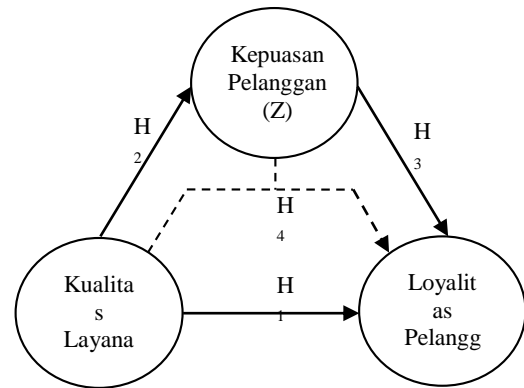
Kepuasan Pelanggan

Konsumen mendapatkan kepuasan dari pemenuhan kebutuhan yang sesuai atau lebih dari yang diharapkan. Apabila suatu perusahaan mampu memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen sesuai yang diharapkan, maka konsumen akan merasa puas, sebaliknya apabila suatu perusahaan tidak mampu memberikan keinginan dan kebutuhan konsumen maka konsumen akan merasa kecewa. Sedangkan menurut Kotler dan Keller (2016 : 146) menandakan bahwa kepuasan konsumen adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja (atau hasil) yang ia rasakan dibandingkan dengan harapannya.

Loyalitas Pelanggan

Kotler dan Keller (2016:149) mendefinisikan loyalitas konsumen sebagai komitmen yang dipegang kuat untuk membeli kembali atau berlangganan pada produk atau jasa tertentu di masa depan meskipun ada pengaruh situasi dan usaha pemasaran yang berpotensi menyebabkan peralihan perilaku.

Jenis penelitian



Populasi dan Sampel

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2016:119). Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pelanggan di Pizza Hut MERR Surabaya.

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi (Sugiyono, 2016:120). Ukuran sampel yang digunakan merupakan jenis *multivariate*. Ukuran sampel jenis *multivariate* ini diartikan bahwa ukuran sampel harus beberapa kali lebih besar dari jumlah variabel yang akan dianalisis. Ukuran sampel ini mengacu pada pedoman pengukuran sampel menurut Hair, *et al.* dalam Ferdinand (2014:51) yang menggunakan 5-10 kali indikator variabel. Sehingga penelitian ini menggunakan sampel $5 \times 21 = 105$ responden. Sehingga sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah 105 pelanggan di Pizza Hut MERR Surabaya.

Analisis Data

Path Analysis (Analisis Jalur)

Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah Analisis Jalur. Analisis jalur merupakan perluasan dari analisis linear berganda, atau analisis jalur adalah penggunaan analisis regresi untuk menaksir hubungan kausalitas antar variabel (model kausal) yang telah ditetapkan sebelumnya berdasarkan teori (Ghozali, 2016). Penelitian ini menggunakan analisis jalur dikarenakan memiliki tujuan untuk mengetahui pengaruh langsung variabel kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan serta pengaruh tidak langsung variabel kualitas layanan terhadap loyalitas melalui kepuasan pelanggan.

Pembahasan

Pengaruh Secara Langsung Kualitas layanan Terhadap Loyalitas pelanggan

Hasil analisis yang membuktikan bahwa variabel kualitas layanan memiliki pengaruh terhadap loyalitas pelanggan menunjukkan bahwa loyalitas pelanggan dapat dibentuk melalui adanya kualitas layanan yang dimiliki oleh Pizza Hut MERR Surabaya. Hasil dalam penelitian ini sejalan dengan temuan dalam penelitian Liung dan Syah (2017) yang menemukan bahwa Kualitas layanan yang baik akan meningkatkan loyalitas murid. Semakin baik kualitas pelayanan yang diberikan akan semakin meningkatkan loyalitas pelanggan pada perusahaan tersebut. Hal ini juga senada dengan

penelitian Zakiy dan Azzahroh (2017) yang membuktikan bahwa kualitas layanan berpengaruh positif signifikan terhadap loyalitas nasabah. Serta Putri dkk (2015) serta Subawa dan Sulistyawati (2020) dalam penelitiannya juga membuktikan bahwa kualitas pelayanan terbukti memiliki pengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan.

Pengaruh Secara Langsung Kualitas layanan Terhadap Kepuasan pelanggan

Hasil analisis yang membuktikan bahwa variabel kualitas layanan memiliki pengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan menunjukkan bahwa peningkatan kepuasan pelanggan dapat dibentuk melalui adanya kualitas layanan yang tinggi yang diberikan karyawan Pizza Hut MERR Surabaya. Hasil dalam penelitian ini sejalan dengan temuan dalam penelitian Liung dan Syah (2017) dimana Kualitas layanan yang baik akan meningkatkan kepuasan murid. Hasil penelitian ini juga mendukung penelitian Putri dkk (2015) serta Subawa dan Sulistyawati (2020) dimana kualitas pelayanan terbukti memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Pengaruh Secara Langsung Kepuasan pelanggan Terhadap Loyalitas pelanggan

Hasil analisis yang membuktikan bahwa variabel kepuasan pelanggan memiliki pengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan menunjukkan bahwa loyalitas pelanggan yang tinggi dapat dibentuk melalui kepuasan

pelanggan yang tinggi. Hasil ini menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan merupakan salah satu faktor yang dapat meningkatkan loyalitas pelanggan. Hasil dalam penelitian ini sejalan dengan temuan penelitian yang dilakukan oleh Liung dan Syah (2017) dimana kepuasan konsumen berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen. Semakin puas konsumen atas pelayanan yang diterimanya akan membuat loyalitas mereka semakin tinggi. Penelitian Zakiy dan Azzahroh (2017) juga membuktikan bahwa kepuasan nasabah berpengaruh positif terhadap loyalitas nasabah. Serta mendukung penelitian Putri dkk (2015) dan Wendha dkk (2013) dimana kepuasan pelanggan terbukti memiliki pengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan.

Pengaruh Kualitas layanan Terhadap Loyalitas pelanggan melalui Kepuasan pelanggan

Hal tersebut tidak senada dengan yang dibuktikan oleh penelitian Zakiy dan Azzahroh (2017) dimana kepuasan nasabah memediasi pengaruh kualitas layanan terhadap loyalitas nasabah. Dengan demikian hipotesis keempat yang berbunyi "kualitas layanan berpengaruh secara positif terhadap loyalitas melalui kepuasan pelanggan di Pizza Hut MERR Surabaya" adalah terbukti dan dapat dinyatakan diterima namun variable kepuasan pelanggan (Z) bukan merupakan variable *intervening* karena tidak terbukti pengaruh tidak langsung tidak lebih besar dari pengaruh langsung.

Kesimpulan

1. Kualitas layanan berpengaruh secara positif terhadap loyalitas pelanggan di Pizza Hut MERR Surabaya, dengan nilai signifikansi kurang dari 0.05. Dengan demikian hipotesis yang berbunyi "kualitas layanan berpengaruh secara positif terhadap loyalitas pelanggan di Pizza Hut MERR Surabaya", dinyatakan diterima.
2. Kualitas layanan berpengaruh secara positif terhadap kepuasan pelanggan di Pizza Hut MERR Surabaya, dengan nilai signifikansi kurang dari 0.05. Dengan demikian hipotesis yang berbunyi "kualitas layanan berpengaruh secara positif terhadap kepuasan pelanggan di Pizza Hut MERR Surabaya", dinyatakan diterima.
3. Kepuasan berpengaruh secara positif terhadap loyalitas pelanggan di Pizza Hut MERR Surabaya, dengan nilai signifikansi kurang dari 0.05. Dengan demikian hipotesis yang berbunyi "kepuasan berpengaruh secara positif terhadap loyalitas pelanggan di Pizza Hut MERR Surabaya", dinyatakan diterima.
4. Kualitas layanan berpengaruh secara positif

terhadap loyalitas melalui kepuasan pelanggan di Pizza Hut MERR Surabaya, dengan nilai signifikansi kurang dari 0.05. Dengan demikian hipotesis yang berbunyi “kualitas layanan berpengaruh secara positif terhadap loyalitas melalui kepuasan pelanggan di Pizza Hut MERR Surabaya”, dinyatakan diterima namun variable kepuasan pelanggan (Z) bukan merupakan variable *intervening* karena tidak terbukti pengaruh tidak langsung tidak lebih besar dari pengaruh langsung.

Saran

1. Pizza Hut MERR Surabaya
 - a. Diharapkan agar Pizza Hut MERR Surabaya tetap memperhatikan kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen.
 - b. Pizza Hut MERR Surabaya harus terus memperhatikan kualitas pelayanan yang ditawarkan dalam upaya meningkatkan Kepuasan pelanggan. Hal tersebut dikarenakan, perkembangan yang semakin pesat mempengaruhi persepsi pelanggan.
2. Peneliti Lain
Bagi penelitian selanjutnya diharapkan dapat menggunakan faktor-faktor selain kualitas pelayanan, dan kepuasan pelanggan sebagai faktor yang

mempengaruhi loyalit

DAFTAR PUSTAKA

- Kotler, P., dan K. L. Keller. (2016). *Manajemen Pemasaran*. Edisi 12 Jilid 1 & 2. Jakarta : PT. Indeks.
- Tjiptono. F. (2017). *Service, Quality & satisfaction*. Yogyakarta. Andi.
- Moenir, H. A. S. (2015). *Manajemen Pelayanan Umum Di Indonesia*, Jakarta : PT Bumi Aksara
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan Kombinasi (Mixed. Methods)*. Bandung: Alfabeta.
- Ferdinand, A. (2014). *Metode Penelitian Manajemen*. Edisi 5. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Liung, H., dan T. Y. R. Syah. (2017). “Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Dalam Meningkatkan Loyalitas Di Moderasi Harga”. *Jurnal Ekonomi*. 8 (2) : 32-44.
- Zakiy, M., dan E. P. Azzahroh. (2017). “Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Nasabah Bank Syariah Dengan Kepuasan Nasabah Sebagai Variabel Intervening”. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam*. 3 (1) : 26-38.

