

**ANALISIS FAKTOR KUALITAS PELAYANAN TERHADAP  
LOYALITAS PELANGGAN PT GLOBAL MITRA PRIMA MEDAN  
DENGAN KEPUASAN PELANGGAN SEBAGAI VARIABEL  
INTERVENING**

***FACTOR ANALYSIS OF SERVICE QUALITY ON CUSTOMER LOYALTY  
OF PT GLOBAL MITRA PRIMA MEDAN WITH CUSTOMER  
SATISFACTION AS A VARIABLE  
INTERVENING***

**Wilson Linardy<sup>1)</sup>, Ferry Hidayat<sup>2)</sup>**

<sup>1,2</sup>Program Studi Manajemen, STMB Multi Smart

Email : Wilsonlinardy5@gmail.com

**ABSTRAK**

Penelitian di lakukan di PT Global Mitra Prima Medan. Dalam penelitian ini mempunyai tujuan menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner. Adapun jumlah populasi sebanyak 192 responden dan 130 responden untuk jumlah sampel dengan menggunakan samplin random sampling. Teknik analisa data menggunakan uji validitas, uji reliabilitas, uji normalitas, uji multikolonieritas, uji heteroskedastisitas, analisis regresi linear berganda, koefisien determinasi, pengujian hipotesis. Hasil penelitian memperoleh kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan dan kepuasan pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan.

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

**ABSTRACT**

*Research done at PT Global Mitra Prima Medan. In this study has the objective to analyze the influence of an service to customer loyalty. Data collection techniques menggunakan questionnaire. As for the total population of 192 respondents and 130 respondents to the number of samples by using samplin random sampling. The technique of data analysis using validity test, reliability test, normality test, multikolonieritas, heteroscedasticity test, multiple linear regression analysis, coefficient of determination, hypothesis testing. The results of the research to obtain service quality have a positive and signifikan on customer loyalty and customer satisfaction have a positive and signifikan on customer loyalty.*

**Keywords:** Service Quality, Customer Loyalty, Customer Satisfaction.

**PENDAHULUAN**

Saat ini persaingan yang semakin tinggi untuk para perusahaan agar dapat mempertahankan kesetiaan pelanggan. Banyak perusahaan yang memerlukan tingkat loyal yang tinggi dari pelanggan agar mempertahankan tingkat penjualan yang optimal. Fenomena loyalitas pelanggan menjadi hal penting untuk diperhatikan oleh perusahaan agar mendorong perusahaan berkembang dan maju

serta memiliki daya saing yang tinggi. Banyak pelanggan menuntut bahwa perlu adanya nilai bagi pelanggan agar dapat mempertahankan komitmennya kepada perusahaan dalam menggunakan produknya. Hal yang paling dibutuhkan oleh pelanggan adalah kualitas pelayanan yang memuaskan pelanggan.

Kualitas pelayanan menjadi hal yang dibutuhkan untuk membangun kesuksesan perusahaan. Pentingnya pemerhatian kualitas pelayanan agar lebih cepat, tanggap dan memuaskan pelanggan. Meningkatnya kualitas pelayanan dapat mendorong karyawan mempunyai tingkat kesetiaan yang tinggi kepada perusahaan. Tjiptono dan Chandra (2015:177), kualitas pelayanan adalah *excellence* yang diharapkan dikendalikan dan menjadi unggulan dalam memenuhi harapan pelanggan. Selain itu, Yuliati (2016) menunjukkan bahwa adanya pengaruh kualitas pelayanan terhadap kesetiaan pelanggan.

Perusahaan memperhatikan tingkat kepuasan pelanggan dengan memperhatikan produk maupun layanan yang diberikan kepada pelanggan memuaskan sehingga berdampak pada minimnya keluhan dari pelanggan. Pelanggan yang mempunyai perasaan puas dapat mendorong pelanggan mempunyai tingkat kesetiaan yang tinggi. Dari penelitian Sumertana (2016) menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan mempunyai pengaruh terhadap loyalitas pelanggan.

Tjiptono dan Chandara (2015:172), kualitas pelayanan adalah *excellence* yang diharapkan dikendalikan dan menjadi unggulan dalam memenuhi harapan pelanggan. Menurut Sunyoto (2016:145), pengukuran kualitas pelayanan :

1. Fasilitas fisik.

Indikatornya : peralatan dan fasilitas yang lengkap dan nyaman, gedung atau kantor yang memadai dan nyaman serta petugas yang ramah, sopan dan rapi.

2. Keandalan.

Indikatornya : ketepatan pelaksanaan layanan, kesesuaian pelaksanaan dengan prosedur dan konsisten tidak pilih kasih.

3. Kesigapan pelayanan dan kecepatan.

Indikatornya : kecekatan petugas dalam pelayanan, hemat waktu dan tenaga.

4. Kepastian pelayanan

Indikatornya : kemampuan petugas, keramahan petugas, kepercayaan pelanggan dan keamanan pelanggan.

5. Kemudahan.

Indikatornya : kemudahan memperoleh pelayanan, kejelasan informasi dan pemahaman pelanggan.

Menurut Sudaryono (2016:78), kepuasan lebih banyak didefinisikan dari perspektif pengalaman pelanggan setelah mengkonsumsi atau menggunakan suatu produk atau jasa. Kepuasan adalah respons pemenuhan dari pelanggan. Menurut Hasan (2017:105-106), variabel yang diukur dalam kepuasan konsumen yaitu :

1. Kepuasan pelanggan secara keseluruhan

Proses pengukurannya tingkat kepuasan pelanggan terhadap produk dan atau jasa perusahaan bersangkutan.

2. Dimensi kepuasan pelanggan

Pertama, mengidentifikasi dimensi-dimensi kunci kepuasan pelanggan. Kedua, meminta pelanggan menilai produk dan atau jasa perusahaan berdasarkan ítem-ítem spesifik seperti kecepatan layanan atau keramahan staf layanan pelanggan. Ketiga, meminta pelanggan menilai produk dan atau jasa pesaing berdasarkan ítem-ítem spesifik yang sama. Dan keempat, meminta para pelanggan untuk menentukan dimensi-dimensi yang menurut mereka paling penting dalam menilai kepuasan pelanggan keseluruhan.

3. Konfirmasi harapan

Dalam konsep ini, kepuasan tidak diukur langsung, namun disimpulkan berdasarkan kesesuaian atau ketidaksesuaian antara harapan pelanggan dengan kinerja aktual produk perusahaan.

4. Minat pembelian ulang

Kepuasan pelanggan diukur secara *behavioral* dengan jalan menanyakan apakah pelanggan akan berbelanja atau menggunakan jasa perusahaan lagi.

5. Kesiediaan merekomendasikan

Kesiediaan pelanggan untuk merekomendasikan produk kepada teman atau keluarganya menjadi ukuran yang penting untuk dianalisis dan ditindaklanjuti.

Menurut Adam (2016:52), loyalitas pelanggan lebih mengarah kepada perilaku yang ditunjukkan dengan pembelian rutin yang di dasarkan pada unit pengembalian keputusan. Menurut Adam (2016:52), karakteristik loyalitas antara lain:

1. Melakukan pembelian berulang-ulang
2. Hanya membeli produk dari perusahaan tersebut
3. Menolak produk lain
4. Menunjukkan kekebalan (tidak terpengaruh) oleh daya tarik produk sejenis dari perusahaan pesaing
5. Melakukan penciptaan prospek.

## **METODE PENELITIAN**

Penelitian dilakukan di PT Global Mitra Prima Medan berlokasi di Jl. Budi Luhur No.196. Metode penelitian menggunakan penelitian kuantitatif. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner, wawancara dan studi dokumentasi. Populasi dalam penelitian ini berjumlah 192 pelanggan. Berdasarkan rumus slovin diperoleh Jumlah sampel dalam penelitian ini adalah sebanyak 130 pelanggan. Teknik pengambilan sampel menggunakan *simple random sampling*. Teknik analisa data menggunakan uji validitas, uji reliabilitas, uji normalitas, uji multikolonieritas, uji heteroskedastisitas, analisis regresi linear berganda, koefisien determinasi, pengujian hipotesis secara parsial.

Dalam penelitian ini, pengumpulan data terkait permasalahan yang diteliti oleh peneliti dilakukan dengan cara:

1. Angket atau Kuesioner

Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang efisien bila peneliti tahu dengan pasti variabel yang akan diukur dan tahu apa yang bisa diharapkan dari responden.

2. Wawancara

Wawancara dilakukan kepada beberapa pelanggan perusahaan pada awal penelitian untuk mencari tahu tentang masalah-masalah yang terjadi di dalam perusahaan.

## 3. Studi dokumentasi

Peneliti menggunakan metode ini untuk mencari informasi tentang profil perusahaan, data karyawan, dan juga teori-teori yang dapat digunakan sebagai referensi penelitian.

**HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

Regresi berganda adalah sebagai berikut :

Tabel 1. Analisis Regresi Berganda  
Coefficients<sup>a</sup>

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients Beta	t	Sig.
	B	Std. Error			
1 (Constant)	7.650	2.792		2.740	.007
Kualitas Pelayanan	.236	.078	.243	3.029	.003
Kepuasan Pelanggan	.349	.073	.385	4.811	.000

a. Dependent Variable: Loyalitas Pelanggan

Sumber : Olahan Data, 2021

$$Y = 7,650 + 0,236 \text{ Kualitas Pelayanan} + 0,349 \text{ Kepuasan Pelanggan}$$

Hasil memperoleh nilai koefisien sebesar 0.236 yang mengartikan bahwa kualitas pelayanan mengalami peningkatan berarti loyalitas pelanggan meningkat sebesar 0.236. Selain itu kepuasan pelanggan sebagai variabel intervening mengalami peningkatan 0.349 berarti menunjukkan terjadi peningkatan terhadap loyalitas pelanggan sebesar 0.349.

**Uji Determinasi**

Tabel 2. Uji Determinasi

Pengujian	R Square	Adjusted R Square
X-Y	.133	.126
X dan Z - Y	.266	.255

Sumber: Olahan Data, 2021

Uji determinasi yang diperoleh 12.6% menunjukkan kualitas pelayanan dapat memperjelas loyalitas pelanggan dan sisanya dipengaruhi oleh variabel lainnya yaitu sebesar 74.5%.

### Pengujian Hipotesis Secara Parsial

Tabel 4. Uji Parsial (Uji t)  
Coefficients<sup>a</sup>

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	7.650	2.792		2.740	.007
KualitasPelayanan	.236	.078	.243	3.029	.003
KepuasanPelanggan	.349	.073	.385	4.811	.000

a. Dependent Variable: LoyalitasPelanggan  
Sumber:Olahan Data, 2021

Dari hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan yang terlihat dari hasil nilai thitung(3.029) > ttabel(1.979) dan signifikansi (0.003<0.05). Pengujian hipotesis menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan yang terlihat dari hasil nilai thitung(4.811) > ttabel(1.979) dan signifikansi (0.000<0.05).

Dari hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan dan kepuasan pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Hasil ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Putri (2017) yang memperoleh hasil pengaruh langsung dan tidak langsung, kualitas pelayanan secara signifikan berpengaruh langsung terhadap loyalitas pelanggan. Jadi kepuasan bukan merupakan variabel intervening pada penelitian ini. Untuk itu, pada penelitian selanjutnya bisa meneliti variabel lain seperti kepercayaan untuk mengetahui faktor yang lebih berpengaruh sebagai variabel intervening terhadap loyalitas pelanggan.

Berdasarkan hasil di atas maka Kepuasan Pelanggan tidak memberikan pengaruh signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan secara langsung, dan Kualitas Pelayananlah yang secara langsung memberikan pengaruh terhadap Loyalitas

Pelanggan. Hal ini berarti membuktikan bahwa Kepuasan Pelanggan merupakan variabel intervening. Pada kenyataannya Pelanggan yang loyal adalah mereka yang menggunakan atau membeli ulang produk maupun yang sama, hanya mempertimbangkan usaha yang sama dan mencari informasi-informasi tentang usaha yang lain yang sejenis. Namun, sebelum perusahaan mencapai tahap kepuasan dan loyalitas pelanggan, perusahaan harus memperhatikan kualitas pelayanan. Kualitas pelayanan yang baik akan menciptakan kepuasan pelanggan yang pada akhirnya akan menciptakan loyalitas pelanggan.

### **KESIMPULAN**

Kesimpulan dalam penelitian ini adalah Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan PT Global Mitra Prima Medan. Kepuasan Pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan PT Global Mitra Prima Medan. Adapun rekomendasi dalam rangka peningkatan loyalitas pelanggan yaitu :Meningkatkan kualitas pelayanan dengan memperhatikan dan meningkatkan bukti fisik, empati agar lebih baik sehingga dapat menciptakan kepuasan pelanggan yang berdampak pada peningkatan loyalitas pelanggan.

### **DAFTAR PUSTAKA**

- Abdurrahman, Herdiana, Nana, *Manajemen Strategi Pemasaran*, Bandung : Pustaka Setia, 2015
- Adam, Muhammad. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Bandung : Alfabeta, 2016.
- Assauri, Sofjan, *Manajemen Pemasaran*, Jakarta : Rajawali Pers, 2018.
- Hasan, Ali. *Marketing dan Kasus-kasus Pilihan*, Yogyakarta : CAPS (Center for Academic Publishing Service), 2017.
- Sangadji, Mamang, Etta, Sopiah, *Perilaku Konsumen Pendekatan Praktis Disertai Himpunan Jurnal Penelitian*, Yogyakarta : Andi Offset, 2017.
- Sudaryono, *Manajemen Pemasaran Teori dan Implementasi*, Yogyakarta : ANDI Offset, 2016.

P-ISSN 2580 - 7781

E-ISSN 2615 - 3238

Sunyoto, *Teori, Kuesioner dan Analisi Data untuk Pemasaran dan Perilaku Konsumen*. Yogyakarta : Center for Academic Publishing Service, 2016.

Surjaweni, Wiratna, V, *Metode Penelitian Bisnis dan Ekonomi*, Yogyakarta : Pustaka Baru Press, 2017.

Yuniarti, Sri, Vinna, *Perilaku Konsumen Teori dan Praktek*, Bandung : Pustaka Setia, 2017.

Tjiptono, Fandy dan Chandra, *Strategi Pemasaran*, Yogyakarta : ANDI Offset, 2015.