

# **PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, KEPERCAYAAN DAN KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN TB. CAHAYA RAHMAT KUTOWINANGUN**

**Mohammad Akbar Sanjani, STIE Putra Bangsa**

## **Abstraksi**

Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan, kepercayaan, dan kepuasan konsumen terhadap loyalitas konsumen TB Cahaya Rahmat Kutowinangun. Responden pada penelitian ini adalah konsumen TB Cahaya Rahmat Kutowinangun yang berjumlah 100 orang. Penelitian ini menggunakan metode analisis deskriptif dan statistika dengan bantuan program SPSS 22. Dalam metode statistika dilakukan uji validitas, uji reliabilitas, pengujian asumsi klasik, dan analisis regresi linier berganda, uji t, uji f, dan koefisien determinasi. Pengujian hipotesis pada analisis regresi linier berganda variabel kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen, kepuasan konsumen berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen TB Cahaya Rahmat Kutowinangun.

Kata kunci: kualitas pelayanan, kepercayaan, kepuasan konsumen, loyalitas konsumen

## **PENDAHULUAN**

Loyalitas adalah tentang presentase dari orang yang pernah membeli dalam kerangka waktu tertentu dan melakukan pembelian ulang sejak pembelian pertama (Rahmayanty, 2010). Pelanggan yang loyal secara tidak langsung dapat membantu perusahaan dalam mempromosikan produk atau jasa kepada orang-orang terdekatnya. Hal ini tentu saja akan sangat membantu perusahaan untuk mendapatkan pelanggan baru. Pelanggan yang loyal mempunyai kecenderungan lebih rendah untuk berpindah ke produk atau jasa pesaing. Meskipun ada kenaikan harga akan produk tersebut, konsumen tidak akan terpengaruh dan akan tetap membelinya serta tidak akan berpindah ke produk lain.

Kualitas pelayanan adalah sebagai upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketetapan penyampaiannya dalam menghadapi harapan konsumen (Tjiptono, 2007). Dengan kata lain baik atau tidaknya pelayanan yang diberikan kepada konsumen tergantung pada kemampuan penyedia layanan dalam memenuhi harapan pelanggan. Selain pelayanan yang diharapkan konsumen itu sesuai dengan harapan, faktor kepercayaan juga mempengaruhi minat beli ulang konsumen terhadap suatu produk perusahaan.

Selain dari kualitas pelayanan, kepercayaan merupakan faktor utama dalam menjalankan bisnis. Kepercayaan terbangun karena adanya harapan bahwa pihak lain akan bertindak sesuai dengan kebutuhan dan keinginan konsumen. Ketika seseorang telah mempercayai pihak lain maka mereka yakin bahwa harapan akan terpenuhi dan tak akan ada lagi kekecewaan (Sanner (1997) dalam Susilowati dan Sumarto (2010)). Kepuasan konsumen perlu dipelihara dan ditingkatkan agar dapat menciptakan dan mempertahankan kesetiaan konsumen terhadap sebuah perusahaan.

Kepuasan menurut Kotler (2000) adalah tingkat perasaan seseorang yang setelah membandingkan kinerja (hasil) yang dia rasakan dengan harapannya. Pada umumnya harapan dari konsumen merupakan perkiraan keyakinan konsumen tentang apa yang diterimanya bila mereka membeli atau mengkonsumsi suatu produk. Kepuasan ini tentu saja mendatangkan keuntungan karena biaya mendapatkan konsumen lebih tinggi dibanding mempertahankan konsumen yang sudah ada.

## Rumusan Masalah

1. Bagaimanakah pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas konsumen TB Cahaya Rahmat Kutowinangun?
2. Bagaimanakah pengaruh kepercayaan terhadap loyalitas konsumen TB Cahaya Rahmat Kutowinangun?
3. Bagaimanakah pengaruh kepuasan konsumen terhadap loyalitas konsumen TB Cahaya Rahmat Kutowinangun?
4. Bagaimanakah pengaruh kualitas pelayanan, kepercayaan, dan kepuasan konsumen secara bersama-sama terhadap loyalitas konsumen TB Cahaya Rahmat Kutowinangun?

## Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas konsumen TB Cahaya Rahmat Kutowinangun.
2. Untuk mengetahui pengaruh kepercayaan terhadap loyalitas konsumen TB Cahaya Rahmat Kutowinangun.
3. Untuk mengetahui pengaruh kepuasan konsumen terhadap loyalitas konsumen TB Cahaya Rahmat Kutowinangun.
4. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan, kepercayaan, dan kepuasan konsumen secara bersama-sama terhadap loyalitas konsumen TB Cahaya Rahmat Kutowinangun.

## TINJAUAN PUSTAKA

### Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan adalah sebagai upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketetapan penyampaianya dalam mengimbangi harapan konsumen (Tjiptono, 2007).

### Kepercayaan

Kepercayaan adalah bentuk sikap yang menunjukkan perasaan suka dan tetap bertahan untuk menggunakan suatu produk atau merek (Gunawan, 2013).

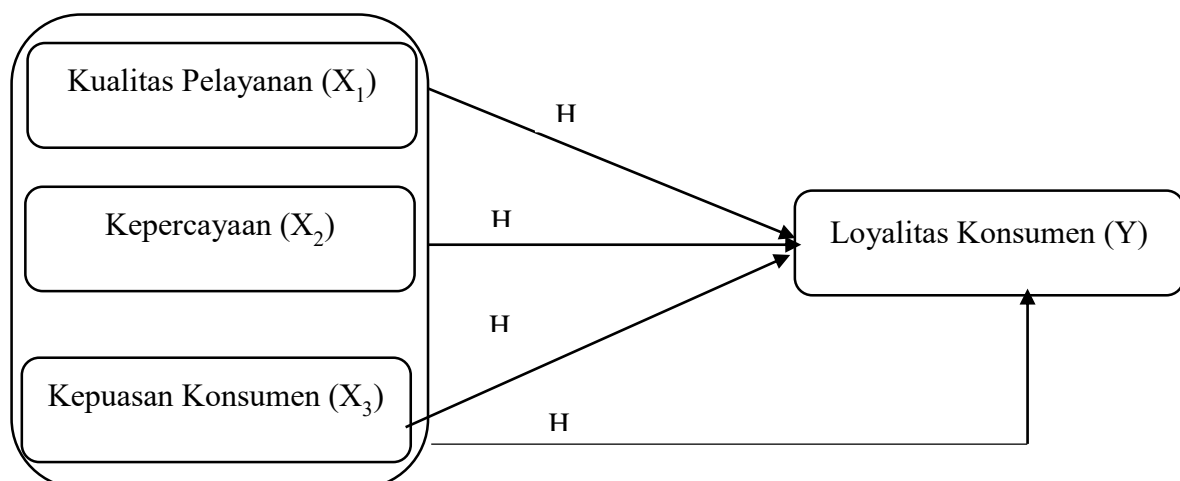
### Kepuasan Konsumen

Kepuasan konsumen merupakan evaluasi purna beli dimana alternative yang dipilih sekurang-kurangnya sama atau melampaui harapan pelanggan, ketidakpuasan muncul apabila hasil tidak memenuhi harapan (Tjiptono & Chandra, 2011).

### Loyalitas Konsumen

Loyalitas adalah tentang presentase dari orang yang pernah membeli dalam kerangka waktu tertentu dan melakukan pembelian ulang sejak pembelian pertama (Rahmayanty, 2010).

## Model Penelitian



## Hipotesis

H<sub>1</sub> : Ada pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas konsumen TB Cahaya Rahmat Kutowinangun.

H<sub>2</sub> : Ada pengaruh kepercayaan pelayanan terhadap loyalitas konsumen TB Cahaya Rahmat Kutowinangun.

H<sub>3</sub> : Ada pengaruh kepuasan konsumen pelayanan terhadap loyalitas konsumen TB Cahaya Rahmat Kutowinangun.

H<sub>4</sub> : Ada pengaruh kualitas pelayanan, kepercayaan, dan kepuasan konsumen pelayanan terhadap loyalitas konsumen TB Cahaya Rahmat Kutowinangun.

## METODE PENELITIAN

### Obyek dan Subyek Penelitian

Obyek dalam penelitian ini adalah loyalitas konsumen sebagai variabel terikat (*dependent variables*) dan kualitas pelayanan, kepercayaan dan kepuasan konsumen sebagai variabel bebas (*independent variables*). Subyek dalam penelitian ini adalah konsumen TB Cahaya Rahmat Kutowinangun.

### Populasi dan Sampel

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek /subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2008). Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen TB Cahaya Rahmat Kutowinangun. Dalam teknik *non probability sampling* akan digunakan teknik *purposive sampling* yaitu pemilihan anggota sampel dengan mempertimbangkan syarat-syarat yang telah ditetapkan dimana sampel dalam penelitian ini adalah masyarakat yang membeli di TB Cahaya Rahmat Kutowinangun.

## ANALISIS DAN PEMBAHASAN

### Uji Validitas

**Tabel I**

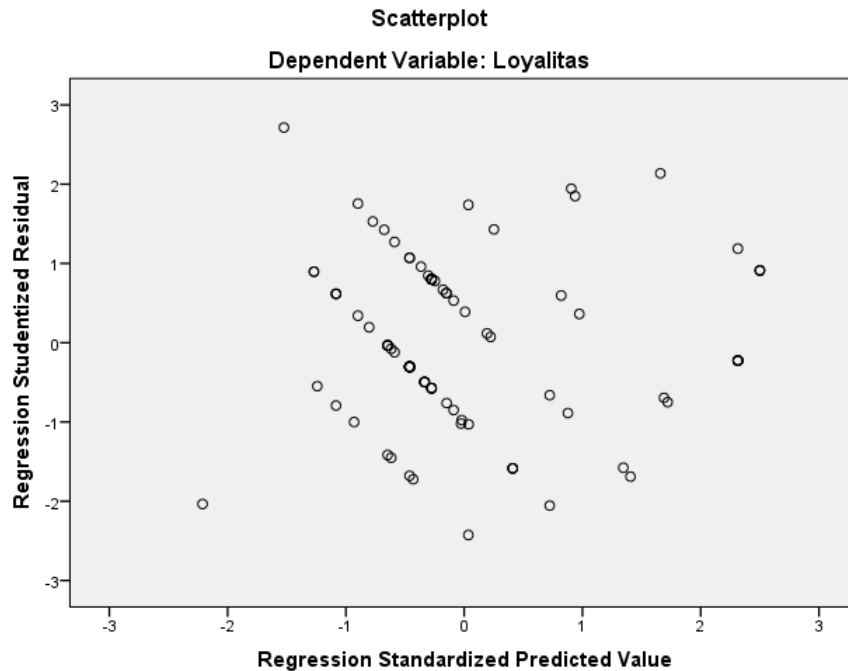
Construct, dimension, and indicators	Loading	CR	Cronbach's Alpha	$\alpha$
Kualitas Pelayanan		0.1986	0.828	0.6
KP1	0.702			
KP2	0.703			
KP3	0.730			
KP4	0.864			
KP5	0.861			
Kepercayaan		0.1986	0.706	0.6
KK1	0.722			
KK2	0.798			
KK3	0.739			
KK4	0.675			
Kepuasan Konsumen		0.1986	0.730	0.6
KK1	0.424			
KK2	0.865			
KK3	0.838			
KK4	0.617			
KK5	0.865			
Loyalitas Konsumen		0.1986	0.619	0.6
LK1	0.734			

LK2	0.532
LK3	0.723
LK4	0.804

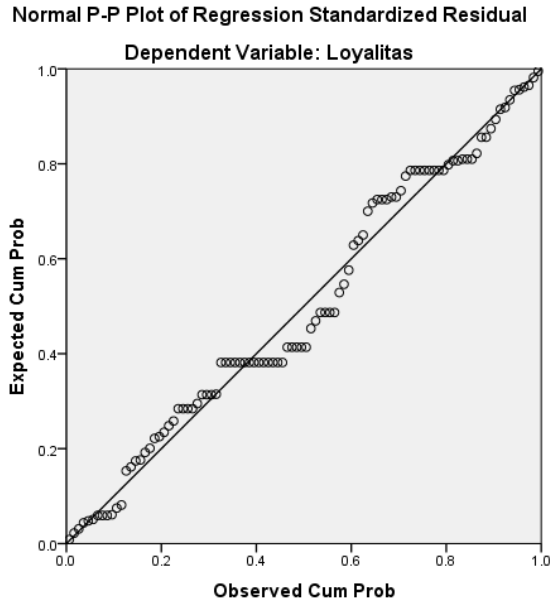
Berdasarkan Tabel 1 diatas dijelaskan bahwa seluruh variabel dinyatakan valid ( $>0,1986$ ), dan seluruh variabel melebihi batas ambang dan dapat diandalkan ( $>0,6$ ).

**Tabel II**

Model	Collinearity Statistics		
	Tolerance	VIF	
(Constant)			
1	Kualitas Pelayanan	0.477	2.099
	Kepercayaan	0.415	2.412
	Kepuasan Konsumen	0.547	1.829



Berdasarkan gambar di atas, menunjukkan bahwa tidak ada pola tertentu, seperti titik-titik yang membentuk suatu pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebar, kemudian menyempit) dan tidak ada pola yang jelas sehingga dapat disimpulkan mode regresi tidak terjadi heterokedastisitas.



Berdasarkan gambar uji normalitas terlihat bahwa data menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal. Maka model regresi memenuhi asumsi normalitas.

**Tabel III**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	2.814	0.723		3.894	0
1 Kualitas Pelayanan	0.165	0.047	0.293	3.519	0.001
Kepercayaan	0.332	0.08	0.37	4.142	0
Kepuasan Konsumen	0.197	0.055	0.279	3.586	0.001

a (alpha) pada persamaan diatas adalah nilai konstanta atau nilai tetap loyalitas konsumen yang tidak dipengaruhi oleh kualitas pelayanan, kepercayaan, dan kepuasan konsumen maka loyalitas konsumen bernilai 2,814.

Koefisien regresi untuk  $X_1$  sebesar 0,165 artinya setiap kenaikan/bertambahnya satu satuan pada variabel kualitas pelayanan akan menyebabkan perubahan/bertambahnya loyalitas konsumen sebesar 0,165 poin, apabila variabel independen lain nilainya tetap.

Koefisien regresi untuk  $X_2$  sebesar 0,332 artinya setiap kenaikan/bertambahnya satu satuan pada variabel kepercayaan akan menyebabkan perubahan/bertambahnya loyalitas konsumen sebesar 0,332 poin, apabila variabel independen lain nilainya tetap.

Koefisien regresi untuk  $X_3$  sebesar 0,197 artinya setiap kenaikan/bertambahnya satu satuan pada variabel kepuasan konsumen akan menyebabkan perubahan/bertambahnya loyalitas konsumen sebesar 0,197 poin, apabila variabel independen lain nilainya tetap.

**Tabel IV**

Variabel	thitung	ttabel	Keterangan
Kualitas Pelayanan	3,519	1,66088	$H_1$ diterima
Kepercayaan	4,142	1,66088	$H_1$ diterima
Kepuasan Konsumen	3,586	1,66088	$H_1$ diterima

**Tabel V**

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.	
	1	Regression	110.989	3	36.996	68.829	.000 <sup>b</sup>
		Residual	51.601	96	0.538		
		Total	162.59	99			

Dari tabel diatas diperoleh  $F_{hitung}$  sebesar 68,829 >  $F_{tabel}$  sebesar 2,70 dengan tingkat signifikansi 0,000 < 0,05 sehingga dapat diartikan kualitas pelayanan, kepercayaan dan kepuasan konsumen berpengaruh signifikan terhadap loyalitas konsumen TB Cahaya Rahmat Kutowinangun.

**Tabel VI**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.826 <sup>a</sup>	0.683	0.673	0.73315

Dari tabel di atas, nilai koefisien determinasi ( $R^2$ ) diperoleh 0,673 artinya 67,3% variabel loyalitas konsumen dipengaruhi oleh kualitas pelayanan, kepercayaan dan kepuasan konsumen sedangkan sisanya sebesar 32,7% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak ada dalam penelitian ini.

## KESIMPULAN DAN SARAN

### Kesimpulan

1. Kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap loyalitas konsumen TB Cahaya Rahmat Kutowinangun. Hal ini menunjukkan semakin tinggi kualitas pelayanan maka semakin tinggi loyalitas konsumen.
2. Kepercayaan berpengaruh positif terhadap loyalitas konsumen TB Cahaya Rahmat Kutowinangun. Hal ini menunjukkan semakin tinggi kepercayaan maka semakin tinggi loyalitas konsumen.
3. Kepuasan konsumen berpengaruh positif terhadap loyalitas konsumen TB Cahaya Rahmat Kutowinangun. Hal ini menunjukkan semakin tinggi kepuasan konsumen maka semakin tinggi loyalitas konsumen
4. Secara simultan variabel kualitas pelayanan, kepercayaan dan kepuasan konsumen berpengaruh signifikan terhadap loyalitas konsumen TB Cahaya Rahmat Kutowinangun.

### Saran

1. Perusahaan hendaknya lebih memperhatikan apa yang dibutuhkan oleh konsumen dengan memberikan produk yang berkualitas dan apabila tidak sesuai dengan informasi yang diberikan perusahaan dapat memberikan ganti rugi untuk konsumen.
2. Perusahaan hendaknya lebih melengkapi produk-produk yang saat ini banyak dibutuhkan konsumen untuk memenuhi barang yang diinginkan.

## DAFTAR PUSTAKA

- Amir, M Taufiq. 2005. *Dinamika Pemasaran: Jelajahi & Rasakan*. Jakarta: Raja Grafindo Persada
- Arikunto, S. 1998. *Prosedur Penelitian*. Jakarta: Rineka Cipta
- Astute, Dwi Alfiana. 2017. "Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, dan Kepercayaan pada Jasa Pengiriman JNE dan Tiki terhadap Loyalitas Konsumen Online Shop (Studi pada Mahasiswa FEB UMS)." Universitas Muhammadiyah Surakarta

- Dulkhatif. 2016. "Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pelanggan dan Lokasi Terhadap Loyalitas Pelanggan pada Penyedia Jasa Internet (Study PT Noken Mulia Tama Semarang)." *Journal of Management* Vol. 2 No. 2
- Ghozali, Imam. 2009. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Semarang: UNDIP
- Giese, J.L. and J.A Cote. 2000. *Defining Customer Satisfaction*. Academy of Science Review
- Griffin, Jill. 2005. *Customer Loyalty: Menumbuhkan & Mempertahankan Kestiaan Pelanggan*. Jakarta: Erlangga
- Gunawan, Fransiskus. 2013. "Pengaruh Persepsi Merek dan Kepercayaan Konsumen atas Produk terhadap Brand Switching atas Produk Smartphone (Blackberry) pada Mahasiswa UNP." *Jurnal Manajemen*. Vol. 2 No. 1
- Hadi, Sutrisno. 2004. *Methodology Research*. Yogyakarta: Andi Offset
- Irwanda, Redita Liga Ade. 2015. "Pengaruh Pelayanan, Kepuasan, dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Konsumen SPBU 44-507 06." Universitas Pandanaran Semarang
- Kotler, dan Keller. 2012. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga
- Kotler, Philip. 2000. *Prinsip-Prinsip Pemasaran Manajemen*. Jakarta: Prehalindo
- Kusuma, Galih Adnanta. 2016. "Pengaruh Kepuasan Pelanggan dan *Switching Cost* terhadap Loyalitas Konsumen (Studi Kasus pada Pengguna Kartu Prabayar Indosat –M3 di Yogyakarta)." Yogyakarta: Universitas Islam Indonesia
- Lupiyoadi, Rambat., dan Hamdani A. 2008. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Salemba Empat
- Mangkunegara, Anwar Prabu. 2002. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Bandung: Remaja Rosdakarya
- Mowen, John C., and Minor, Michael. 2002. *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Erlangga
- Mukhlisin. 2015. "Analysis of Trust, Commitment, Communication and Complaint Handling Towards Customer Loyalty Case Study in PT Askrindo (Persero)." *Journal of Management*
- Nasution, M Nur. 2004. *Manajemen Jasa Terpadu*. Yogyakarta: Ghalia Indonesia
- Nazir, Moch. 2003. *Metode Penelitian*. Jakarta: Salemba Empat
- Purnama, Nursya'bani. 2006. *Manajemen Kualitas: Perspektif Golbal*. Yogyakarta: Ekonisia
- Putriandari, Aulia Siwi. 2011. "Analisis Pengaruh Kualitas Jasa dan Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan Pengguna Telkom Speedy di Semarang." Semarang: Universitas Diponegoro
- Rahmayany, Nina. 2010. *Manajemen Pelayanan Prima*. Yogyakarta: Graha Ilmu
- Rangkuty, Feddy. 2002. *Measuring Customer Satisfaction*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama
- Saleh, A Muwafik. 2010. *Manajemen Pelayanan*. Jakarta: Pustaka Pelajar
- Siagian, Hotlan., dan Cahyono, Hotlan. 2014. "Analisis Website Quality, Trust, dan Loyalitas Pelanggan Online Shop." *Jurnal Manajemen Pemasaran*. Vol. 8 No. 2
- Sugiyono. 2008. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R & D*. Bandung: Alfabeta
- Suliyanto. 2011. *Ekonometrika Terapan: Teori dan Aplikasi dengan SPSS*. Yogyakarta: Andi
- Susilowati, Luky., & Sumarto. 2010. "Membangun Brand Loyalty Melalui Brand Trust dan Customer Satisfaction." *Jurnal Riset Ekonomi dan Bisnis* Vol. 10 No. 1
- Sutisna. 2003. *Perilaku Konsumen & Komunikasi Pemasaran*. Bandung: Remaja Rosdakarya
- Tjiptono, Fandy. 2007. *Strategi Pemasaran*. Edisi Kedua. Yogyakarta: Andi
- Tjiptono, Fandy., dan Gregorius Chandra. 2011. *Service, Quality and Satisfaction*. Yogyakarta: Andi
- Tjiptono, Fandy. 2012. *Strategi Pemasaran*. Edisi Kedua. Yogyakarta: Andi
- Umar, Husein. 2004. *Riset Sumber Daya Manusia Dalam Organisasi*. Jakarta