

Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan

Qonitha Meiriva Putri*, Indri Rachmawati

Prodi Manajemen Komunikasi, Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Islam Bandung, Indonesia.

*meirivaqonitha@gmail.com indri.rachmawati@unisba.ac.id

Abstract. This study aims to determine the affect of service quality in customer loyalty at the D'vel Jeans store in Cimahi. Customer loyalty is a picture of a customer's commitment to do business with the organization, by buying goods & services repeatedly, and recommending services and products to friends or groups. The population used in this study is the customers of D'vel Jeans amounting to 100 people. By using random sampling method, obtained a population of 50 people. The research method used is simple linear regression. Based on the partial calculation results of the t test using the SPSS program, it can be concluded that the variable quality of service has an effect on customer loyalty.

Keywords: *service quality, customer loyalty.*

Abstrak. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan pada toko D'vel Jeans di Cimahi. Loyalitas pelanggan merupakan gambaran suatu komitmen pelanggan untuk melakukan bisnis dengan organisasi, dengan membeli barang dan jasa secara berulang, dan merekomendasikan jasa dan produknya kepada teman atau kelompoknya. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah pelanggan toko D'vel Jeans yang berjumlah 100 orang. Dengan menggunakan metode penarikan sampel yaitu random sampling, didapatkan populasi berjumlah 50 orang. Penelitian ini menggunakan metode regresi linier sederhana. Berdasarkan hasil perhitungan secara parsial uji t dengan menggunakan program SPSS dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan.

Kata Kunci: *kualitas pelayanan, loyalitas pelanggan.*

A. Pendahuluan

Masyarakat Indonesia terutama Kota Cimahi sekarang ini sudah sangat menyadari perubahan dari sebuah penampilan, karena penampilan dalam berpakaian dapat membuat seseorang sadar dan dapat menilai kepribadian seseorang. Selain itu, perlu diketahui perubahan gaya dalam berpakaian tidak selalu mengenai suatu hal yang baru, melainkan tren yang pernah populer pada era tahunnya bisa saja muncul kembali dan diterima baik oleh masyarakat. Melihat situasi dan kondisi tersebut, dapat dilihat perubahan gaya berpakaian dari mulai anak-anak, remaja, hingga dewasa, terutama di Kota Cimahi sudah banyak tersebar toko pakaian terutama yang menjual *jeans*. Seluruh perusahaan mengalami persaingan dagang yang amat ketat di era perdagangan bebas yang terjadi sekarang ini. Dominasi persaingan yang meningkat, sekaligus munculnya banyak pesaing di dunia perdagangan, setiap perusahaan dituntut untuk bermanuver dalam menentukan kebijakan yang berorientasi kepada kebutuhan, keinginan dan senantiasa melakukan upaya untuk memenuhi harapan dari pelanggan-pelanggan nya. Secara teknis, perusahaan terbaik lah yang dapat bergerak hingga mampu mendominasi pasar. Aspek kualitas, hadir sebagai suatu alat yang mampu meningkatkan hubungan antara pelanggan dan perusahaan, serta berpengaruh besar dalam meningkatkan loyalitas pelanggan, yang ditujukan kepada perusahaan yang mampu memenuhi harapan nya.

Yang dimaksud dari loyalitas pelanggan, yakni, suatu kondisi dimana pelanggan menampakkan komitmen dari dirinya terhadap suatu objek tertentu. Dikutip melalui pernyataan dari Giddens (2002), loyalitas pelanggan merupakan bagian dari variabel penting dalam perusahaan dikarenakan, laba perusahaan ditopang oleh loyalitas pelanggan, yang dipengaruhi oleh fungsi pengurangan beban produksi dan peningkatan pendapatan pelanggan. Loyalitas yang dimiliki oleh pelanggan, akan mampu menghasilkan beragam dampak positif bagi perusahaan yang akan mendorong perusahaan meraup keuntungan dari sikap pelanggan yang loyal, berupa tindakan pembelian kembali hingga tindakan rekomendasi positif dari pelanggan tersebut kepada orang-orang disekitarnya.

Toko yang menjadi objek penelitian penulis yaitu toko D'vel Jeans yang berlokasi di Cimahi. Yang membuat toko D'vel Jeans ini berbeda dengan pesaingnya yang lain yaitu selalu menekankan untuk menjaga hubungan baik dengan pelanggan, baik pelanggan baru maupun pelanggan lama, bahkan memiliki data pelanggan. Para pelanggan dapat menyampaikan keluhan secara langsung baik kepada karyawan atau pemilik toko melalui telepon atau pesan singkat yang akan ditangani dengan cepat.

Tingkat mutu pelayanan tidak dapat dinilai berdasarkan sudut pandang perusahaan saja, tetapi juga harus dipandang dari penilaian pelanggan yang menikmati pelayanan yang diberikan oleh perusahaan tersebut.

Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk :

1. Mengetahui pengaruh reliabilitas terhadap loyalitas pelanggan pada toko D'vel Jeans di Cimahi
2. Mengetahui pengaruh ketanggapan terhadap loyalitas pelanggan pada toko D'vel Jeans di Cimahi
3. Mengetahui pengaruh jaminan terhadap loyalitas pelanggan pada toko D'vel Jeans di Cimahi
4. Mengetahui pengaruh empati terhadap loyalitas pelanggan pada toko D'vel Jeans di Cimahi
5. Mengetahui pengaruh bukti fisik terhadap loyalitas pelanggan pada toko D'vel Jeans di Cimahi?

B. Metodologi Penelitian

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini merupakan metode penelitian kuantitatif dengan analisis regresi linear sederhana. Metode kuantitatif sendiri merupakan suatu metode yang digunakan dalam mengkaji secara ilmiah untuk memandu ditetapkannya keputusan manajemen serta keputusan ekonomi.

C. Hasil Penelitian dan Pembahasan

Dalam penelitian ini terdapat data primer yang dihimpun guna memahami dampak kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan dengan memberikan kuisioner kepada 50 responden. Penelitian ini menggunakan metode analisis deskriptif dan penggunaan tabel tunggal untuk menjelaskan data yang diperoleh dari responden.

Analisis regresi sederhana dipilih untuk menganalisis pengajuan hipotesis dalam penelitian ini. Berikut ini hasil analisis regresi berganda yang dilakukan dengan menggunakan aplikasi SPSS 24.

Uji Reabilitas

Uji reabilitas dilakukan memiliki maksud guna menilai bagaimana perolehan hasil dari suatu pelaksanaan pengukuran kali atau lebih atas gejala yang sama, serta dengan memakai alat ukur yang juga sama. Untuk memperoleh informasi dari tiap instrumen pernyataan reliabel atau tidak, maka nilai koefisien reliabilitas (Alpha) tersebut dibandingkan dengan 0.6. Apabila berdasarkan hasil nilai Alpha lebih besar dari 0,6 maka, instrumen tersebut dapat dikatakan reliabel, begitupun kondisi sebaliknya.

Tabel 1. Hasil Uji Reliabilitas

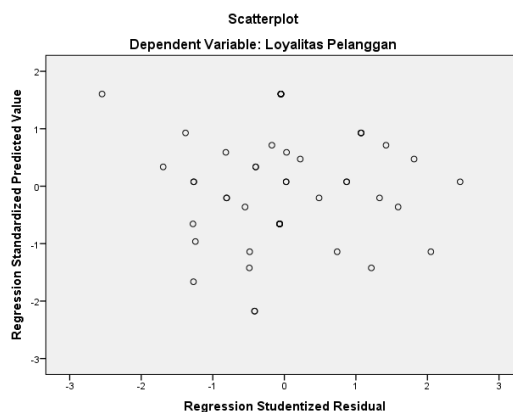
Variabel	Alpha Cronbach	Hasil
X	0.919	Reliabel
Y	0.862	Reliabel

Sumber : Hasil Pengolahan SPSS

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan nilai *cronbach's alpha* atas variabel X *realibity alpha* 0.919 lebih besar dari 0.60, untuk variabel Y *realibity alpha* 0.862. Dan hasil tersebut penelitian yang mengukur variabel kualitas pelayanan dan loyalitas pelanggan dikatakan reliabel, dengan kata lain menunjukkan bahwa butir kuisioner pada masing-masing variabel tersebut adalah untuk mengukur variabelnya masing-masing sehingga dapat digunakan dalam pengujian hipotesis.

Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi terjadi ketidaksamaan varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain. Untuk mendeteksi adanya heterokedatisitas adalah dengan melihat ada tidaknya pola tertentu pada grafik scatter plot. Jika ada pola tertentu, seperti titik-titik yang ada membentuk suatu pola yang teratur (bergelombang, melebar, kemudian menyempit), maka mengindikasikan adanya heterokedatisitas. Jika tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik menyebar diatas dan dibawah angka 0 dan sumbu Y, maka tidak terjadi heterokedatisitas.



Gambar 1. Hasil Pengujian Heteroskedastisitas (Scatterplot)

Sumber: Hasil Pengolahan SPSS

Setelah itu, maka peneliti melakukan Analisis regresi sederhana dipilih untuk menganalisis pengajuan hipotesis dalam penelitian ini.

Uji Parsial (Uji t)

Uji t merupakan pengujian yang digunakan untuk mengetahui seberapa jauh pengaruh dan signifikansi peran secara parsial antara variabel independen yang digunakan dalam penelitian terhadap variabel dependen dengan mengasumsikan bahwa variabel independen yang ain dianggap konstan dengan tingkat keyakinan 95% ($\alpha = 0, 05$). Hipotesis penelitian secara parsial jika didasarkan pada nilai signifikansi hasil outpu SPSS adalah sebagai berikut:

1. Jika nilai $Sig \leq 0.05$, maka H_0 ditolak, artinya terdapat pengaruh yang signifikan antara satu variabel independen terhadap variabel dependen.
2. Jika nilai $Sig > 0.05$, maka H_0 diterima, artinya tidak ada pengaruh yang sigifikan antara satu variabel independen terhadap variabel dependen.

Berikut ini hasil (uji t) dengan menggunakan program SPSS yang disajikan dalam tabel sebagai berikut:

Tabel 2. Pengujian Secara Parsial (Uji t)

Coefficients ^a									
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Correlations		
		B	Std. Error	Beta			Zero-order	Partial	Part
1	(Constant)	.368	.241		.525	.134			
		.830	.073	.854	1.352	.000	.854	.854	.854

a. Dependent Variable: Y

Sumber : Hasil Pengolahan SPSS

Berdasarkan tabel di atas, dapat diketahui bahwa probabilitas signifikansi sebesar 0.000 lebih kecil dari tingkat signifikansi 0.05, dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima, maka variabel kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan.

Pengujian Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menjelaskan variasi variabel terikat. Untuk mendapatkan koefisien determinasi tersebut, dapat dilihat dari tabel *model summary* dalam menggunakan program SPSS versi 24 sebagai berikut:

Tabel 3. Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.854 ^a	.729	.723	.50680

Sumber : Hasil Pengolahan SPSS

Berdasarkan hasil perhitungan tersebut, diperoleh nilai R square = 0,729, nilai ini menunjukkan adanya hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen. Nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,729 menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh sebesar 72,9 % terhadap loyalitas pelanggan. Nilai sisa sebesar 27,1% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti oleh peneliti. Berdasarkan hasil perhitungan secara parsial uji t dengan

menggunakan program SPSS dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan. Sedangkan hasil perhitungan uji Koefisien Determinasi atau nilai R square = 0,729. Hal ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh sebesar 72,9 % terhadap loyalitas pelanggan pada toko D'Vel Jeans di Cimahi. Sedangkan sisa sebesar 27,1% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Pembahasan hasil penelitian dapat dijabarkan sebagai orisinalitas pemikiran peneliti guna menyampaikan penjabaran dan konstruksi pemikirannya atas penelitian dianalisis untuk menanggapi apakah tujuan awal dalam penelitian tercapai. Oleh karena itu, bagian ini berisi pengamatan atas perolehan suatu temuan tertentu terhadap subvariabel yang juga merupakan harapan dari tujuan awal penelitian.

Pengaruh Reliabilitas terhadap Loyalitas Pelanggan

Reliabilitas atau kehandalan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan yang dibuktikan dengan hasil pengujian dengan uji t yang menunjukkan bahwa probabilitas signifikansi sebesar 0,000 kecil dari tingkat signifikansi 0,05, dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima, maka variabel kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan pada toko D'Vel Jeans di Cimahi. Hasil analisis deskriptif menunjukkan karyawan toko D'Vel Jeans cukup handal dalam melayani pelanggan. Hal ini dapat dilihat dari kesiapan karyawan dalam melayani pelanggan dimana karyawan selalu ada di toko ketika jam kerja untuk melayani kebutuhan pelanggan. Menurut salah satu responden, karyawan toko D'Vel Jeans cepat dan tanggap dalam melakukan pelayanan terhadap pelanggan. Ketika ditanyakan kepada responden yang merasakan pelayanan terkait kecepatan dalam memberi pelayanan kepada para pelanggan banyak dari pelanggan yang menyatakan bahwa pelayanan yang dilakukan oleh karyawan toko D'Vel Jeans sangat cepat.

Pengaruh Ketanggapan terhadap Loyalitas Pelanggan

Ketanggapan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan yang dibuktikan dengan hasil pengujian dengan uji t yang menunjukkan bahwa probabilitas signifikansi sebesar 0,000 kecil dari tingkat signifikansi 0,05, dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima, maka variabel kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan pada toko D'Vel Jeans di Cimahi. Hasil analisis deskriptif menunjukkan bahwa perusahaan cukup tanggap dalam melayani pelanggan. Hal ini dapat dibuktikan dari kecepatan dan ketepatan karyawan toko D'Vel Jeans dalam melakukan pelayanan.

Daya tanggap berarti membantu memberikan pelayanan yang cepat dan tepat kepada pelanggan. Jika dimensi daya tanggap telah dijalankan oleh toko dengan baik, ini akan berujung kepada tingginya tingkat kepuasan pelanggan dan berdampak kepada tingkat loyalitas pelanggan.

Pengaruh Jaminan Terhadap Loyalitas Pelanggan

Jaminan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan yang dibuktikan dengan hasil pengujian dengan uji t yang menunjukkan bahwa probabilitas signifikansi sebesar 0,000 kecil dari tingkat signifikansi 0,05, dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima, maka variabel kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan pada toko D'Vel Jeans di Cimahi. Hasil uji deskriptif menunjukkan bahwa variabel jaminan berada pada kategori baik. Pengetahuan dan profesionalisme pegawai ini menjadikan jaminan bagi pelanggan sehingga mereka mempercayakan toko D'Vel Jeans untuk memenuhi kebutuhan *fashion* mereka.

Pengaruh Empati Terhadap Loyalitas Pelanggan

Empati berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan yang dibuktikan dengan hasil pengujian dengan uji t yang menunjukkan bahwa probabilitas signifikansi sebesar 0,000 kecil dari tingkat signifikansi 0,05, dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima, maka variabel kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan pada toko D'Vel Jeans di Cimahi. Empati mencakup kepedulian karyawan terhadap kebutuhan dan keinginan pelanggan, serta melayani dan menghargai setiap pelanggan. Jika pelanggan merasa bahwa para pegawai perusahaan dapat memberikan empati kepada mereka maka mereka tidak lagi merasa ragu untuk tetap mengonsumsi jasa yang diberikan. Hal ini akan membentuk tingkat loyalitas pelanggan.

Analisis deskriptif menunjukkan empati berada pada kategori cukup baik. Dimana

pegawai mampu memahami keinginan pelanggan seperti dihargai ataupun dihormati. Pelanggan dilayani dengan penuh perhatian dan sopan.

Pengaruh Bukti Fisik Terhadap Loyalitas Pelanggan

Bukti fisik berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan yang dibuktikan dengan hasil pengujian dengan uji t yang menunjukkan bahwa probabilitas signifikansi sebesar 0,000 kecil dari tingkat signifikansi 0,05, dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima, maka variabel kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan pada toko D'Vel Jeans di Cimahi. Hasil penelitian ini juga didukung oleh analisis deskriptif bahwa kualitas bukti fisik toko D'Vel Jeans cukup baik. Kebersihan dan kerapian toko merupakan salah satu elemen yang menjadi penilaian bagi pelanggan, ketika toko bersih dan rapi maka pelanggan akan merasakan nyaman saat melakukan transaksi.

Jika lingkungan toko kotor penuh dengan sampah, maka pelanggan akan enggan untuk berkunjung dan nilai perusahaan bagi mereka menjadi lebih rendah. Dalam penelitian ini, pelanggan menilai bukti fisik toko D'Vel Jeans masih cukup. Selanjutnya penelitian ini juga sesuai dengan hasil penelitian Nurul (2011:15) bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan.

Kehandalan merupakan elemen yang sangat penting agar dapat menjamin kelangsungan hidup atau menjaga kestabilan usaha. Karena dengan kehandalan perusahaan, pelanggan akan merasa puas dan pada akhirnya loyal terhadap perusahaan. Kepuasan pelanggan dari pengalaman yang menyenangkan dengan jasa perusahaan. Dengan kepuasan yang mereka terima, mereka akan menceritakan kepada siapa saja tentang betapa memuaskannya jasa perusahaan tersebut. Loyalitaslah yang membuat konsumen melakukan pembelian ulang, mereferensikan jasa yang digunakan kepada orang lain, dan bersikap kebal terhadap godaan pesaing.

D. Kesimpulan

1. Terdapat pengaruh positif antara reliabilitas terhadap loyalitas pelanggan. Hal ini menunjukkan bahwa kemampuan karyawan toko D'Vel Jeans dalam melayani pelanggan dengan baik sehingga membuat pelanggan merasa puas dan memutuskan untuk melakukan pembelian ulang di toko D'Vel Jeans.
2. Terdapat pengaruh positif antara ketanggapan terhadap loyalitas pelanggan. Hal ini menunjukkan bahwa karyawan toko D'Vel Jeans tanggap dalam melayani kebutuhan dan keinginan pelanggan sehingga pelanggan memutuskan untuk melakukan pembelian ulang di toko D'Vel Jeans.
3. Terdapat pengaruh antara jaminan dan loyalitas pelanggan. Hal ini menunjukkan bahwa karyawan toko D'Vel Jeans melayani pelanggan dengan sopan dan memiliki pengetahuan yang baik tentang produk sehingga menimbulkan kepercayaan dan keyakinan dalam diri pelanggan. Rasa kepercayaan dan keyakinan inilah yang membuat pelanggan melakukan pembelian ulang di Toko D'Vel Jeans.
4. Terdapat hubungan positif terhadap empati dan loyalitas pelanggan. Hal ini menunjukkan bahwa karyawan toko D'Vel Jeans peduli terhadap keinginan dan kebutuhan pelanggan serta menghargai setiap pelanggan yang datang. Karena pelanggan merasa dihargai dan dilayani dengan baik, mereka memutuskan untuk melakukan pembelian ulang di toko D'Vel Jeans.
5. Terdapat hubungan positif antara bukti fisik dan loyalitas pelanggan. Hal ini menunjukkan bahwa toko D'Vel Jeans memiliki tempat yang nyaman dan aman untuk melakukan transaksi sehingga pelanggan merasa puas.

Acknowledge

1. Ibu Indri Rachmawati S.Sos, M.I.Kom. selaku dosen pembimbing penulis yang dengan sabar telah banyak memberikan pandangan dan ide-ide yang tidak terfikir sebelumnya oleh penulis dan sangat membantu dalam menyelesaikan penyusunan skripsi ini.
2. Seleruh responden yang telah bersedia membantu dan meluangkan waktu dalam pengisian kuesioner penulis sampai selesai.

3. Pemilik Toko D'Veil Jeans beserta karyawannya yang telah memberi izin kepada penulis untuk mengadakan penelitian dan membantu kelancaran penelitian.
4. Kedua orang tua penulis yang selalu sabar mendidik, membimbing serta memberikan kasih sayang serta semangat dan dukungan kepada penulis beserta iringan doa yang tiada hentinya.

Daftar Pustaka

- [1] Aaker, David. A. 1997. Manajemen Ekuitas Merek : Memanfaatkan Nilai Dari Suatu Merek. Terjemahan Aris Ananda. Jakarta : Spektrum.
- [2] Alma, Buchori. 2004. Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa. Bandung: Alfabeta.
- [3] Basu, Swasta Dharmesta. 1996. Aza-azaz Marketing. Edisi III. Yogyakarta : Liberty.
- [4] Durianto, Sugiarto, dan Tony Sitinjak. 2001. Strategi Menaklukkan Pasar Global Melalui Riset Ekuitas dan Perilaku Merek, Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- [5] Giddens, Nancy. 2002. Brand Loyalty. European Journal Of Marketing, Vol. 15 pp.1238-1238.
- [6] Kotler, Philip. 2003. Marketing Management, 11th ed., Upper Saddle River, New Jersey: Prentice Hall, Inc.
- [7] Lau, G.T. and Lee, S.H., 1999. Consumers' Trust in a Brand and the Link to Brand Loyalty, Journal of Market Focused Management, vol 4, pp 341-370.
- [8] Parasuraman, A., Valerie A. Zeithaml, and Leonard L. Berry. 1988."SERVQUAL: A Multiple Item Scale for measuring Consumer Perception of Service Quality."Journal of Marketing, Vol 64, p 12-40.
- [9] Prastowo, A. 2012. Metode Penelitian Kualitatif dalam Perspektif Rancangan Penelitian. Yogyakarta: Ar-Ruzz Media
- [10] Rakhmat, Jalaluddin. 2004. Metode Penelitian Komunikasi. Bandung: PT. Remaja Rosda Karya.
- [11] RW. Suparyanto. 2015. Manajemen Pemasaran. Bogor: In.
- [12] Saefuddin, Asep et. all., 2009. Statistika Dasar. Bandung: Grasindo.
- [13] Solomon, Michael R. 2012. Constumer Behavior. Ninth Edition. New Jersey: Pearson Education.
- [14] Sugiyono, 2017. Statistika Untuk Penelitian. Bandung: Alfabeta.
- [15] Tjiptono, Fandy. 2002. Manajemen Jasa. Yogyakarta: Andy Offset.
- [16] Tjiptono, Fandy dan Chandra, Gregorius. 2004. Service, Quality, and Satisfaction Edisi Pertama, Yogyakarta: Andi Offset.
- [17] Zethaml, Berry and Parasuraman. 1990. Five Impereatives for Improving Service Quality. Sloan Management Review.
- [18] Anbiya, Nida Nur. Aning Sofyan. (2021) *Hubungan Antara Promosi Penjualan dengan Minat Beli Konsumen*. Jurnal Riset Manajemen Komunikasi. 1 (2). 130-137