

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, DAN KEPUASAN PELANGGAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PADA TOKO LISTRIK RAHMAD RISKI MENGGALA

Ardansyah¹, Heryuda Ibrahim²

Universitas Bandar Lampung

E-mal : ardansyah@ubl.ac.id, heryuda.21011066@student.ubl.ac.id

DOI: <https://doi.org/10.30606/nv87kk65>

ABSTRAK Penelitian ini dilaksanakan guna memperlihatkan bagaimana kualitas pelayanan serta kepuasan pelanggan berdampak terhadap loyalitas pelanggan pada Toko Listrik Rahmad Riski Menggala. Dalam studi ini melibatkan 100 responden dipilih secara random dari total populasi 1.800 pelanggan, Studi ini memakai model kuantitatif. Pengumpulan data didapatkan dari kuesioner yang telah diuji valid serta reliabel. Analisis data menggunakan Teknik analisis regresi linear berganda. Hasil studi ini menyatakan kualitas pelayanan serta kepuasan pelanggan mempunyai dampak baik dan signifikansi secara mandiri maupun bersamaan pada loyalitas pelanggan. Oleh karena itu, untuk mempertahankan serta meningkatkan loyalitas pelanggan, manajemen Toko Listrik Rahmad Riski disarankan bisa memberikan kualitas layanan yang lebih baik dan memperhatikan kepuasan pelanggan sehingga terciptanya pelanggan yang loyal.

Kata Kunci: Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Pelanggan

ABSTRACT This study was conducted to show how service quality and customer satisfaction have an impact on customer loyalty at Toko Listrik Rahmad Riski Menggala. In this study involving 100 respondents randomly selected from a total population of 1,800 customers, this study uses a quantitative model. Data collection was obtained from questionnaires that have been tested valid and reliable. Data analysis used multiple linear regression analysis techniques. The results of this study state that service quality and customer satisfaction have a good and significant impact independently or simultaneously on customer loyalty. Therefore, to maintain and increase customer loyalty, the management of the Rahmad Riski Electric Shop is recommended to provide better service quality and pay attention to customer satisfaction so as to create loyal customers.

Keywords: Service Quality, Customer Satisfaction and Customer Loyalty

PENDAHULUAN

Dalam persaingan bisnis yang semakin ketat saat ini dengan seiring semakin tingginya permintaan dari masyarakat terhadap barang dan layanan untuk memenuhi semua kebutuhannya, berkat kemajuan dalam bidang informasi dan teknologi konsumen sekarang memiliki akses informasi menyeluruh tentang berbagai macam pilihan produk yang tersedia di pasar. Para penjual dan produsen berusaha semaksimal mungkin untuk dapat memenuhi keinginan dari semua kebutuhan dan harapan pelanggan. Pelanggan yang puas dapat menjadi lebih setia, yang pada harusnya dapat menciptakan pelanggan yang lebih setia lagi. Dengan ini, selain produk yang ditawarkan, pelanggan harus menjadi prioritas utama. Ditengah Persaingan bisnis yang sangat kompetitif, kemampuan untuk mempertahankan pelanggan yang setia adalah bagian dari keberhasilan sebuah bisnis karena harus dapat mempertahankan pelanggan yang loyalitas.

Dalam proses memperebutkan loyalitas pelanggan, perusahaan harus bisa mempertimbangkan hal-hal yang nantinya akan digunakan untuk membuat rencana yang memenangkan persaingan. Menurut (Dewa & Safitri, 2020) loyalitas pelanggan dipengaruhi 2 faktor yaitu kualitas pelayanan serta kepuasan pelanggan. (Istifana et al., 2019) mengungkapkan bahwasanya kualitas pelayanan yakni kondisi yang dapat berubah berkaitan baik produk maupun layanan, potensi manusia, mekanisme dan kondisi lingkungan, yang dapat terpenuhi serta melampaui harapan pelanggan. Kepuasan pelanggan juga menjadikan faktor pendukung terbentuknya loyalitas. Menurut (Lubis & Andayani, 2018) menyatakan perasaan pelanggan mengenai layanan yang diberikan dibandingkan dari harapan yang didapatkan mengacu pada kualitas pelayanan. Diwaktu bersamaan, dari hasil yang diinginkan tidak terpenuhi, maka timbul rasa dari ketidakpuasan. Ketika bisnis maupun layanan tidak dapat memenuhi ekspektasi pelanggan, mungkin sulit untuk mencapai kepuasan pelanggan dengan kinerja layanan yang diberikan (Seprianty & Ardansyah, 2024). Dengan ini, perusahaan dapat menjaga kepuasan pelanggan untuk menumbuhkan loyalitas dengan memberikan pelayanan yang bernilai tinggi.

Toko listrik Rahmad Riski Menggala merupakan sebuah tempat berbelanja yang menjual berbagai peralatan listrik dan elektronik. Dalam menghadapi kompetitor yang sangat ketat untuk berhasil mempertahankan loyalitas pelanggan, Toko Rahmad Riski harus bisa memberi kualitas layanan baik dengan kepuasan yang tinggi terhadap pelanggan. Kualitas pelayanan yang baik mencakup tidak hanya kecepatan dan ketepatan layanan, tetapi juga sikap dan profesionalisme karyawan. Meskipun telah dilakukan berbagai upaya untuk meningkatkan layanan, pelanggan yang merasa diperhatikan dan dilayani dengan baik cenderung puas dengan pengalaman belanja mereka. Namun, ada kekhawatiran mengenai tingkat kepuasan pelanggan memiliki dampak pada loyalitas pelanggan. Penyebab kepuasan pelanggan

terjadi disaat pelanggan membandingkan dari sesuatu yang mereka inginkan dengan hal yang mereka alami disaat menggunakan produk maupun jasa. Meskipun menyediakan produk berkualitas, Toko Listrik Rahmad Riski Menggala dapat melihat apakah layanan yang telah diberikan sudah sesuai dari yang diharapkan oleh konsumen. Jika pelanggan tidak puas, mereka cenderung mencari toko lain dengan pengalaman belanja yang lebih baik.

Tabel 1. Hasil survey kepuasan pelanggan Toko Listrik Rahmad Riski Menggala

Pelanggan	Kualitas produk	Garansi (jaminan)	Layanan
Rumah Sakit	Sedang/Netral	Baik	Sedang/Netral
Teknisi PLN Menggala	Baik	Sedang/Netral	Sangat Baik
Kejaksanaan Menggala	Baik	Sangat Baik	Baik

Sumber: Pemilik Toko Listrik Rahmad Riski Menggala, 2024

Pada tabel diatas menunjukkan terdapatnya perbedaan dalam tingkat kepuasan pelanggan terkait bagaimana produk, garansi, dan layanan yang diberikan oleh Toko Listrik Rahmad Riski. Terlepas dari fakta bahwa beberapa pelanggan menyatakan merasa puas, tetapi terdapat juga sinyal bahwa perbaikan diperlukan, terutama dalam hal kualitas barang dan jasa yang diberikan kepada salah satu pelanggan Rumah Sakit. Dengan itu pemilik toko dapat menggunakan data ini untuk menentukan layanan dan produk mana saja yang perlu diperbaiki sehingga dapat tercapainya pelanggan yang menerima layanan berkualitas baik serta kepuasan pelanggan untuk menumbuhkan loyalitas pelanggan pada Toko Listrik Rahmad Riski di Menggala.

Dalam situasi ini pentingnya loyalitas pelanggan dalam menjaga keberlangsungan bisnis karena konsumen setia tidak hanya menjadi konsumen tetap tetapi juga dapat menjadi duta merek dan menyarankan orang lain untuk mengunjungi toko tersebut. Oleh sebab itu, penting dalam memahami bagaimana pelayanan yang baik, kepuasan pelanggan, dan kesetiaan pelanggan berkorelasi di Toko Listrik Rahmad Riski Menggala. Berharapnya dalam studi ini bisa menentukan sejauh mana dampak kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan memengaruhi loyalitas pelanggan. Dari bukti penelitian tersebut bisa mendukung manajemen membentuk rencana yang lebih baik untuk menumbuhkan kualitas pelayanan bernilai tinggi serta menjaga kepuasan pelanggan dalam upaya mempertahankan loyalitas pelanggan dalam jangka panjang.

Dari fenomena masalah di atas memperoleh perumusan masalah dalam studi ini, yakni: Apakah tingkat kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan

memengaruhi loyalitas pelanggan baik secara parsial dan simultan di Toko Listrik Rahmad Riski Menggala? Tujuan dari studi ini yakni, untuk mengetahui apakah kualitas pelayanan serta kepuasan pelanggan berpengaruh baik secara parsial maupun simultan terhadap loyalitas pelanggan Toko Listrik Rahmad Riski Menggala.

Literatur Review

Kualitas Pelayanan

Didefinisikan yaitu situasi yang selalu berubah dipengaruhi layanan produk, sumber daya manusia, proses, lingkungan, serta bisa mengisikan dan melampaui batas yang ditetapkan pelayanan (Tjiptono, 2010). Kualitas pelayanan bisa dipahami sebagai “usaha pemenuhan keperluan serta harapan pelanggan dengan ketelitian penyampaiannya dalam membandingi hasrat pelanggan”. Mengukur kualitas layanan dengan cara membandingkan persepsi pelanggan dengan layanan yang mereka jelas-jelas memperoleh dari layanan yang sesungguhnya mereka inginkan diperusahaan tersebut. Ketika layanan yang didapatkan memenuhi/melebihi harapan, maka layanan terbilang dianggap bagus dan memuaskan. bila layanan melampaui keinginan konsumen, layanan tersebut dianggap benar-benar bagus dan berkualitas tinggi. kebalikannya, apabila layanan diperoleh tidak sesuai dengan keinginan, lalu kualitas layanan dianggap buruk. Kualitas pelayanan bisa didefinisikan seperti “Usaha pemuasan keinginan dan kebutuhan konsumen juga kecermatan penyajiannya dalam mengimbangi keinginan pelanggan”. Menurut (Lupiyoadi, 2014) Kualitas layanan didefinisikan sebagai tindakan dan kegiatan ditawarkan bagi sepihak terhadap pihak lain, yang akhirnya tidak berbentuk dan berdampak pada transfer kepunyaan. Menurut Parasuraman (dalam Lupiyadi, 2014), terdapat lima indikator guna mengukur tingkat kualitas pelayanan yakni: 1. Bukti fisik (*Tangibles*), 2. Keandalan (*Reliability*), 3. Ketanggapan (*Responsives*), 4. Jaminan dan kepastian (*Assurance*), dan 5. Empati (*Empathy*).

Kepuasan Pelanggan

Kepuasan konsumen berasal dari persepsi pelanggan tentang suatu produk yang mereka bayar, apakah itu pantas atau melampaui harapan mereka (Kotler & Keller, 2016). Rasa kesenangan pelanggan, yaitu tingkat kebahagiaan maupun kekecewaan yang dirasakan selepas mencocokkan layanan atau barang yang didapatkan dan diinginkan (Zulkarnaen & Amin, 2018). (Kotler & Keller, 2016) dalam (Thung, 2019) kepuasan pelanggan salah satu kunci retensi pelanggan. Beberapa indikator dari kepuasan pelanggan yakni: 1) Kesesuaian keinginan (Ekspetasi). 2) Ketetapan berkunjung kembali.

Loyalitas Pelanggan

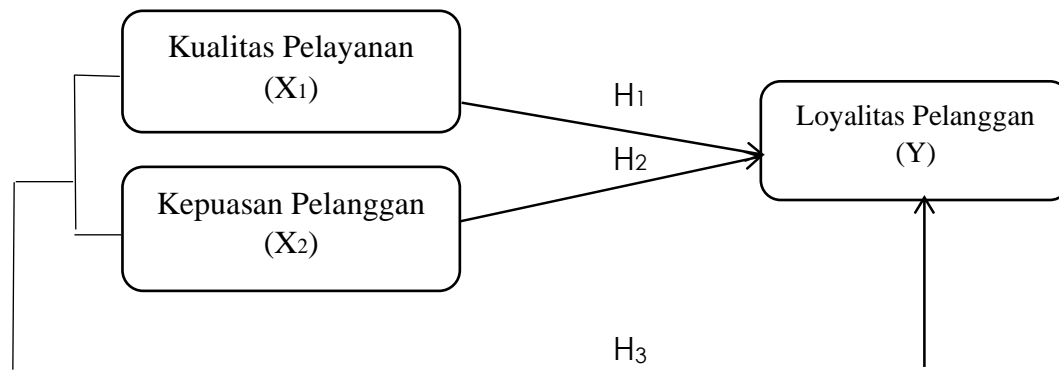
Berdasarkan (Griffin, 2005) Kepuasan telah diilustrasikan sebagai dimensi lebih bisa diandalkan guna mengestimasi pendapatan dan perkembangan finansial daripada kepuasan konsumen. Tingginya perusahaan yang menjamin kepuasan pelanggan, namun akhirnya kecewa sebab pelanggan lebih mencari produk dari pesaing. Loyalitas didefinisikan sebagai seseorang yang sempat memesan sesuatu pada tempo waktu dan akhirnya memulai lagi setelah pembelian perdana (Rahmayanty, 2013). Menurut pemaparan (Hasan & SE, 2014) loyalitas pelanggan merupakan fenomena berkarakter kejiwaan dikaitkan melalui kepercayaan tentang suatu barang maupun jasa. (Kotler & Keller, 2009) berpendapat mengenai loyalitas pelanggan bisa diilustrasikan sebagai keterikatan dalam memesan serta menunjang produk atau jasa yang diinginkan di waktu mendatang, terlepasnya kondisi dan usaha pemasaran ikut memengaruhi. Menurut (Griffin, 2005) menyatakan terdapat 4 yakni: 1. Melaksanakan pembelian secara berulang, 2. Membayar barang atau layanan yang dipasarkan, 3. Menyarankan kepada orang lain, 4. Memperlihatkan kekuatan terhadap tarikan dari kompetitor.

Penelitian Terdahulu

Studi (Putri et al., 2021) berusaha perlu melihat bagaimana kualitas pelayanan serta kepuasan pelanggan berdampak positif serta signifikansi secara bersamaan maupun sendiri terhadap loyalitas pelanggan di PT. Matahari Department Store di Mantos 2. Bukti hasil pemeriksaan hipotesis menyatakan benar bahwa kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan berdampak positif dan signifikan secara simultan dan parsial pada loyalitas pelanggan tentang barang yang dibeli di PT. Matahari Departement Store.

Penelitian (Saselah et al., 2019) menyelidiki guna melihat bagaimana pengaruh kualitas pelayanan serta kepuasan pelanggan pada loyalitas pelanggan di Toyota Service Station CV. Kombos Cabang Tendean. Hasil pemeriksaan menyatakan bahwasannya kualitas layanan (X1) memengaruhi signifikansi loyalitas pelanggan (Y) secara parsial, kepuasan pelanggan (X2) memengaruhi secara signifikan loyalitas pelanggan (Y) secara parsial, serta (X1), (X2) memengaruhi loyalitas pelanggan (Y) secara bersamaan.

Kerangka Pemikiran



Gambar 1. Kerangka Pemikiran

Pengembangan Hipotesis

Kualitas layanan sebagai komponen penting dalam mempengaruhi loyalitas pelanggan karena pelanggan yang merasakan puas melalui penilaian pribadinya tentu memiliki sikap positif terhadap layanan yang diberikan, yang pada gilirannya menghasilkan pelanggan yang lebih setia kepada perusahaan (Subawa & Sulistyawati, 2020). Studi mereka (Subawa & Sulistyawati, 2020) mendapati bahwa kualitas layanan Lila Tour & Travel mempunyai pengaruh positif pada loyalitas pengunjung. Dikatakan, loyalitas pelanggan bisa meningkat apabila kualitas layanan yang diberikan sudah terpenuhi. Sementara (Adelina et al., 2019) berpendapat bahwa kualitas pelayanan dan loyalitas pelanggan terdapat pengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Maka riset ini menghasilkan hipotesis:

H₁: Kualitas pelayanan memiliki dampak positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan

Menurut (Lestari & Yulianto, 2018), jika kepuasan pelanggan terus meningkat atau langsung meningkat, hingga pelanggan bakal tetap setia. Kepuasan pelanggan dengan produk yang ditawarkan bisa membuat pelanggan kembali dan menimbulkan pelanggan loyal. (Lestari & Yulianto, 2018). Studi (Ulfa & Mayliza, 2019) mendapatkan bahwasannya kepuasan pelanggan secara signifikan meningkat serta berdampak baik dalam memengaruhi loyalitas pelanggan PDAM Kota Padang. Selanjutnya, (Kusuma, 2018) memperlihatkan bahwasannya kepuasan pelanggan berdampak positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Kajian tersebut menghasilkan dugaan:

H₂: Kepuasan pelanggan memiliki dampak positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan

Menurut (Putri et al., 2021) kualitas pelayanan serta kepuasan pelanggan secara bersamaan berdampak positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan di PT. Matahari Department Store. Namun, seperti yang dinyatakan oleh (Susnita, 2020), suatu penelitian menemukan bahwasannya kepuasan pelanggan serta kualitas pelayanan secara bersamaan memiliki dampak baik dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan Hotel Libra Kabupaten Majalengka. Maka studi ini membentuk hipotesis:

H₃: Kualitas pelayanan serta kepuasan pelanggan memiliki dampak positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan.

METODE

Studi dilakukan menggunakan metode pendekatan kuantitatif. Dengan melaksanakan pengujian hipotesis tentang bagaimana kualitas pelayanan serta kepuasan pelanggan berdampak pada loyalitas pelanggan di Toko Listrik Rahmad Riski Menggala. Dalam studi ini terdiri dari 1.800 orang pelanggan sebagai populasi bagian dari seluruh masyarakat selaku pelanggan pada Toko Listrik Rahmad Riski Menggala. Metode *simple random sampling* dipakai dalam studi ini. Tingkat kekeliruan pemungutan sampel dalam penelitian ini sebanyak 10%, dan sehingga diperoleh sebanyak 100 Responden dengan memakai rumus slovin. Data primer dan skunder merupakan sumber data dari penelitian ini, dan pengumpulannya dilakukan melalui pengamatan di lokasi penelitian. Langkah-langkah yang digunakan dengan metode berikut: 1. Kuesioner, merupakan pengumpulan data melalui penyebaran angket terhadap responden pelanggan Toko Listrik Rahmad Riski Menggala, 2. Saat melakukan studi lapangan peneliti akan mengumpulkan data yang ingin dibutuhkan melalui cara melaksanakan peninjauan langsung terhadap instansi yang bersangkutan, dengan melakukan penyebaran kuesioner kepada para pelanggan. Sebelum pengumpulan data, kuesioner dilakukan pengujian validitas dan reliabilitas. Selanjutnya teknik analisis data, menggunakan teknik analisis regresi berganda. Lalu melangsungkan pengolahan hipotesis (uji t dan uji f) yang sudah dirumuskan terakhir analisis koefisien determinasi (R²). Persamaan dengan regresi berganda yakni untuk menghitung kemampuan suatu signifikansi linear diantara 2 variabel. (Ghozali, 2006) Dengan kriteria: $\hat{Y} = a + b_1X_1 + b_2X_2 + E_t$

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Validitas

Terbukti hasil pemeriksaan uji memperlihatkan bahwa X_1 , X_2 serta Y , mempunyai nilai rhitung lebih tinggi daripada rtabel, yang menunjukkan bahwa indikator yang dipakai dalam variabel penelitian berlaku untuk semua butir pernyataan layak digunakan. Dari setiap butir pernyataan yang dipakai dalam penelitian ini dinyatakan lulus.

Uji Reliabilitas

Dalam pengujian menyatakan bahwa pada uji realibilitas nilai Cronbach Alpha diatas nilai rata-rata Sig sebesar 0,60. Data memperlihatkan bahwasannya instrument yang dipakai dianggap reliabel dan bisa diandalkan.

Koefisien Determinasi (R^2)

Tabel 1. Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.852 ^a	.726	.721	1.051

Sumber: SPSS 25 dan Pengolahan data, 2024

Tabel 1 memperlihatkan nilai R^2 memiliki nilai 0,726, atau 72,60%, sama dengan nilai R^2 atau koefisien sebesar 0,726. Menurut angka tersebut, kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan di Toko Listri Rahmad Riski mempengaruhi 72,60% loyalitas pelanggan, sedangkan sisanya 100% - 72,60% = 27,40% dipengaruhi variabel lain.

Analisis Regresi Linier Berganda

Tabel 2. Uji Regresi Linear Berganda

		"Coefficients ^a "		"Standardized Coefficients Beta"	t	Sig.
Model		"Unstandardized Coefficients"				
		B	Std. Error			
1	(Constant)	6.659	1.832		3.635	.000
	Kualitas Pelayanan (X1)	.500	.084	.517	5.948	.000
	Kepuasan Pelanggan (X2)	.189	.080	.205	2.365	.020

Sumber: SPSS 25 dan Pengolahan data, 2024

Konstanta (nilai A) sejumlah 6,659 dan untuk kualitas pelayanan (nilai B) sejumlah 0,500 dan kepuasan pelanggan (nilai B) sejumlah 0,189. Sebagai hasilnya, persamaan regresi linear berganda diperoleh sejumlah yakni:

$$Y = 6.659 + 0.500X_1 + 0.189X_2 + e$$

- a.) Konstanta persamaan regresi linear berganda, 6,659 positif tertera di tabel 2, memperlihatkan bahwa setiap dependent variabel berbobot sebesar 0 (nol), sehingga nilai Loyalitas Pelanggan tetap sebesar 6,659.
- b.) Dari data tersebut kualitas layanan mendapat nilai positif terhadap koefisien regresi sejumlah 0,500, yang menjelaskan mengapa, jika kepuasan pelanggan dianggap tetap, dan terjadi satu point peningkatan kualitas pelayanan maka jumlah loyalitas pelanggan terjadi peningkatan senilai 0,500.
- c.) Hasil data tersebut menyimpulkan kepuasan pelanggan mempunyai koefisien regresi positif 0,189, yang menjelaskan mengapa, jika kualitas layanan dianggap tetap, terjadi peningkatan satu point pada kepuasan pelanggan maka terjadi peningkatan loyalitas pelanggan sejumlah 0,189.

Uji - F (Simultan)

Tabel 3. Uji - F (Simultan)

		ANOVA ^a				
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	284.336	2	142.168	32.189	.000 ^b

Residual	428.424	97	4.417		
Total	712.760	99			

Sumber: SPSS 25 dan Pengolahan data, 2024

Sesuai data diatas dari tabel 3 memperlihatkan bahwasannya, memperoleh nilai sig $0,000 < 0,05$. hasil dari point $F_{hitung} > F_{tabel}$ yakni $32,189 > 3,94$ menyatakan H_a bisa diterima dan H_0 ditolak. Dengan ini menandakan loyalitas pelanggan (Y) di Toko Listrik Rahmad Riski Menggala dipengaruhi positif secara bersamaan dari faktor kualitas pelayanan (X_1) serta kepuasan pelanggan (X_2).

Uji - t (Parsial)

Tabel 4. Uji - t (Parsial)

		Coefficients ^a				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
Model		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	6.659	1.832		3.635	.000
	Kualitas Pelayanan (X_1)	.500	.084	.517	5.948	.000
	Kepuasan Pelanggan (X_2)	.189	.080	.205	2.365	.020

Sumber: SPSS 25 dan Pengolahan data, 2024

Temuan pengujian hipotesis di atas dapat disimpulkan berdasarkan tabel 4, yakni: kualitas pelayanan mempunyai nilai T_{hitung} sebesar 5,949 yang $>$ dari nilai T_{tabel} 1,985. Pada saat yang sama, tingkat signifikansinya adalah 0,000 yang $<$ dari Alpha (0,05). Kesimpulannya, H_1 disetujui karena dapat disimpulkan bahwa loyalitas pelanggan Toko Listrik Rahmad Riski Menggala ditingkatkan secara signifikansi pada kualitas pelayanan. X_2 mendapat T_{hitung} 2,365 yang $>$ point T_{tabel} 1,985. Point sig yakni $0,020 <$ dari alpha (0,05). Oleh sebab itu, H_2 bisa diterima karena dapat dinyatakan kepuasan pelanggan secara signifikansi serta positif meningkatkan loyalitas pelanggan Toko Listrik Rahmad Riski Menggala.

Pembahasan

Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan

Temuan studi menyatakan loyalitas pelanggan mendapat nilai positif dan sig terhadap kualitas layanan, Dari total nilai t hitung diatas. Diperoleh sebanyak 5,948, atau t yang dihitung lebih tinggi t table 1,985, bernilai sig 0,020 > 0,05 dapat dinyatakan bahwasanya loyalitas pelanggan Toko Listrik Rahmad Riski Menggala dengan variabel kualitas layanan memiliki hubungan positif dan sig. Demikian H1 diterima dan H0 ditolak. Temuan studi ini konsisten sesuai (Subawa & Sulistyawati, 2020) yang memperlihatkan bahwasannya loyalitas wisatawan nilai positif dan signifikan pada kualitas layanan Lila Tour & Travel. Dengan kata lain loyalitas konsumen Lila Tour & Travel meningkat dengan kualitas layanan yang diberikan.

Pengaruh Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan

Sesuai data diatas kepuasan pelanggan mendapat nilai positif signifikan serta mempengaruhi loyalitas pelanggan. Penelitian menyatakan kepuasan pelanggan berdampak pada loyalitas pelanggan Toko Listrik Rahmad Riski Menggala secara positif serta signifikan. H2 diterima H0 ditolak, hasil dari nilai t yang dihitung didapatkan 2,365 atau t hitung > dari t table 1,985 bernilai sig 0,000 > 0,05. Studi ini mendukung (Kusuma, 2018) yang memperlihatkan kepuasan pelanggan memberi dampak positif pada loyalitas pelanggan.

Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan

Berdasarkan pengajuan hipotesis dinyatakan kualitas pelayanan serta kepuasan pelanggan berdampak positif secara simultan pada loyalitas pelanggan Toko Listrik Rahmad Riski Menggala. dapat ditinjau hasil Uji F mendapat point f hitung 32,189 dan f tabel > 3,94 serta point sig 0,000 < 0,05 terbukti jelas perolehan keseluruhan pengujian F H3 diterima serta H0 ditolak. (Putri et al., 2021) memperlihatkan bahwa kualitas pelayanan serta kepuasan pelanggan secara bersamaan memiliki nilai positif terhadap loyalitas pelanggan saat mereka membeli di PT. Matahari Department Store.

KESIMPULAN

Berdasarkan kajian serta pembahasan diatas maka bisa ditarik setiap variabel yakni:

1. Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas pelanggan pada Toko Listrik Rahmad Riski Menggala.

2. Kepuasan pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas pelanggan pada Toko Lisrik Rahmad Riski Menggala.
3. Kualitas pelayanan dan Kepuasan pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas pelanggan di Toko Listrik Rahmad Riski Menggala.

Saran

Dari hasil pengkajian data menunjukkan peneliti harus menyampaikan beberapa saran sebagai berikut:

Kepada Toko Listrik Rahmad Riski Menggala:

1. Terkhusus pemilik Toko Listrik Rahmad Riski Menggala harus terus menjaga pelayanan yang baik dan kepuasan pelanggan dengan menumbuhkan layanan tinggi dengan dua aspek pada kemudahan pelayanan dan perilaku karyawan serta mengutamakan pelanggan saat berbelanja dalam memenuhi segala kebutuhan yang mereka inginkan sehingga bisa meningkatkan loyalitas pelanggan yang kuat dan mencapai keberhasilan jangka panjang dalam bisnisnya.
2. Pada toko listrik rahmad riski menggala disarankan untuk menggantikan nama toko menjadi Toko Elektronik Rahmad Riski Menggala.

Untuk penelitian selanjutnya:

1. Jika anda ingin melaksanakan penelitian yang sama dimasa mendatang, anda perlu melakukan studi yang lebih mendalam, dengan memasukkan variabel lain kedalam penelitian tersebut seperti variabel Nilai Pelanggan, Pengalaman Pelanggan, serta variabel tambahan lainnya yang tidak termasuk dalam penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Adelina, D., Ridha Siregar, M., Manajemen, M. J., Ekonomi, F., Bisnis, D., Syiah Kuala, U., & Dosen,). (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Dengan Kepuasan Sebagai Pemeditasi Pada Konsumen Restoran Canai Mamak Kl Di Banda Aceh. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Manajemen*, 4(1), 245–257.
- Dewa, C. B., & Safitri, L. A. (2020). Analisa Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan OVO pada Masa Physical Distancing. *ASSET: Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 3(1). <https://doi.org/10.24269/asset.v3i1.2652>
- Ghozali, I. (2006). *Aplikasi analisis multivariate dengan program SPSS*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Griffin, J. (2005). Customer loyalty: Menumbuhkan dan mempertahankan kesetiaan pelanggan. *Jakarta: Erlangga*.

- Hasan, A., & SE, M. M. (2014). *Marketing dan Kasus-kasus Pilihan (Cetakan Kedua)*. Yogyakarta: CAPS (Center for Academic Publishing Service).
- Istifana, L., Ikhwan, S., Syaifulloh, M., NPD Wahana, A., Sucipto, H., Studi Manajemen, P., & Ekonomi dan Bisnis, F. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Konsumen terhadap Loyalitas Pelanggan di Toko Mebel SinarJaya, Losari, Brebes. *Journal Economics and Management (JECMA)*, 1(1), 33–40.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). *Manajemen pemasaran*, edisi 13. Jakarta: Erlangga, 14, 178–179.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management*, New Jersey: Pearson Prentice Hall. Inc.
- Kusuma, E. C. (2018). Pengaruh Nilai Yang Diterima Pelanggan Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan : Kepuasan Pelanggan Sebagai Mediator Dan Gender Sebagai Moderator. *Jurnal Bisnis Dan Manajemen*, 5(1), 42–50. <https://doi.org/10.26905/jbm.v5i1.2315>
- Lestari, A., & Yulianto, E. (2018). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Mediasi. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 54(1), 74–81.
- Lubis, A. S., & Andayani, N. R. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan (Service Quality) Terhadap Kepuasan Pelanggan Pt. Sucofindo Batam. *Journal of Applied Business Administration*, 1(2), 232–243. <https://doi.org/10.30871/jaba.v1i2.619>
- Lupiyoadi, R. (2014). *Manajemen pemasaran jasa berbasis kompetensi*.
- Parasuraman, V. A. Zeithml & L. L. Berry, 1996, "The Behavioral Consequences of Service Quality", *Journal of Marketing (EBSCO)* vol. 60 no. 2.
- Putri, F. K., Tumbel, A. L., & Djemly, W. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada PT. Matahari Department Store Di Mantos 2. *Jurnal EMBA*, 9(1), 14281438. <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/article/view/33202>
- Rahmayanty, N. (2013). *Manajemen Pelayanan Prima*, Penerbit Graha Ilmu. Yogyakarta.
- Saselah, J. D., Koleangan, R. A. M., Kojo, C., Kualitas, P., Dan, P., Pelanggan, K., Saselah, J. D., Koleangan, R. A. M., Ekonomi, F., & Manajemen, J. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan Bengkel Resmi Toyota Service Station Cv. Kombos Cabang Tendea. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 7(4), 4809–4818.
- Seprianty, S., & Ardansyah (2024). *The Influence Of Promotion, Service Quality And Trust On Go Food Customer Satisfaction In Bandar Lampung City (Vol. 03)*.
- Subawa, I. G. B., & Sulistyawati, E. (2020). *Kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan dengan kepuasan pelanggan sebagai*

variabel mediasi. Udayana University.

Susnita, T. A. (2020). Pengaruh kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan pada hotel Libra kadipaten Kabupaten Majalengka. *Juripol (Jurnal Institusi Politeknik Ganesha Medan)*, 3(1), 73–84.

Thung, F. (2019). Pengaruh kualitas pelayanan mitra Go-Jek terhadap loyalitas pelanggan dengan kepuasan pelanggan sebagai variabel mediasi. *Jurnal Bina Manajemen*, 8(1), 301288.

Tjiptono, F. (2010). *Strategi Pemasaran, Edisi 2, Andi Offset*. Yogyakarta.

Ulfa, M., & Mayliza, R. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pdam Kota Padang. *Jurnal Ilmiah Bisnis Dan Ekonomi*, 1–16.

Zulkarnaen, W., & Amin, N. N. (2018). Pengaruh strategi penetapan harga terhadap kepuasan konsumen. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)*, 2(1), 106–128.