

**Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Konsumen Terhadap Loyalitas
Konsumen
(Studi Kasus di Restoran Hotel Berlian)**

Putri Julianti Tampubolon¹, M. Alkadri Perdana²
Politeknik Negeri Bengkalis, JL. Bathin Alam Sei Alam Bengkalis, Riau 28711¹²
Putrytampubolon14@gmail.com¹, perdana@polbeng.ac.id²

Abstract

In the current era of globalization, the service industry which consists of various industries such as telecommunications, transportation, banking, and especially hospitality is growing rapidly. Hospitality is an effort to serve consumers by combining products and services. With the design of the building, the interior and exterior of the hotel rooms, the atmosphere created in the hotel rooms and restaurants, as well as the food and drinks that are sold along with all the existing facilities and products offered. In this study, researchers analyzed the effect of service quality and customer satisfaction on customer loyalty at Berlian Hotel Restaurant Bengkalis. This study uses a quantitative method using a non-probability sampling method with purposive sampling. The sample in this study was 100 respondent's, data processing used the IBM SPSS version 26 application with multiple linear regression analysis testing which included validity tests, reliability tests, T-tests, F tests, and the coefficient of determination (R²). The results of this study indicate that: 1) service quality has a positive and significant effect on customer loyalty at Berlian Hotel Restaurant Bengkalis, 2) customer satisfaction has a positive and significant effect on customer loyalty at Berlian Hotel Restaurant Bengkalis, 3) the coefficient of determination (R²) is 0.829. This means that service quality and customer satisfaction affect customer loyalty at Berlian Hotel Bengkalis Restaurant by 82.9% while the remaining 17.1% is influenced by other variables not examined in this study.

Keyword: Service Quality, Customer Satisfaction, Customer Loyalty.

1. PENDAHULUAN

Di era globalisasi saat ini, industri jasa yang terdiri dari berbagai industri seperti telekomunikasi, transportasi, perbankan dan perhotelan sedang berkembang pesat. Hospitality adalah upaya melayani konsumen dengan memadukan produk dan jasa. Dengan desain bangunan, interior dan eksterior kamar hotel, suasana yang tercipta di kamar hotel, restoran dan makanan dan minuman yang dijual beserta segala fasilitas yang ada dan contoh produk yang dijual.

Berdasarkan Sulastiyono 2011 dalam Coki Siadari (2015) hotel adalah suatu perusahaan yang dikelola oleh pemiliknya dengan menyediakan makanan, minuman dan fasilitas kamar untuk tidur kepada orang yang melakukan perjalanan dan mampu membayar dalam jumlah yang wajar sesuai dengan pelayanan yang diterima tanpa ada perjanjian khusus. Menurut Keputusan Menteri Pariwisata, Pos dan Telekomunikasi No. KM 37/PW. 340/MPPT-86, hotel adalah jenis akomodasi yang menggunakan sebagian atau seluruh bangunan untuk menyediakan jasa penginapan, makanan dan minuman, dan jasa penunjang lainnya untuk umum yang dikelola secara komersial.

Tentang Pada kondisi perekonomian Indonesia saat ini yang semakin maju, kebutuhan masyarakat mulai meningkat. Dengan ini, persaingan dalam bisnis perhotelan semakin ketat dalam mempromosikan dan memasarkan layanan dan produknya. Dalam menyikapi kondisi seperti ini, perusahaan harus memiliki strategi yang dapat menciptakan loyalitas pelanggan khususnya dalam bidang pelayanan restoran salah satunya dengan meningkatkan kualitas

pelayanan. ini agar konsumen dapat merasa puas dengan produk yang dibeli di restoran ini bahwa hal itu akan menciptakan loyalitas pelanggan.

Menurut Nanda (2021), kualitas pelayanan merupakan dasar utama untuk mengetahui tingkat kepuasan pelanggan. Dalam hal ini perusahaan dapat dikatakan baik apabila mampu menyediakan barang atau jasa yang sesuai dengan keinginan pelanggan. Kualitas produk dan kinerja pelayanan yang baik akan sangat mempengaruhi kepuasan pelanggan.

Berdasarkan Kotler and Keller 2012, Nurmansyah (2018) menyatakan bahwa, kepuasan pelanggan adalah tingkat emosi dari pelanggan setelah menggunakan suatu produk atau jasa kemudian membandingkan kinerja produk dengan harapan dimana pilihan alternatif bisa kurang atau sama dengan harapan. Jika sama atau lebih berarti konsumen akan merasa puas, begitu juga sebaliknya. Jika kurang, maka konsumen akan merasa tidak puas.

Seperti yang Dilaporkan oleh Nisa Destiana (2022), loyalitas pelanggan adalah loyalitas konsumen terhadap suatu produk atau merek. Loyalitas ini erat kaitannya dengan kepercayaan. Ketika konsumen sudah percaya pada merek tertentu, mereka mungkin tidak memikirkan merek lain dan hanya ingin menggunakan produk atau layanan yang mereka percayai.

Berdasarkan latar belakang di atas, penelitian ini akan mengkaji lebih lanjut “Analisis Pengaruh Kualitas Layanan Dan Kepuasan Konsumen Terhadap Loyalitas Konsumen (Studi Kasus Pada Restoran Hotel Berlian)”. Hasil penelitian ini diharapkan dapat mengetahui bagaimana pengaruh kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan.

2. TINJAUAN PUSTAKA

Dasar penelitian terdahulu digunakan sebagai pembandingan dan acuan untuk melakukan penelitian tentang Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Konsumen Terhadap Loyalitas

1. Aprilia dkk. (2022) dalam jurnal yang berjudul “Pengaruh Persepsi Kualitas Layanan Dan Citra Perusahaan Terhadap Kepuasan Pelanggan Dan Dampaknya Terhadap Loyalitas Pelanggan Indihome.” Hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi kualitas layanan tidak signifikan terhadap kepuasan pelanggan, citra perusahaan berpengaruh berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan, persepsi kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan, citra perusahaan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan, kepuasan pelanggan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan, dan kepuasan pelanggan secara signifikan memediasi pengaruh Persepsi Kualitas Layanan dan citra perusahaan pada Loyalitas Pelanggan.
2. Sudarnice (2020) dalam jurnal yang berjudul “Pengaruh Kualitas Layanan dan Tingkat Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Minimarket Alfamidi Kolaka”. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa semua variabel bebas yang diuji berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan melalui uji F dan uji t, sedangkan nilai Adjusted R Square sebesar 0,900 menunjukkan variasi 90% loyalitas pelanggan Alfamidi Minimarket yang dapat dijelaskan oleh variabel bebas, dimana 10% sisanya dijelaskan oleh faktor selain penelitian ini.
3. A. Aburayya dkk. (2020) dalam jurnal berjudul “Investigasi empiris pengaruh orientasi pelanggan karyawan terhadap loyalitas pelanggan melalui peran mediasi kepuasan pelanggan dan kualitas layanan.” Secara khusus, hasilnya menunjukkan bahwa karyawan kontak, terutama staf pendaftaran dan resepsionis, dengan tingkat orientasi pelanggan secara positif mempengaruhi pandangan pasien tentang kualitas layanan klinik dan akhirnya menghasilkan loyalitas dan kepuasan konsumen. Hasil studi mengirimkan pesan penting ke pusat kesehatan tentang esensi memiliki karyawan yang berorientasi pelanggan.
4. Darwin Acai et al. (2019) dalam jurnal yang berjudul “Analisis Pengaruh Mediasi Kepuasan Konsumen Terhadap Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Loyalitas Konsumen.” Hasil pengujian hipotesis menunjukkan

bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap kepuasan konsumen.

5. Rosnaini Daga. (2017) Citra, Kualitas Produk, dan Pelanggan, Global Research and Consulting Institute, Sulawesi Selatan.
6. Rahman Mulyawan (2016) Birokrasi dan Pelayanan Publik, UNPAD Press
7. Nurmansyah. (2018) Pengantar Manajemen Pemasaran, Unilak Press
8. Sugiyono. (2019) Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D, Alfabeta, Bandung

3. METODE PENELITIAN

Penelitian dilakukan di Restoran Hotel Berlian Hotel yang beralamat di Jl. Yos Sudarso No. 21, Kota Bengkalis. Objek penelitian ini adalah data yang berkaitan dengan Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan dengan Loyalitas Pelanggan pada Restoran Berlian Hotel. Jenis data yang digunakan adalah data kualitatif dan data kuantitatif. Dalam penelitian ini sumber data yang digunakan adalah data primer dan data sekunder. Populasi dalam penelitian ini adalah pelanggan Berlian Hotel Restaurant dengan jumlah sampel sebanyak 100 responden. Penelitian ini menggunakan teknik nonprobability sampling dengan purposive sampling. Untuk pengumpulan data menggunakan teknik pengumpulan data wawancara, angket, Studi Sastra, dan dokumentasi. Teknik pengolahan data menggunakan editing, coding, dan entry data, pengecekan data. Skala pengukuran data menggunakan skala Likert. Uji Validitas dan Reliabilitas. Metode analisis data adalah statistik deskriptif, asumsi klasik, analisis korelasi, dan regresi berganda. Hipotesis penelitian menggunakan uji T, uji F, dan Koefisien Determinasi (R^2). Model penelitian dalam penelitian ini menggunakan model kausal yaitu hubungan sebab akibat antara dua variabel bebas X_1 dan X_2 dengan satu variabel terikat Y . Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian asosiatif.

4. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Data responden yang diterima diuji dengan menggunakan uji asumsi klasik. Uji asumsi klasik yang digunakan terdiri dari uji normalitas data dengan menggunakan uji Standardized Regression Normal P-Plot berupa garis diagonal yang menunjukkan bahwa data dan pola berdistribusi normal sehingga model regresi memenuhi asumsi berdistribusi normal. Berdasarkan hasil uji multikolinearitas, nilai tolerance untuk semua variabel lebih besar dari 0,10 dan nilai VIF sebesar 0,05 yang berarti tidak terdapat gejala heteroskedastisitas. Berdasarkan uji korelasi nilai antara kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan adalah $0,000 < 0,05$ yang berarti ada hubungan yang signifikan.

Tabel 1. Result of T-test

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
	(Constant)	0.988	1.069		0.924	0.358
	Service quality	0.123	0.050	0.200	2.478	0.015
	Consumer Satisfaction	0.456	0.050	0.733	9.072	0.000

a. Dependent Variable: Customer Loyalty

Source: Processed Data 2022

Berdasarkan tabel dengan mengamati baris t dan Sig. dapat dijelaskan bahwa variabel kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada Restoran Berlian Hotel. Hal ini terlihat dari nilai thitung < ttabel yaitu $2,478 > 1,98472$ dan angka signifikan $0,015 < 0,05$. dan variabel kepuasan konsumen memiliki thitung < ttabel sebesar $9,072 > 1,98472$ dan angka signifikansi $0,000 < 0,005$ artinya ada pengaruh positif yang signifikan terhadap perilaku loyalitas pelanggan Rumah Makan Berlian Hotel. Berdasarkan tabel tersebut, dapat dibentuk persamaan regresi linier berganda dengan menggunakan rumus yang dikemukakan oleh Sugiono (2019), yaitu sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e$$

Informasi:

Y = Loyalitas Pelanggan

 X_1 = Kualitas Layanan X_2 = Kepuasan Konsumen

a = Costant

 b_1, b_2 = Koefisien Regresi

e = Tingkat Kesalahan

Hasil persamaan regresi pengaruh linier adalah sebagai berikut:

$$Y = 0,988 + 0,123 X_1 + 0,456 X_2 + e$$

Dari persamaan regresi tersebut dapat dijelaskan bahwa nilai konstanta sebesar 0,988 menunjukkan nilai konstanta, artinya jika nilai variabel independen sama dengan nol, maka variabel loyalitas pelanggan (Y) = 0,988. Koefisien $X_1 = 0,123$ menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan, artinya jika variabel kualitas pelayanan ditingkatkan maka loyalitas pelanggan juga akan meningkat sebesar 0,123 (12,3%). Koefisien $X_2 = 0,456$ menunjukkan bahwa variabel kepuasan konsumen berpengaruh positif terhadap loyalitas konsumen, artinya jika kepuasan konsumen ditingkatkan maka loyalitas konsumen juga akan meningkat sebesar 0,456 (45,6%).

Table 2. Result of F-test

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1929,686	2	964,843	235,705	.000 ^b
	Residual	397,064	97	4.093		
	Total	2326,750	99			
a. Dependent Variable: Customer Loyalty						
b. Predictors: (Constant), Customer Satisfaction, Service Quality						

Source: Processed Data 2022

Berdasarkan hasil uji F diketahui Fhitung sebesar 235,705 dengan nilai Ftabel sebesar 3,09. Dengan demikian nilai Fhitung < Ftabel atau $235,705 > 3,09$, dan taraf signifikan 0,000 < 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas pelayanan (X1) dan variabel kepuasan pelanggan (X2) secara simultan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada Restoran Berlian Hotel.

Table 3. Coefficient of Determination (R2)

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.911a	0.829	0.826	2,023
a. Predictors: (Constant), Consumer Satisfaction, Service Quality.				

Source: Processed Data 2022

Berdasarkan hasil Tabel 3 terlihat bahwa Koefisien Determinasi terdapat pada nilai Adjusted R Square sebesar 0,826, hal ini menunjukkan bahwa kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen sebesar 82,6% sedangkan sisanya sebesar 17,1% adalah dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dibahas dalam penelitian ini.

5. KESIMPULAN DAN SARAN**5.1 Kesimpulan**

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan, dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Dari hasil pengujian variabel yang dilakukan antara kualitas pelayanan dan loyalitas pelanggan, dapat diketahui bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada Restoran Hotel Berlian. This is evidenced by the T test, namely the T_{count} value is greater than the T_{table} value, which is $(2.478) > (1.98472)$ dan nilai signifikansi $0.015 < 0.05$ yang berarti H_1 diterima dan H_0 ditolak. Jadi kualitas pelayanan sangat berpengaruh, semakin tinggi kualitas pelayanan yang diberikan dan dirasakan oleh pelanggan maka semakin tinggi tingkat loyalitas pelanggan yang didapatkan pada Restoran Hotel Berlian.
2. Dari hasil pengujian antara variabel kepuasan konsumen dan loyalitas pelanggan, dapat diketahui bahwa kepuasan konsumen secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada Restoran Hotel Berlian. This is evidenced by the T test, namely the T_{count} value is greater than the T_{table} value, which is $(9.072) > (1.98472)$ dan nilai signifikansi $0.000 < 0.05$ yang berarti H_2 diterima dan H_0 ditolak. Kepuasan yang didapatkan oleh konsumen dapat meningkatkan loyalitas dari pelanggan. Semakin baik kepuasan yang didapatkan pelanggan maka semakin tinggi tingkat loyalitas pelanggan pada Restoran Hotel Berlian.
3. Dari hasil pengujian simultan yang dilakukan antara dua variabel bebas dan satu variabel terikat secara simultan, dapat diperoleh bahwa kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. This is evidenced by F test F_{count} is greater than F_{table} , which is $235.705 > 3.09$ dan nilai signifikan $0.000 < 0.05$ yang berarti H_3 diterima dan H_0 ditolak.

5.2 Saran

Mengetahui hasil analisis dan penelitian yang telah dilakukan, ada beberapa masukan dalam penelitian ini berupa saran-saran yang berguna bagi perusahaan dan penelitian selanjutnya agar pencapaian tujuan dapat berjalan dengan baik dan sesuai dengan keinginan adalah sebagai berikut:

- a. Kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan, artinya Restoran Hotel Berlian harus lebih memperhatikan kualitas pelayanan yang akan diberikan kepada konsumen dan harus memperhatikan kebutuhan konsumen pada saat berkunjung, selain itu memberikan beberapa diskon dalam pemesanan makanan dan minuman, kemudian membuat kartu member untuk setiap pelanggan yang sudah berkunjung ke Restoran Hotel Berlian dengan biaya pemesanan Rp. 500.000,- ke atas agar bisa mendapatkan kartu tersebut. Dalam kartu member pelanggan bisa mendapatkan beberapa keunggulan mulai dari diskon, free delivery, dan gratis pemesanan makanan dan minuman di hari Besar, sehingga pelanggan lebih loyal untuk selalu berkunjung dan melakukan pemesanan makanan dan minuman.
- b. Kepuasan konsumen berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan, oleh karena itu agar konsumen lebih loyal dan tertarik untuk datang lagi, sehingga pelayanan dan kebutuhan yang dibutuhkan konsumen saat berada di Restoran Hotel Berlian harus lebih diperhatikan dan ditingkatkan, karena semakin diperhatikannya kebutuhan pelanggan saat sedang berada di Restoran Hotel Berlian maka kepuasan yang dirasakan oleh pelanggan akan semakin lebih baik.
- c. Mengingat loyalitas pelanggan merupakan hal terpenting bagi sebuah perusahaan Restoran, maka perusahaan harus sering mengadakan diskon pemesanan makanan dan minuman, baik di hari-hari special ataupun di hari besar. Dengan adanya diskon tersebut dapat memberikan daya tarik kepada konsumen untuk melakukan pemesanan ulang lagi ke perusahaan tersebut, sehingga pelanggan yang loyal akan semakin meningkat lagi.

6. DAFTAR PUSTAKA

- Daga, Rosnaini. (2017) *Citra, Kualitas Produk, dan Kepuasan Pelanggan*, Global Research and Consulting Institute, Sulawesi Selatan.
- Destiana, Nisa. (2022) Loyalitas Pelanggan: Kenali Indikator dan Cara Membangunnya, *Aplikasi Wirausaha Majo*, Available from: (<https://majoo.id/solusi/detail/indikator-loyalitas-pelanggan>) Accessed June 22, 2022.
- Grace, E., Girsang, M, R., Simatupang, S., Candra, V., Sidabutar, N. (2021) Prodyct Quality and Customer Satisfaction and Their Effect on Consumer Loyalty, *International Journal of Social Science*, 1(2), 69-78.
- Indriin. (2019) Multiple Correlation and Regression, *Medium.com*, Available from (<https://medium.com/@indriin05/korelasi-dan-regresi-berganda-8208b1ff3c1c>) Retrieved 20 June 2022.
- Mulyono. (2019) Classical Assumption Test Analysis, *Binus University*, Available from: (<https://bbs.binus.ac.id/management/2019/12/analysis-uji-asumsi-klasik/>) Retrieved June 16, 2022.

- Meiryani. (2021) Understanding the F Test in Linear Regression, *Binus University*, Available from: (<https://accounting.binus.ac.id/2021/08/12/memahami-uji-f-uji-simultan-dalam-regresi-linear/>) Accessed November 1, 2022.
- Panday, R., Nursal, F. (2021) The Effect of Service Quality and Customer Satisfaction on Customer Loyalty, *Jurnal Manajemen Strategi dan Aplikasi Bisnis*, 4(1).
- Pranata, Verawati. (2022), Feasibility Test of Multiple Correlation Instruments, *Slide Player*, Available from: (<https://slideplayer.info/slide/12826584/>) Accessed on June 20, 2022
- Rizkillah, A., Syariac., Rahmawati. (2020) Effect of service Quality on Customer Loyalty Bamboo Coffee and Resto in Lhokseumawe, *MBIA*, 19(1).
- Sagala, I., Zebua, Y., Halim, A. (2021) The Impact of Service Quality Through Customer Satisfaction on Customer Loyalty, *Jurnal Manajemen Pendidikan Islam*, 6(2), 236-243.
- Siadari, Coki. (2015) Definition of Hotel According to Experts, *Romeltea Media*, Available from (<https://www.kumpulanpengertian.com/2015/11/pengertian-hotel-according-para-ahli.html>) Accessed June 21, 2022.
- Susnita, A, T. (2020) The Effect of Service Quality And Customer Satisfaction on Customer Loyalty at the Libra Kadipaten Hotel Kabupaten Majalengka, *Journal of the Medan Juripol Polytechnic Institute*, 3(1).
- Sugiyono. (2019) *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, Alfabeta, Bandung
- Tiasanty, L., & Sitio, A. (2019) Analysis of the Effect of Service Quality, Product Quality and Brand Image on Customer Satisfaction and its Implications on Consumer Loyalty Pt. Sharp Electronics Indonesia: Case Study at Karawang Sharp Direct Service Station, *International Journal of Engineering Technologies and Management Research*, 6(6), 197-212.