

**PENGARUH KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN
DALAM MEMBENTUK LOYALITAS PELANGGAN PADA RUMAH TEH NDORO
DONKER KEMUNING KARANGANYAR**



Disusun sebagai salah satu syarat menyelesaikan Program Studi Strata I pada
Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Oleh :

YENNITA
B100 140 156

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA**

2018

HALAMAN PERSETUJUAN

**“PENGARUH KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN
DALAM MEMBENTUK LOYALITAS PELANGGAN PADA RUMAH TEH NDORO
DONKER KEMUNING KARANGANYAR”**

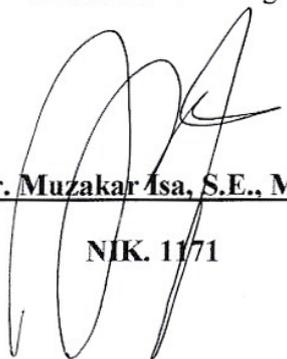
PUBLIKASI ILMIAH

Oleh:

YENNITA
B100140156

Telah diperiksa dan disetujui oleh:

Dosen Pembimbing


(Dr. Muzakar Asa, S.E., M.Si.)

NIK. 11/71

HALAMAN PENGESAHAN
“PENGARUH KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN
DALAM MEMBENTUK LOYALITAS PELANGGAN PADA RUMAH TEH NDORO
DONKER KEMUNING KARANGANYAR”

oleh:

YENNITA

B100140156

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji

Fakultas Ekonomi dan Bisnis

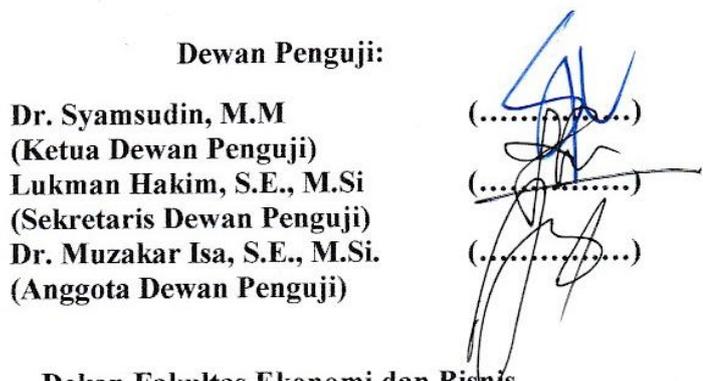
Universitas Muhammadiyah Surakarta

Pada hari Sabtu, 2 Juli 2018

Dan dinyatakan telah memenuhi syarat

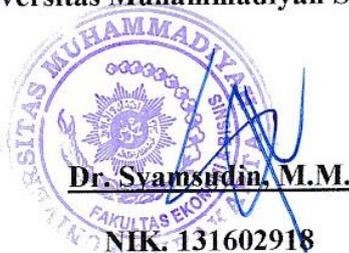
Dewan Penguji:

1. Dr. Syamsudin, M.M (.....)
2. Lukman Hakim, S.E., M.Si (.....)
3. Dr. Muzakar Isa, S.E., M.Si (.....)



Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Universitas Muhammadiyah Surakarta


Dr. Syamsudin, M.M.
NIK. 131602918

PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa dalam naskah publikasi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan orang lain, kecuali secara tertulis diacu dalam naskah dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Apabila kelak terbukti ada ketidakbenaran dalam pernyataan saya di atas, maka akan saya pertanggungjawabkan sepenuhnya.

Surakarta, 02 Juni 2016

Penulis



YENNITA
B100140156

PENGARUH KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DALAM MEMBENTUK LOYALITAS PELANGGAN PADA RUMAH TEH NDORO DONKER KEMUNING KARANGANYAR

Abstrak

Analisis penelitian ini tentang menganalisis kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen dalam membentuk loyalitas pelanggan. Studi yang dilakukan pada Rumah Teh Ndoro Donker Kemuning Karanganyar. Sampel yang diambil dalam studi tersebut sebanyak 99 responden yang pernah menjadi pelanggan Rumah Teh Ndoro Donker Kemuning Karanganyar. Metode analisis yang dipergunakan adalah analisis regresi berjenjang, uji validitas, dan uji reliabilitas. Berdasarkan hasil analisis yang ditemukan maka dapat dijelaskan bahwa secara langsung kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen dan secara tidak langsung kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan.

Kata kunci: kualitas pelayanan, kepuasan konsumen, loyalitas pelanggan

Abstract

Analysis of this research about analyzing service quality to customer satisfaction in forming customer loyalty. The study was conducted at the Tea House Ndoro Donker Kemuning Karanganyar. Samples taken in the study were 99 respondents who had been customers of Tea House Ndoro Donker Kemuning Karanganyar. The analysis method used is multiple hierarchy regression analysis, validity test, and reliability test. Based on the results of the analysis found it can be explained that the direct service quality has a positive and significant impact on customer satisfaction and indirectly the quality of service significantly influence customer loyalty through customer satisfaction.

Keywords: *quality of service, customer satisfaction, customer loyalty*

1. PENDAHULUAN

Pariwisata merupakan sektor yang sangat kompleks karena pariwisata bersifat multidimensi, baik fisik, sosial budaya, ekonomi dan politik. Selain itu kegiatan pariwisata sebagai kegiatan matarantai akan melibatkan berbagai sektor dan lembaga yang terkait. Berkembangnya sektor pariwisata di suatu negara akan menarik sektor lain untuk berkembang pula karena produk-produknya diperlukan untuk menunjang industri pariwisata, seperti sektor pertanian, peternakan, perkebunan, kerajinan rakyat, peningkatan kesempatan kerja dan lain sebagainya.

Kecenderungan perkembangan dunia pariwisata mulai mengarah pada konsep pariwisata lingkungan (*ecotourism*), dimana keaslian potensi kekayaan

alam dan peran serta masyarakat setempat dibutuhkan. Indonesia yang merupakan negara yang memiliki potensi kekayaan alam yang berlimpah ruah mempunyai peranan sangat penting bagi perkembangan kepariwisataan terutama wisata alam (Susilowati dan Salma, 2004).

Di sisi lain, era global masa kini memungkinkan terjadinya mobilisasi manusia dengan lebih mudah. Hal tersebut kemudian berimbas pada semakin mudah dan derasnya pertukaran informasi yang terjadi. Perubahan yang diiringi dengan pesatnya perkembangan teknologi tersebut kemudian mengundang perhatian berbagai sektor industri untuk memanfaatkan informasi dan komunikasi demi mengangkat performa mereka, termasuk dalam sektor pariwisata.

Wisata Karanganyar memang semakin hari semakin banyak sekali bermunculan tempat-tempat wisata atau destinasi yang sangat menarik untuk dikunjungi. Selain destinasi wisata alam terdapat juga wisata kuliner yang tidak kalah menarik untuk dikunjungi oleh para wisatawan yaitu “Ngoro Donker Tea House”. Sebagai perusahaan yang bergerak dalam bidang kuliner bukan hanya produk yang harus diperhatikan tetapi kualitas pelayanan juga sangat mempengaruhi dalam bidang penjualan. Faktor-faktor yang harus diperhatikan dalam kualitas layanan yaitu *Tangible, Reliability, Responsiveness, Assurance, dan Emphaty*.

Semakin tingginya tingkat persaingan akan menyebabkan pelanggan menghadapi lebih banyak alternatif produk, harga dan kualitas yang bervariasi sehingga pelanggan akan selalu mencari nilai yang dianggap paling tinggi dari beberapa produk. Kualitas yang rendah akan menimbulkan ketidakpuasan pada pelanggan, tidak hanya pelanggan yang makan di restoran tersebut tapi juga berdampak pada orang lain. Karena pelanggan yang kecewa akan bercerita kepada orang lain. Dampaknya, calon pelanggan akan menjatuhkan pilihannya kepada pesaing. Upaya perbaikan sistem kualitas pelayanan akan jauh lebih efektif bagi keberlangsungan bisnis. Konsep dari kualitas layanan, kepuasan dan loyalitas saling berhubungan satu dengan yang lain. Secara teoritis dalam prosesnya dapat memberikan acuan pada penelitian ini, dimana kualitas layanan mempengaruhi

loyalitas baik secara langsung maupun mempengaruhi loyalitas secara tidak langsung melalui kepuasan pelanggan (Aryani dan Rosinta, 2010).

Hal ini sangat penting untuk dilakukan mengingat bahwa konsumen akan melakukan sesuai dengan apa yang mereka harapkan. Apabila kinerja tidak sesuai dengan apa yang mereka harapkan, maka konsumen akan merasa tidak puas sehingga dampaknya mereka tidak akan melakukan pembelian ulang ataupun merekomendasikan ke teman atau saudaranya.

Dari uraian diatas maka diajukan sebuah penelitian dengan judul Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Konsumen dalam Membentuk Loyalitas Pelanggan pada Rumah Teh Ngoro Donker Kemuning Karanganyar.

2. METODE

Populasi adalah kelompok atau golongan yang mempunyai karakteristik tertentu dan mempunyai kesempatan yang sama untuk dipilih menjadi anggota sampel (Umar, 2007). Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen Rumah Teh Ngoro Donker yang pada waktu penelitian tidak diketahui jumlah/tidak teridentifikasi jumlahnya.

Penyebaran kuesioner dilakukan dengan menggunakan metode *purposive sampling*, dimana pengambilan sampel untuk sejumlah orang atau objek yang sesuai dengan kriteria yang telah ditentukan (Pardede dan Manurung, 2014). Pada penelitian ini, penulis menentukan kriteria sampel yaitu pernah berkunjung ke rumah teh Ngoro Donker minimal dua kali.

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi berjenjang yang bertujuan untuk mengetahui besarnya pengaruh variabel dependen (kualitas layanan) terhadap variabel independen (loyalitas pelanggan) dan variabel mediasi (kepuasan konsumen).

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1 Uji f

Digunakan untuk menguji pengaruh semua variabel independen terhadap variabel dependen. Hasil yang didapat dalam penelitian ini adalah:

Tabel 1 : Hasil Uji f

Variabel	Model Regresi I	Model Regresi II	Model Regresi III
F	64,424	96,869	51,881
Sig.	0,000	0,000	0,000
	Dependen: Kepuasan Konsumen	Dependen: Konsumen	Loyalitas

Sumber: Data Olahan Primer, 2018

Hasil yang diperoleh pada Tabel 1 menunjukkan bahwa baik model I, II, dan III yang dilakukan sebagai bentuk proses Hirarki model untuk menentukan model mediasinya maka nilai signifikan F dari kesemua model secara keseluruhan bernilai 0,000 maka dapat dijelaskan bahwa ketiga model memiliki model yang dianggap baik atau layak diteliti.

3.2 Uji t

Pengujian uji t digunakan untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel independen dan variabel dependen. Hasil yang diperoleh adalah:

Tabel 2 : Hasil Uji t

Variabel	Model Regresi I		Model Regresi II		Model Regresi III	
	T	sig	t	sig	t	sig
Kualitas Pelayanan	8,026	0,000			1,955	0,000
Kepuasan Konsumen			9,842	0,000	6,347	0,000
	Dependen: Kepuasan Konsumen		Dependen: Loyalitas Konsumen			

Sumber: Data Olahan Primer, 2018

Dilihat dari hasil pengolahan SPSS yang disajikan Tabel 2 membuktikan bahwa ada tiga model dalam pembentukan model hirarki dalam menentukan mediasi yang dihasilkan dalam model tersebut.

3.2.1 Model I

Pada model I menentukan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen dapat terlihat nilai signifikansi t 0,000 lebih kecil daripada 0,05

maka H_0 ditolak dapat dijelaskan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.

3.2.2 Model II

Pada model II menentukan kepuasan konsumen terhadap loyalitas konsumen dapat terlihat nilai signifikansi $t < 0,000$ lebih kecil daripada $0,05$ maka H_0 ditolak dapat dijelaskan bahwa kepuasan konsumen berpengaruh signifikan terhadap loyalitas konsumen.

3.2.3 Model III

Pada model III menentukan kualitas pelayanan terhadap loyalitas konsumen dapat terlihat nilai signifikansi $t < 0,000$ lebih kecil daripada $0,05$ maka H_0 ditolak dapat dijelaskan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas konsumen. Sedangkan kepuasan konsumen memiliki nilai signifikansi $t < 0,000$ lebih kecil daripada $0,05$ maka H_0 ditolak dapat dijelaskan bahwa kepuasan konsumen berpengaruh signifikan terhadap loyalitas konsumen.

3.3 Koefisien Determinan (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) dimaksudkan untuk untuk mengetahui tingkat ketepatan yang paling baik dalam analisa regresi, hal ini ditunjukkan oleh besarnya koefisien determinasi (R^2) antara 0 (nol) sampai dengan 1 (satu). Dikarenakan dalam pengujian ini menggunakan 3 model dalam menentukan mediasi maka nilai koefisien determinan yang dihasilkan juga menghasilkan 3 model koefisien determinan.

Tabel 3 : Hasil Pengujian Koefisien Determinan

Variabel	Model Regresi I	Model Regresi II	Model Regresi III
R	0,648	0,722	0,736
R Square	0,420	0,521	0,541
	Dependen: Kepuasan Konsumen	Dependen: Konsumen	Loyalitas

Sumber: Data Olahan Primer, 2018

Dari proses pengolahan SPSS yang dihasilkan maka nilai model koefisien determinan dalam tahapan 3 model yang dihasilkan adalah:

3.3.1 Model I

Model I yang dihasilkan memiliki nilai *R square* 0,420 (42%). Hal ini memberikan gambaran bahwa model kualitas pelayanan mampu memberikan kontribusi terhadap variasi variabel kepuasan konsumen sebesar 42% dan sisanya 58% masih disumbang oleh variabel independen lainnya.

3.3.2 Model II

Model I yang dihasilkan memiliki nilai *R square* 0,521 (52,1%). Hal ini memberikan gambaran bahwa model kepuasan konsumen mampu memberikan kontribusi terhadap variasi variabel loyalitas konsumen sebesar 52,1% dan sisanya 47,9% masih disumbang oleh variabel independen lainnya.

3.3.3 Model III

Model III yang dihasilkan memiliki nilai *R square* 0,541 (54,1%). Hal ini memberikan gambaran bahwa model kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen mampu memberikan kontribusi terhadap variasi variabel loyalitas konsumen sebesar 54,1% dan sisanya 45,9% masih disumbang oleh variabel independen lainnya.

4. PENUTUP

Berdasarkan hasil dalam penelitian disimpulkan sebagai berikut: Kualitas layanan mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Kepuasan konsumen mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen. Kepuasan konsumen mampu memediasi secara penuh antara kualitas layanan terhadap loyalitas konsumen.

DAFTAR PUSTAKA

- Aryani, Dwi. Dan Rosinta, Febrina. (2010). *Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan dalam Membentuk Loyalitas Pelanggan*. Jurnal Ilmu Admnistrasi dan Organisasi, Vol. 17(2) hal: 114-126.
- Nurullaili. (2013). *Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Loyalitas Konsumen Tupperware (Studi pada konsumen Tupperware di Universitas Diponegoro)*. Jurnal Administrasi Bisnis. Vol. 2. No.1.

- Winarso, Kukuh. (2010). *Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan pada Produk Susu Bayi Menggunakan Service Quality dan Path Analysis*. Jurnal Manaemen Teori dan Terapan. Vol. 3. No. 1.
- Firatmadi, Agung. (2017). *Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Persepsi Harga Terhadap kepuasan Pelanggan serta dampaknya terhadap Loyalitas Pelanggan*. Journal of business studies. Vol. 2. No. 2.
- Sofyan, Indra Lutfi, dkk. (2013). *Pengaruh Fasilitas dan Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas melalui Kepuasan Konsumen sebagai Variabel Intervening pada Star Clean Car Wash Semarang*. Jurnal Of Social and Politic. Ha, 1-12.
- Fitria, A. dan Imam Hidayat. (2017). *Pengaruh Bauran Pemasaran, Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Kupunya Rumah Mode*. Jurnal ilmu dan Riset Manajemen. Vol. 6. No. 4.
- Irawan, Deny dan Edwin Japarianto. (2013). *Analisa Pengaruh Kualitas Produk terhadap Loyalitas melalui Kepuasan sebagai Variabel Intervening pada Pelanggan Restoran Por KEE*. Jurnal Manajemen Pemasaran. Vol. 2. No.2, Hal 1-8.
- Normasari, Selvy, dkk. (2013). *Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan, Citra Perusahaan dan Loyalitas Pelanggan pada Tamu Pelanggan yang Menginap di Hotel Pelangi Malang*. Jurnal Administrasi Bisnis. Vol. 6. No. 2.
- Putra, Hilman Ardianta dan Ngatno. (2017). *Pengaruh Kualita Pelayanan terhadap Loyalitas Konsumen melalui Kepuasan Konsumen sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus pada Konsumen PT Lontar Media Digital Printing Semarang)*. Journal of social and Political. Hal 1-8.
- Pardede, Ratlan dan Manurung, Renhard. (2014). *Analisis Jalur (Path Analysis) : Teori dan Aplikasi dalam Riset Bisnis*. Jakarta : Rineka Cipta.
- Ghozali, Imam. 2009. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Semarang : Badan Penerbit. Undip.
- Avcıkurt vd. (Editörler). 1. Baskı, Turizm İşletmelerinin Pazarlanmasında 7P ve 7C. Sakarya: Değişim Yayınları, 7-47
- Chen, M. F. & Wang, L. H. (2009). The moderating role of switching barriers on customer loyalty in the life insurance industry. *The Service Industries Journal*, Volume 29, pp 1105–1123.