

Pengaruh Kualitas pelayanan Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalias Pelanggan Pada Toko Service Laptop Toko Pilih Jaya Di Hi-Tech Mall Surabaya

by Agil Wisnugraha

Submission date: 06-Aug-2021 04:51AM (UTC+0700)

Submission ID: 1628171480

File name: Jurnal_Tuurnitin.docx (45.46K)

Word count: 2302

Character count: 15785

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN KEPUASAN PELANGGAN TERHADAP
LOYALITAS PELANGGAN PADA TOKO SERVICE LAPTOP TOKO PILIH JAYA DI HI-
TECH MALL SURABAYA

Agil Wisnugraha

Drs. Ec Mohammad Suyanto, MM

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya

Email : agilwisnu93@gmail.com

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya

ABSTRAK

Toko PilihJaya Surabaya yang beralamat ¹ di Hi-tech Mall, jl. Kusuma Bangsa No. 116-118, Bubutan Surabaya. Tujuan penelitian ini untuk menganalisis dan membuktikan pengaruh secara parsial dan simultan Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan pada toko Pilih Jaya Surabaya.

Teknik analisis data yang digunakan pada penelitian ini adalah analisis Regresi Linier Berganda. Sedangkan Hipotesis menggunakan Uji t, Uji f sehingga secara keseluruhan indikator didalam variabel bebas dan terikat menunjukan angka yang reliable dan valid karena <0,05 dan reliable dimana cronbach's Alpha >0,060.

Dari semua penjabaran pengujian di atas didapatkan hasil :

$Y = 1,089 + 0,518 X1 + 0,223 X2$. Pada hasil temuan analisis dengan menggunakan regresi linier berganda yang sekaligus menjawab hipotesis dengan menyimpulkan bahwa, Kualitas Pelayanan (X1), Kepuasan Pelanggan (X2), berpengaruh terhadap Loyalitas pelanggan (Y). Hal tersebut diperkuat dari hasil Uji t pada bab sebelumnya dimana variabel Kualitas Pelayanan (X1) pada nilai t hitung menghasilkan angka 9.051, Kepuasan Pelanggan (X2) menghasilkan angka 2.968.

Kata kunci : Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Pelanggan.

Pendahuluan

1 Hi Tech Mall terletak di jalan Kusuma Bangsa No. 116-118 Bubutan Surabaya. Pusat IT terbesar dan terlengkap di Surabaya, yang terbagi menjadi tiga lantai yaitu lantai dasar berisikan beberapa counter resmi Notebook dengan merk terkenal diantaranya Mac Apple, hp, DELL, FUJITSU, NEC, lenovo, ACER, A-Note, Zyrex, BYON, FORSA, Counter Handphone untuk jual HP bekas dan baru, Voucher Pulsa, Aksesori HP dan toko yang menjual aksesori untuk PC dan Notebook (Laptop) Untuk lantai 1 berisikan banyak toko yang menjual dan menerima Notebook bekas (Second) dan toko yang menerima PC rakitan (Komputer yang dipakai untuk rumah dan kantor) serta beberapa counter resmi Notebook dengan merk terkenal (TOSHIBA, SONY, AXIOO, BenQ, dll). Sedangkan untuk lantai 2 lebih di fokuskan toko yang menjual dan menerima PC rakitan dan kantor distributor resmi Jawa Timur untuk Notebook bermerk (ACER, ASUS, TOSHIBA, dll). Mengenai harga sangat bersaing antar toko satu dengan yang lain Lokasi berseberangan dengan Makam Pahlawan Surabaya. Begitu banyak pesaing pelayanan jasa service komputer di hi-tech mall, hal tersebut mempengaruhi persaingan usaha bisnis yang sama semakin pesat. Oleh karena itu keunggulan bersaing harus di tingkatkan agar kepuasan dan loyalitas juga meningkat. Adanya kualitas pelayanan yang baik akan mendorong pelanggan untuk menjalin hubungan baik dengan perusahaan sehingga akan memunculkan loyalitas pelanggan. Selain itu kualitas pelayanan yang baik akan memberikan kepuasan pada pelanggan yang akan berdampak pada penggunaan jasa servis komputer secara berulang.

Dari sini kita bisa melihat bagaimana toko pilih jaya harus memiliki strategi yang baik agar perusahaan dapat bertahan di tengah-tengah arus persaingan yang ketat melihat banyaknya jasa service yang semakin bertambah di Surabaya. Jika perusahaan tidak pandai mengelola maka perusahaan itu bisa bangkrut. Sebaliknya jika suatu perusahaan di kelola dengan baik maka perusahaan cepat tanggap dalam menghadapi permasalahan yang ada dan juga dapat meningkatkan hal-hal yang bagi mereka perlu ditingkatkan. Konsep loyalitas pelanggan dapat menggunakan kepuasan atau kualitas jasa service dan faktor lokasi sebagai pendorong terjadinya loyalitas. Akan tetapi tidak menutup keinginan seorang pelanggan untuk menyebrang ke perusahaan lain, sehingga perlu dilakukan penelitian untuk tingkat loyalitas pelanggan pada toko pilih jaya yang dijadikan objek penelitian.

Landasan Teori

Kualitas Pelayanan

Hal ini jelas tampak dalam definisi yang dirumuskan oleh Tjiptono (2012:52) bahwa kualitas merupakan suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk dengan jasa, manusia, proses, dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan. Sebaliknya, disini kualitas yang bervariasi dari yang kontroversional sehingga kepada yang lebih strategik.

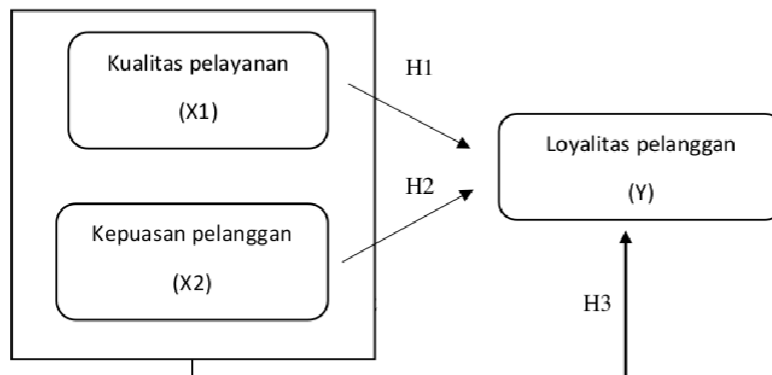
Kepuasan Pelanggan

Menurut Leon Schiffman (2008) bahwa kepuasan adalah perasaan seseorang kesenangan atau kekecewaan yang dihasilkan dari membandingkan kinerja produk yang dirasakan dengan harapan.

Loyalitas Pelanggan

Loyalitas pelanggan disebut juga perilaku pembelian ulang, yang mana kerap kali dihubungkan dengan loyalitas merek (brand loyalty). Akan tetapi, ada perbedaan di antara keduanya. Bila loyalitas merek mencerminkan komitmen psikologis terhadap merek tertentu, maka perilaku pembelian ulang semata-mata menyangkut pembelian merek tertentu yang sama secara berulang kali (bisa dikatakan memang hanya satu-satunya merek yang tersedia, merek termurah, dan sebagainya) menurut Tjiptono (2014:392).

Kerangka konseptual



Hipotesis

Menurut Sugiyono (2012 : 84) “dalam penelitian, hipotesis diartikan sebagai jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian”. Penulisan ilmiah ini menggunakan perumusan atas hipotesis untuk membuat pernyataan yang akan mewakili pengaruh perilaku konsumen terhadap kepuasan para konsumen.

Penelitian ini menganalisis Pengaruh Kualitas Pelayanan (X1) dan Kepuasan Pelanggan (X2) terhadap Loyalitas Pelanggan (Y) pada toko pilih jaya servis laptop di hi-tech mall surabaya. Variable bebas (*independent*) dalam penelitian ini adalah kualitas Pelayanan dan kepuasan pelanggan. Variabel terikat (*dependent*) adalah loyalitas pelanggan. Maka dapat ditarik hipotesis sebagai berikut :

H1 : Kualitas Pelayanan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan pada toko Pilih Jaya di hi-tech mall Surabaya.

H2 : Kepuasan Pelanggan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan pada toko Pilih Jaya di hi-tech mall Surabaya.

H3 : Variabel Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan pada toko Pilih Jaya di hi-tech mall Surabaya.

Metode Penelitian

Desain Penelitian

Informasi yang hendak diambil dalam penelitian ini adalah yang berkaitan dengan kualitas pelayanan, kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan. Dalam penelitian ini adalah penelitian *exploratory*. Yang jadi populasinya adalah pengunjung toko pilih jaya yang berjumlah 90 responden. Cara pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan kuisioner dan jawabannya menggunakan skala *likert* lima gradasi. Cara pengambilan sampelnya menggunakan *purposive sampling*. Alat analisis yang digunakan adalah regresi linier berganda. Penelitian ini menggunakan 3 variabel yang terdiri atas 2 variabel bebas (*independent*) dan 1 variabel terikat (*dependen*). Variabel indepenen adalah kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan, sedangkan variabel dependen adalah loyalitas pelanggan. Dari setiap jawaban yang singkat itu diperluas pada sub sub dibawahnya.

Populasi dan Sampel Penelitian

Populasi dalam penelitian ini adalah pelanggan toko pilih jaya servis laptop di hi-tech mall surabaya yang melakukan jasa servis lebih dari 1 kali. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen yang melakukan servise di toko pilih jaya servis hi-tech mall periode satu tahun terakhir sejumlah 900, sedangkan rata-rata konsumen yang melakukan jasa servis perhari sebanyak 40 orang.

Definisi Variabel dan Operasional

Definisi Variabel

1. Variabel independen (Variabel Bebas)

a) Kualitas Pelayanan (X1)

Kualitas merupakan suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses, lingkungan yang memenuhi melebihi harapan (Goetsh dan Davis, dalam Fandy Tjiptono, 2008 : 51).

b) Kepuasan pelanggan (X2)

Kepuasan pelanggan merupakan perasaan senang/kecewa yang dirasakan pelanggan setelah membandingkan antara sesuatu yang diterima/diperoleh dengan yang diharapkan oleh pelanggan tersebut dimana kalau kenyataan yang diterima sesuai dengan harapan maka pelanggan tersebut akan puas dan apabila kenyataan yang diterima tidak sesuai dengan harapannya, maka pelanggan tersebut tidak akan puas.

2. Variabel Dependen (Variabel Terikat)

Menurut Sugiyono (2009 : 16) variabel independen atau variabel terikat adalah variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas.

a. Loyalitas pelanggan (Y)

Philip Kotler dan Kevin Lane Keller (2009 :139) Loyalitas pelanggan merupakan suatu komitmen pelanggan terhadap perusahaan yang tercermin pada sikap positif dengan melakukan pembelian ulang dan keinginan untuk merekomendasikan kepada orang lain.

Definisi Operasional

Untuk mempermudah dan memperjelas apa yang dimaksud dengan variabel-variabel dalam penelitian ini maka perlu diberikan definisi operasional. Menurut Saifuddin Azwar (2001 :72) Definisi operasional adalah alat untuk mengukur suatu variabel atau dapat dikatakan petunjuk pelaksanaan bagaimana mengukur variabel.

Pertanyaan ini digunakan untuk menganalisis jawaban yang diberikan responden pada pertanyaan tertutup karena tarif kognisi menjadi faktor penting dalam menjawab pertanyaan tertutup. Dalam metode survey didesain dengan menggunakan pada skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Jawaban setiap item instrumen yang digunakan skala likert mempunyai gradasi dari sangat positif sampai sangat negatif dan diberikan sekor sebagai berikut : sangat setuju (sekor 5), setuju (sekor 4), kurang setuju (sekor 3), tidak setuju (sekor 2), dan sangat tidak setuju (sekor 1).

Adapun pengukuran skala likert dalam penelitian ini sebagai berikut:

1) SS = Sangat Setuju	diberi Skor	5
2) S = Setuju	diberi Skor	4
3) KS = Kurang Setuju	diberi Skor	3
4) TS =Tidak Setuju	diberi Skor	2
5) STS =Sangat Tidak Setuju	diberi Skor	1

Hasil Penelitian

Berdasarkan hasil analisis diatas dapat diartikan bahwa realibilitas indikator dari seluruh variabel telah reliable semua. Karena masing-masing konstruk memiliki nilai *Cronbach's Alpha* lebih besar dari 0,6.

Uji Multikolinearitas

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	(Constant)		
	Kualitas Pelayanan	.432	2.314
	Kepuasan Pelanggan	.432	2.314

Data dalam penelitian ini menunjukkan bahwa nilai Tolerance pada variabel kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan lebih besar dari 0,1 dan nilai VIF lebih kecil dari 10. Sehingga dapat disimpulkan dalam penelitian ini tidak terjadi Multikolinearitas.

Uji Autokorelasi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.871 ^a	.758	.753	1.02228	1.755

Nilai dL adalah 1.6337 dan nilai dU adalah 1.7152. dalam penelitian ini nilai durbin Watson adalah 1.755, karena nilai Durbin Watson lebih besar dari dL maka dapat disimpulkan dalam penelitian ini tidak terjadi autokorelasi.

Uji Hipotesis

Uji t (Uji Parsial)

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	1.089	.628		1.735	.086
Kualitas Pelayanan	.518	.057	.688	9.051	.000
Kepuasan Pelanggan	.223	.075	.226	2.968	.004

Pada penelitian ini t hitung yang di gunakan adalah sbesar 1,984. Sehingga pengaruh uji parsial dapat di jelaskan sebagai berikut :

Penelitian ini menghasilakn t hitung pada variabel kualitas pelayanan (X1) sebesar 9.051 dengan signifikan lebih kecil dari 0,05. karena t hitung lebih besar dari t tabel, maka dalam penelitian ini dapat disimpulkan bahwa Kualitas Pelayanan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan pada toko Pilih Jaya di hi-tech mall Surabaya.

Penelitian ini menghasilakn t hitung pada variabel Kepuasan Pelanggan (X2) sebesar 2.968 dengan signifikan lebih kecil dari 0,05. karena t hitung lebih besar dari t tabel, maka dalam penelitian ini dapat disimpulkan bahwa Kepuasan Pelanggan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan pada toko Pilih Jaya di hi-tech mall Surabaya.

Uji F (Uji Simultan)

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	317.390	2	158.695	151.853	.000 ^a
Residual	101.370	97	1.045		
Total	418.760	99			

Pada penelitian ini uji F hitung yang dihasilkan adalah sebesar 151.853 dengan tingkat signifikasi 0,00. Sedangkan F tabelnya telah di tentukan dengan menggunakan nilai regresinya 3 dan nilai residualnya 97 dengan tingkat signifikasi 0,05. Sehingga F tabel dapat ditentukan sebesar 3.09 Karena F hitung bernilai 151.853 dan lebih besar dari F tabelnya yang hanya sebesar 3.09. Dengan tingkat signifikasi dibawah 0,05. Maka dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas Variabel Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan pada toko Pilih Jaya di hi-tech mall Surabaya.

Analisis Koefisien Determinasi (R Square/ R²)

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.871 ^a	.758	.753	1.02228	1.755

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

b. Dependent Variable: Loyalitas Pelanggan

Berdasarkan tabel di atas, nilai koefisien korelasi (R) menunjukkan seberapa erat hubungan antara variabel bebas yaitu kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan dengan variabel terikat yaitu loyalitas pelanggan (Y). Besarnya nilai koefisien korelasi adalah 0,871. Nilai koefisien determinasi atau R^2 digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel tak bebas atau variabel terikat yaitu loyalitas pelanggan. Hasil dari perhitungan SPSS diperoleh nilai $R^2 = 0,758$ yang berarti bahwa sebesar 75,8% loyalitas konsumen dapat dijelaskan oleh variabel kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan. Sedangkan sisanya 24,2% dipengaruhi oleh variabel lain diluar model yang diteliti oleh penulis.

Simpulan

- a. Pada Toko Pilih Jaya Service Laptop di Hi-tech mall Surabaya menunjukkan bahwa variabel Kualitas Layanan memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel loyalitas pelanggan.
- b. Pada Toko Pilih Jaya Service Laptop di Hi-tech mall Surabaya menunjukkan bahwa variabel Kepuasan pelanggan memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel loyalitas pelanggan.
- c. Pada Toko Pilih Jaya Service Laptop di Hi-tech mall Surabaya menunjukkan bahwa variabel Kualitas Layanan dan variabel kepuasan pelanggan secara bersamaan (Simultan) memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel loyalitas pelanggan.
- d. Pada penelitian ini Kualitas pelayanan memiliki pengaruh dominan yang signifikan terhadap variabel loyalitas pelanggan.

Saran

- a. Memperbaiki masalah yang ada di dalam perusahaan tersebut sehingga dapat menjadikan perusahaan lebih baik lagi dalam melakukan pengembangan ke depannya Bagi penulis, dapat mengetahui secara langsung pengaruh kualitas pelayanan dan kepuasan terhadap loyalitas pelanggan toko pilih jaya service laptop di hi-tech mall surabaya.
- b. Bagi pihak lain, penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat dan menjadi referensi bagi peneliti selanjutnya serta dapat memberikan sumber informasi yang berkaitan dengan topik atau permasalahan yang sama.
- c. Bagi perusahaan, penelitian ini diharapkan dapat menyumbangkan pemikiran positif yang dapat membantu perusahaan dalam menghadapi pesaing.

Daftar Pustaka

- ¹ Ade Jaya Sutrisna, **Pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah pada kantor AJB Bumiputera Syariah Cabang Serang**, 2016, hlm. 128-138.
- ² Anung Pramudyo, **Pengaruh Citra Merek terhadap Loyalitas melalui Kepuasan sebagai Intervening**, JBMA Vol.1, No.1 Agustus 2012, hlm.3

³ *Aryani, Dwi dan Febrina Rosinta.* 2010. **Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan dalam Membentuk Loyalitas Pelanggan.** *Jurnal Ilmu Administrasi dan Organisasi.* Vol 17. No 2. Hlm 114-126.

² *Duwi Priyatno.* **Paham Analisa Statistik Data dengan SPSS, Media Kom.** Yogyakarta, 2010, hlm. 90.

Ely septiadi. 2017. **Pengaruh lokasi, pelayanan dan kepuasan terhadap loyalitas pelanggan warung seafood “yu yem” pantai jati malang.**

Fandy Tjiptono dan Gregorius chandra. 2016. **Service, Quality & satisfaction.**

Ghozali, Imam. 2016. **Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 23.** BPFE Universitas Diponegoro, Semarang.

¹ *Ghufran Haq.* **Pengaruh kualitas jasa servis dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan pada toko Ghuf_Tha komputer di samarinda,** 2017, hlm. 638-649 Jakarta. PT Indeks.

Kotler, philip (2006). **Manajemen Pemasaran.** Jilid I, Edisi kesebelas, Jakarta, P.T Indeks Gramedia,

Kotler, Philip dan Gary Amstrong. (2012). **Marketing Management.** Edisi 14. Dialih bahasakan oleh Bob Sabran. Global Edition. Pearson Prentice.

Philip Kotler dan Kevin Lane Keller. **Manajemen Pemasaran,** Edisi Ketiga Belas, Jilid 1 (Jakarta: Erlangga, 2009), 139.

Puguh Suharso. **Metode Penelitian Kuantitatif Untuk Bisnis : Pendekatan Filosofis dan Praktis,** (Jakarta Barat: PT Indeks, 2009), hal. 108

¹ *Rifki reza andrianto* (2014: 1-21). **Pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas dimediasi kepuasan pelanggan pada PT.JNE SURABAYA.**

² *Sedarmayanti dan Syarifudin Hidayat.* **Metodologi Penelitian, Mandar Maju,** Bandung, 2002, hlm. 143.

Sugiharto, Y. 2007. **Pengaruh Kepuasan terhadap Loyalitas Pelanggan.** VISI-Kajian Ekonomi, Manajemen dan Akuntansi Edisi XVIII.2007.52-64.

Sugiyono. 2005 hlm:56. **Metode Penelitian Bisnis.** Bandung: alfabeta.

Sugiyono. 2012. **Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&B.** Bandung: Alfabeta.

Sugiyono. 2014. **Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D.** Bandung:Alfabeta.

Sugiyono. **Metode penelitian**, Bandung: alfabeta, 2003, hlm.72.

Suliyanto, **Metode Riset Bisnis**, Andi Offset, Yogyakarta, 2006, hlm. 140.

Syaifudin azwar, 2001. **Metode Penelitian**, Edisi, cet 3. Yogyakarta : Pustaka pelajar.

Tjiptono, Fandy. 2008. **Service Management: Mewujudkan Layanan Prima**. Yogyakarta : Andi Offset.

Tjiptono, Fandy. 2014. **Pemasaran Jasa – Prinsip, Penerapan, dan Penelitian**. Yogyakarta: Bayumedia

Wiratna sujarweni (2014: 73). **Metode penelitian: lengkap,praktis dan mudah dipahami**.Yogyakarta: Pustaka Bru Press.

Zeithaml, V.A. Bitner, M.J., Gremler, D.D. 2009. **Service Marketing** (5th ed.). Singapore: The McGraw-Hill Companies, Inc

Pengaruh Kualitas pelayanan Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalias Pelanggan Pada Toko Service Laptop Toko Pilih Jaya Di Hi-Tech Mall Surabaya

ORIGINALITY REPORT

19%

SIMILARITY INDEX

23%

INTERNET SOURCES

4%

PUBLICATIONS

0%

STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1

id.123dok.com

Internet Source

10%

2

eprints.stainkudus.ac.id

Internet Source

5%

3

digilib.unila.ac.id

Internet Source

3%

Exclude quotes On

Exclude matches < 78 words

Exclude bibliography On