

Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi Kasus Pada Café : Kofi Di Kampung Yadika Bangil)

M. Mashudi Azrullah
 Prodi Manajemen STIE Yadika Bangil
e-mail : mashudi@stie-yadika.ac.id

Dikirim	Direvisi	Diterima
27 Januari 2020	20 Maret 2021	23 Maret 2021

Abstrak

Fokus penelitian ini adalah pengaruh kualitas pelayanan dan kepuasan terhadap loyalitas pelanggan dengan studi kasus pada "Café : Kofi" Bangil. Metode penelitian ini adalah kuantitatif, subyek penelitian ini adalah pelanggan "Café : Kofi" Bangil. Teknik pengambilan sampel yang digunakan yaitu *purposive sampling*. Dengan jumlah responden sebanyak 60 responden. Hasil menunjukkan pada uji regresi linier berganda $Y = 0,180 + 0,041 + 0,941 + e$. menunjukkan bahwa pengaruh variabel kualitas pelayanan sebesar 0,041 dan pengaruh variabel kepuasan sebesar 0,941. Dengan demikian variabel yang lebih dominan mempengaruhi loyalitas pelanggan yaitu variabel kepuasan. Hasil uji-F menunjukkan terdapat pengaruh secara simultan antar variabel. Hasil uji-t menunjukkan variabel kualitas pelayanan (X1) tidak berpengaruh secara parsial. Sedangkan variabel kepuasan berpengaruh signifikan secara parsial. Uji koefisien determinasi R^2 diperoleh 0,899 atau 89,9% hal ini berarti loyalitas pelanggan dipengaruhi variabel kepuasan.

Kata kunci : Kualitas Pelayanan, Kepuasan

Abstract :

The focus of this research is the influence of service quality and satisfaction on customer loyalty with a case study in "Café : Kofi" Bangil. This research method is quantitative, the subject of this study are customers of "Café : Kofi" Bangil. The sampling technique used was purposive sampling. With a total of 60 respondents. The result show multiple linear regression test $Y + 0,180 + 0,041 + 0,941 + e$. shows that the influence of service quality variables is 0,041 and the effect of satisfaction variables is 0,941. Thus the more dominant variable influencing customer loyalty is the satisfaction variable. T-test results indicate that the service quality variable (X1) has no partial effect and is not significant. While the satisfaction variable is partially significant. Test the coefficient of determination R^2 obtained 0,899 or 89,9% this means that customer loyalty is influenced by satisfaction variables.

Keywords : Quality Of Service, Satisfaction

PENDAHULUAN

Perkembangan ekonomi saat ini sedang mengalami persaingan yang sangat ketat. Ketatnya persaingan dan semakin meningkatnya ekspektasi konsumen terhadap sebuah produk, khusus produk jasa membuat perusahaan memiliki cara untuk meningkatkan proporsi nilai. Salah satunya yang merasakan ketatnya persaingan perusahaan jasa saat ini adalah bisnis Café di Bangil, telah menjadi pemandangan sehari-hari khususnya dikalangan anak muda dan mahasiswa, beragam jenis makanan yang ditawarkan sangatlah modern mulai dari

spagetti, nasi goreng, koloke, *snack*, dan minuman terdiri dari *hot drink*, *cold drink* dan sebagainya. Dalam jangka pendek, kepuasan ditandai dengan terjadinya pembelian ulang produk yang terdiri dari barang dan jasa. Sedangkan dalam jangka panjang, kepuasan pelanggan menghasilkan loyalitas yang mengarah kepada profitabilitas perusahaan. Apabila mutu pelayanan yang diterima lebih tinggi dari yang diharapkan, maka kualitas jasa yang dipersepsikan akan memuaskan. Apabila mutu pelayanan sama dengan apa yang diharapkan, maka kualitas dipersepsikan

sebagai kualitas yang ideal. Sebaliknya, jika mutu pelayanan yang diterima lebih rendah dari apa yang diharapkan, maka kualitas jasa dipersepsikan sebagai kualitas yang buruk dan dapat menjadi masalah bagi perusahaan dalam jangka waktu panjang, oleh karena itu, baik atau buruknya kualitas jasa tergantung pada kemampuan penyedia jasa dalam memenuhi harapan pelanggannya secara konsisten. Tujuan utama perusahaan untuk mempertahankan kepuasan pelanggan adalah untuk membangun dan memperbaiki serta mempertahankan loyalitas pelanggan

terhadap perusahaan dan produk atau jasa yang dihasilkannya. Perusahaan yang menginginkan tercapainya kepuasan pelanggan hendaknya memenuhi kebutuhan konsumennya. Hal ini dapat dicapai dengan mengetahui atribut-atribut mutu pelayanan perusahaan tersebut. Apabila perusahaan tidak dapat memenuhi kebutuhan konsumen maka perusahaan itu bukanlah menjadi pilihan utama bagi konsumen apalagi di zaman persaingan yang ketat ini, maka konsumen dengan mudahnya membandingkan terlebih dahulu sebelum melakukan pembelian.

Tujuan penelitian adalah (1) untuk mengetahui dan menjelaskan pengaruh Kualitas Pelayanan (X1) dan Kepuasan Pelanggan (X2) secara simultan terhadap loyalitas pelanggan (Y) "Café : Kofi". (2) untuk mengetahui dan menjelaskan pengaruh Kualitas Pelayanan (X1) secara parsial terhadap loyalitas pelanggan (Y) "Café : Kofi". (3) untuk mengetahui dan menjelaskan pengaruh Kepuasan Pelanggan (X2) secara parsial terhadap loyalitas pelanggan (Y) "Café : Kofi".

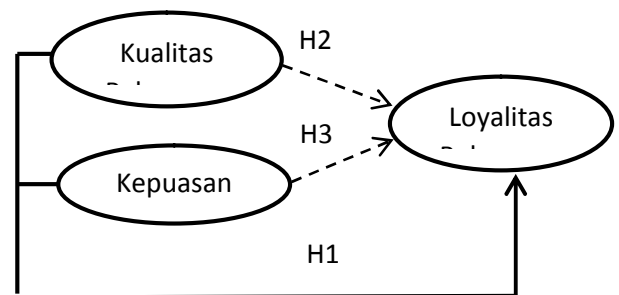
Penelitian terdahulu oleh M. Abidin (2016) dengan judul pengaruh kualitas pelayanan dan kepuasan terhadap loyalitas pelanggan menunjukkan variabel pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan dan variabel kepuasan tidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan, namun secara simultan keduanya berpengaruh antar variabel. Penelitian terdahulu juga dilakukan oleh Achmad Fariz (2017) dengan judul pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah BMT

Sidogiri menunjukkan bahwa variabel terikat berpengaruh secara bersama-sama namun secara parsial variabel *responsiveness*, dan *emphaty* berpengaruh tidak signifikan, sedangkan variabel *reliability*, *assurance*, dan *tangible* berpengaruh secara signifikan. Serta penelitian dilakukan oleh Hemas Mahardika (2016) dengan judul pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pasien RSI Aisyiyah Pandaan menunjukkan secara simultan variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen, namun secara parsial hanya variabel *reliability* dan *responsiveness*.

Sehingga dalam penelitian ini, model hubungan antar variabel independen dan dependent yaitu

METODE

Populasi penelitian ini adalah peanggan "Café : Kofi" Bangil. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *purposive sampling*, sehingga didapat sampel berjumlah 60 responden. Jenis data penelitian yakni data primer dengan teknik pengumpulan data menggunakan kuisisioner.



Gambar 1. Kerangka Pikir
 Sumber : Data Pengolahan 2019

HASIL

STATISTIK DESKRIPTIF PENELITIAN

Tabel 1

Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 0	40	66.7	66.7	66.7
1	20	33.3	33.3	100.0
Total	60	100.0	100.0	

Sumber : Data Output SPSS 16.00 diolah 2019

Berdasarkan tabel diatas, terlihat bahwa frekuensi jenis kelamin responden laki-laki sebanyak 20 orang dengan presentase 33,3%, dan responden perempuan sebanyak 40 orang dengan presentase 66,7%.

Responden Berdasarkan Usia

Tabel 2

Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Usia

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 17-20	26	43.3	43.3	43.3
20-30	34	56.7	56.7	100.0
Total	60	100.0	100.0	

Sumber : Data Output SPSS 16.00 diolah 2019

Berdasarkan tabel diatas, terlihat bahwa frekuensi umur responden didominasi oleh responden yang berusia 20-30 tahun sebanyak 34 orang dengan presentase 56,7%, sedangkan usia 17-20 tahun sebanyak 26 orang dengan presentase 43,3%

Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan

Tabel 3

Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid S1	4	6.7	6.7	6.7
SMA	41	68.3	68.3	75.0
SMK	15	25.0	25.0	100.0
Total	60	100.0	100.0	

Sumber : Data Output SPSS 16.00 diolah 2019

Berdasarkan tabel diatas, bahwa frekuensi pendidikan responden didominasi oleh responden yang berpendidikan SMA sebanyak 41 orang dengan presentase 68,3%, sedangkan responden yang berpendidikan SMK sebanyak 15 orang dengan presentase 25,0%, sedangkan responden yang berpendidikan S1 sebanyak 4 orang dengan presentase 6,7%.

Berdasarkan Berapa Kali Transaksi

Tabel 4

Responden Berapa Kali Transaksi

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 2 Kali	12	20.0	20.0	20.0
3 Kali	19	31.7	31.7	51.7
4 Kali	11	18.3	18.3	70.0
lebih dari 4 Kali	18	30.0	30.0	100.0
Total	60	100.0	100.0	

Sumber : Data Output SPSS 16.00 diolah 2019

Berdasarkan tabel diatas, bahwa frekuensi berapa kali transaksi responden didominasi oleh 3 kali sebanyak 19 orang dengan presentase 31,7%, pelanggan bertransaksi lebih dari 4 kali sebanyak 18 orang dengan presentase 30,0%. Pelanggan bertransaksi 2 kali sebanyak 12 orang dengan presentase 20%, pelanggan bertransaksi 4 kali sebanyak 11 orang dengan presentase 18,3%.

HASIL ANALISIS DATA

UJI VALIDITAS

Tabel 5

Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Pelayanan

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X1.1	9.92	6.010	.462	.467	.895
X1.2	9.48	7.169	.507	.513	.866
X1.3	9.88	4.749	.911	.917	.755
X1.4	9.33	6.667	.706	.599	.832
X1.5	9.85	4.740	.929	.925	.750

Sumber : Data Output SPSS 16.00 diolah 2019

Pada tabel 5 menggambarkan bahwa setiap nilai r_{hitung} atau koefisien validitas dapat dilihat pada setiap indikator pertanyaan lebih besar dari pada $r_{tabel} = 0,2609$. Hasil analisis validitas pada tabel *corrected item total correlation* menunjukkan bahwa X1.1 menyatakan $0,462 > 0,2609$. Nilai X1.2 menyatakan $0,507 > 0,2609$. Nilai X1.3 menyatakan $0,911 > 0,2609$. Nilai X1.4 menyatakan $0,706 > 0,2609$ dan nilai X1.5 menyatakan $0,929 >$

0,2609. Dapat disimpulkan dari hasil analisis tersebut nilai variabel kualitas pelayanan (X1) memenuhi uji validitas dan dapat digunakan.

Tabel 6
Hasil Uji Validitas Variabel Kepuasan

Item-Total Statistics					
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X2.1	5.85	1.689	.640	.409	.305
X2.2	5.97	2.202	.358	.220	.677
X2.3	6.22	1.766	.412	.273	.633

Sumber : Data Output SPSS 16.00 diolah 2019

Pada tabel 6 menggambarkan bahwa setiap nilai r_{hitung} atau koefisien validitas dapat dilihat pada setiap indikator pertanyaan lebih besar dari pada $r_{tabel} = 0,2564$. Hasil analisis nilai validitas pada tabel *correlated item total correlation* menunjukkan bahwa X2.1 menyatakan 0,640 > 0,2564. Nilai X2.2 menyatakan 0,358 > 0,2564 dan nilai X2.3 menyatakan 0,412 > 0,2564. Dapat disimpulkan dari hasil analisis tersebut nilai variabel kepuasan (X2) memenuhi uji validitas dan dapat digunakan.

Tabel 7
Hasil Uji Validitas Variabel Loyalitas Pelanggan

Item-Total Statistics					
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Y1.1	3.17	.616	.464	.215	.a
Y1.2	3.05	.591	.464	.215	.a

Sumber : Data Output SPSS 16.00 diolah 2019

Pada tabel 7 menggambarkan bahwa setiap nilai r_{hitung} atau koefisien validitas dapat dilihat pada setiap indikator pertanyaan lebih besar dari pada $r_{tabel} = 0,2542$. Hasil analisis nilai validitas pada tabel *correlated item total correlation* menunjukkan bahwa Y1.1 menyatakan 0,464 > 0,2542. Nilai Y1.2 menyatakan 0,464 > 0,2542. Dapat disimpulkan dari hasil analisis tersebut nilai variabel loyalitas pelanggan (Y) memenuhi uji validitas dan dapat digunakan.

UJI RELIABILITAS

Tabel 8
Hasil Uji Reliabilitas Variabel Kualitas Pelayanan

Reliability Statistics		
Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.857	.868	5

Sumber : Data Output SPSS 16.00 diolah 2019

Pada tabel 8 menerangkan bahwa nilai *cronbach's alpha* variabel kualitas pelayanan (X1) yaitu sebesar 0,868. Nilai tersebut dikatakan reliabel dikarenakan 0,868 > 0,60 yang menjadi syarat uji reliabilitas itu sendiri. dari hasil analisis tersebut nilai variabel kualitas pelayanan (X1) memenuhi uji reliabilitas dan dapat digunakan.

Tabel 9
Hasil Uji Reliabilitas Variabel Kepuasan

Reliability Statistics		
Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.649	.656	3

Sumber : Data Output SPSS 16.00 diolah 2019

Pada tabel 9 menerangkan bahwa nilai *cronbach's alpha* variabel kepuasan (X2) yaitu sebesar 0,656. Nilai tersebut dikatakan reliabel dikarenakan 0,656 > 0,60 yang menjadi syarat uji reliabilitas itu sendiri. dari hasil analisis tersebut nilai variabel kepuasan (X2) memenuhi uji reliabilitas dan dapat digunakan.

Tabel 10
Hasil Uji Reliabilitas Variabel Loyalitas Pelanggan

Reliability Statistics		
Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.633	.634	2

Sumber : Data Output SPSS 16.00 diolah 2019

Pada tabel 10 menerangkan bahwa nilai *cronbach's alpha* variabel loyalitas

pelanggan (Y) yaitu sebesar 0,634. Nilai tersebut dikatakan reliabel dikarenakan $0,634 > 0,60$ yang menjadi syarat uji reliabilitas itu sendiri. dari hasil analisis nilai variabel loyalitas pelanggan (Y) memenuhi uji reliabilitas dan dapat digunakan.

UJI ASUMSI KLASIK

Uji Multikolinieritas

uji multikolinieritas dilakukan untuk mengetahui bahwa tidak terjadi hubungan yang sangat kuat atau tidak terjadi hubungan linier yang sempurna. Cara mengujinya yaitu membandingkan nilai *tolerance* dan nilai *Variance Inflation factor* (VIF). Bila nilai VIF lebih kecil dari 10 dan nilai toleransinya diatas 0,10 atau 10% maka dapat disimpulkan bahwa model regresi tersebut tidak terjadi multikolinieritas.

Tabel 11
 Uji Multikolinieritas

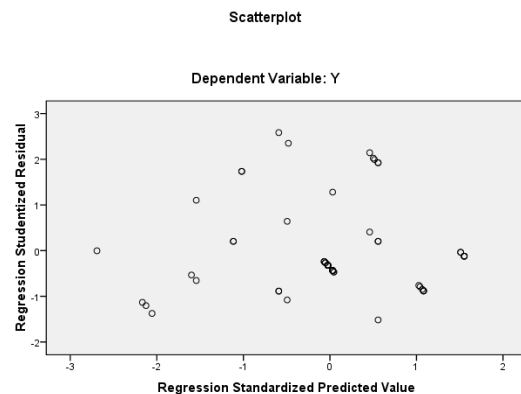
Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
1 (Constant)		
X1	.999	1.001
X2	.999	1.001

Sumber : Data Output SPSS 16.00 diolah 2019

Dari hasil pengujian didapat bahwa keseluruhan nilai *tolerance* lebih besar dari 0,10 dan nilai VIF lebih kecil dari 10,00 sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi multikolinieritas antar variabel.

Uji Heteroskedastisitas

uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam sebuah model regresi terjadi ketidaksamaan varians dan residual, dari satu pengamatan ke pengamatan lain. Deteksi ada tidaknya heteroskedastisitas dapat dilakukan dengan melihat ada tidaknya pola tertentu pada grafik scatterplot.

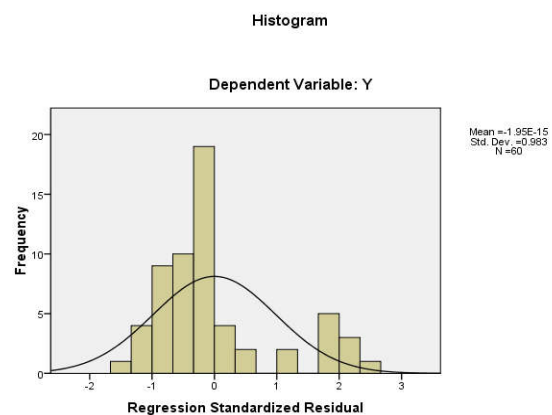


Gambar 1. Uji Heteroskedastisitas
 Sumber : Data Output SPSS 16.00 diolah 2019

Dari gambar 1 dapat dilihat bahwa scatterplot penyebaran titik-titik data menyebar diatas dan dibawah atau sekitar angka 0 dan titik-titik tidak membentuk pola. Maka dapat disimpulkan bahwa model regresi berganda terbebas dari asumsi klasik heteroskedastisitas dan layak digunakan dalam penelitian.

Uji Normalitas

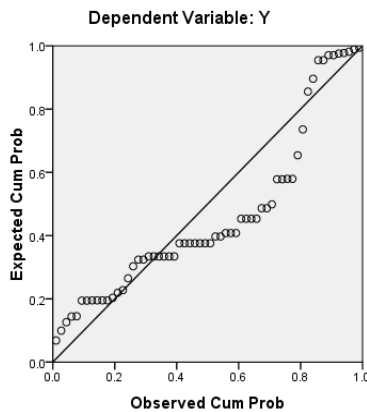
Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel bebas dan variabel terikat keduanya terdistribusikan secara normal atau tidak. Data dikatakan normal jika bentuk kurva memiliki kemiringan yang cenderung seimbang, baik sisi kanan maupun sisi kiri dan kurva berbentuk menyerupai lonceng yang hampir sempurna.



Gambar 3.. Histogram Display Normal Curve
 Sumber : Data Output SPSS 16.00 diolah 2019

Pada gambar 2 kurva variabel kualitas pelayanan (X1) dan kepuasan (X2) tidak condong miring ke kiri maupun kekanan, namun cenderung di tengah dan membentuk seperti lonceng. Jadi data variabel kualitas pelayanan (X1) dan kepuasan (X2) memiliki kecenderungan terdistribusi secara normal.

Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual



Gambar 4. Normal Probability Plot
 Sumber : Data Output SPSS 16.00 diolah 2019

Berdasarkan grafik pada gambar 3 diatas menunjukkan bahwa semua data yang terdistribusi normal, karena semua data menyebar membentuk garis lurus diagonal, maka data tersebut memenuhi asumsi normal atau mengikuti garis normalitas.

ANALISIS PERSAMAAN REGRESI LINIER BERGANDA

Tabel 12

Analisis Persamaan Regresi Linier Berganda
 Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.180	.240		.748	.458
	X1	.041	.065	.037	.639	.525
	X2	.941	.061	.897	15.445	.000

a. Dependent Variable: Y

Sumber : Data Olahan 2019

Dari analisis regresi linier berganda diperoleh persamaan sebagai berikut :
 $Y = 0,180 + 0,041X1 + 0,941X2 + e$
 Hasil penjelasan dari persamaan regresi linier berganda adalah :

Jika variabel kualitas pelayanan (X1) dan kepuasan (X2) sama dengan 0, maka besaran variabel loyalitas pelanggan (Y) adalah 0,180.

Jika variabel kualitas pelayanan (X1) dianggap 1 maka akan diperoleh persamaan $Y = 0,180 + 0,041$ dan $Y = 0,221$ artinya jika variabel kualitas pelayanan (X1) naik satu satuan, maka loyalitas pelanggan (Y) juga akan naik sebesar 0,041.

Jika variabel kepuasan (X2) dianggap 1 maka akan diperoleh persamaan $Y + 0,180 + 0,941$ dan $Y = 1,121$ artinya jika variabel kepuasan naik satu satuan, maka loyalitas pelanggan (Y) juga akan naik sebesar 0,941.

ANALISIS KOEFISIEN DETERMINASI (R²)

Koefisien determinasi digunakan untuk mengukur seberapa jauh variabel-variabel bebas yaitu kualitas pelayanan (X1) dan kepuasan (X2) dalam menerangkan variabel terikatnya yaitu loyalitas pelanggan (Y). nilai koefisien determinasi ditentukan dengan nilai *adjusted R square* sebagaimana dapat dilihat pada tabel berikut ini.

Tabel 13

Koefisien Determinasi
 Model Summary^a

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.899 ^a	.808	.801	.2962

a. Predictors: (Constant), X2, X1

b. Dependent Variable: Y

Sumber : Data Olahan 2019

Hasil perhitungan regresi dapat diketahui bahwa korelasi antara variabel loyalitas pelanggan (Y) dengan seluruh variabel bebas yaitu kualitas pelayanan (X1) dan kepuasan (X2) adalah $R = 0,899 > 0,05$. Sedangkan koefisien determinasi (*adjusted R²*) yang diperoleh sebesar 0,801. Hal ini berarti 80,1% variabel loyalitas pelanggan (Y) dipengaruhi variabel kualitas pelayanan (X1) dan kepuasan (X2). Sedangkan sisanya dijelaskan oleh variabel lain seperti kepercayaan pelanggan, kualitas produk dan fasilitas.

PENGUJIAN HIPOTESIS

Uji F I (Uji Simultan)

Uji F digunakan untuk mengetahui apakah variabel-variabel independen secara

simultan berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen. Apabila nilai F hasil perhitungan lebih besar dari nilai F menurut tabel maka hipotesis alternative yang menyatakan bahwa semua variabel independen secara simultan berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

Tabel 13
 Hasil Pengujian Hipotesis I (Uji Simultan)

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	21.044	2	10.522	119.922	.000 ^a
	Residual	5.001	57	.088		
	Total	26.046	59			

a. Predictors: (Constant), X2, X1

b. Dependent Variable: Y

Sumber : Data Olahan 2019

Berdasarkan perhitungan pada tabel diatas diperoleh F hitung sebesar 119,922 sedangkan F tabel sebesar 3,158 dengan *level of significant* sebesar 0,05 dan sig F 0,000. Karena F hitung > F tabel yaitu 119,922 > 3,158 dan sig f < *level of significant* yaitu 0,000 < 0,05 maka hipotesa dapat diterima. Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel terikat loyalitas pelanggan (Y) dapat dipengaruhi secara signifikan oleh variabel bebas kualitas pelayanan (X1) dan kepuasan (X2) secara bersama-sama.

Uji T II (Uji Parsial)

Uji T digunakan untuk mengetahui apakah masing-masing variabel bebas secara parsial mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel terikat jika t hitung > t tabel atau sig t < *level of significant* (α).

Tabel 14
 Hasil Pengujian Hipotesis II (Uji t/Parsial)

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.180	.240		.748	.458
	X1	.041	.065	.037	.639	.525
	X2	.941	.061	.897	15.445	.000

a. Dependent Variable: Y

Sumber : Data Olahan 2019

Dari tabel *coefficient* diatas dapat diketahui nilai signifikasi untuk variabel kualitas (X1) = sig 0,525 (sig > 0,05) dan nilai t hitung = 0,639 sedangkan t tabel sebesar 1,672. Sehingga t hitung 0,639 < t tabel 1,672 yang artinya hipotesis II tidak dapat diterima, dan variabel kualitas pelayanan tidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan.

Untuk variabel kepuasan (X2) = sig 0,000 (sig < 0,05) dan nilai t hitung = 15,445 sedangkan t tabel sebesar 1,672. Sehingga t hitung 15,445 > t tabel 1,672 yang artinya hipotesis II dapat diterima dan variabel kepuasan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan.

PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil penelitian dari pengujian hipotesis I bahwa variabel kualitas pelayanan (X1) secara simultan memiliki pengaruh yang signifikan .hal ini dikarenakan F hitung > F tabel yaitu 119,922 > 3,158 dan sig F < *level of significant* (α) yaitu 0,000 < 0,05.

Variabel kualitas pelayanan (X1) tidak berpengaruh secara parsial dan tidak signifikan terhadap loyalitas pelanggan (Y).hal ini dikarenakan ketanggapan karyawan dalam melayani pelanggan terkesan lambat, untuk kebutuhan pelanggan wifi sering *error* atau tidak bisa *connect* bagi pelanggan yang berkunjung ke Café sedangkan di “Café : Kofi” Bangil sudah ada pemberitahuan bahwa ada *free wifi* untuk pelanggan, dan ketika beberapa pelanggan memesan makanan pada daftar menu banyak yang tidak tersedia. Sehingga menimbulkan loyalitas pelanggan berkurang.

Variabel kepuasan (X2) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan (Y).hal ini dikarenakan harga dan produk seimbang dan makanan yang disajikan higienis, dengan adanya pujasera pelanggan banyak memiliki pilihan menu makanan yang tersedia di pujasera “Café : Kofi” Bangil, serta setiap hari jum’at sampai dengan hari minggu selalu ada live musik sehingga pelanggan tertarik untuk berkunjung kembali ke “Café : Kofi” Bangil.

SIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

setelah melakukan penelitian tentang kualitas pelayanan dan kepuasan terhadap loyalitas pelanggan "Café : Kofi" Bangil, maka dapat diambil kesimpulan :

- (1) Berdasarkan penelitian diperoleh F hitung sebesar 119,922 sedangkan F tabel sebesar 3,158 dengan *level of significant* (α) sebesar 0,05 dan sig F 0,000. Karena F hitung $>$ F tabel yaitu $119,922 > 3,158$ dan sig F $<$ *level of significant* yaitu $0,000 < 0,05$.
- (2) variabel kualitas pelayanan (X1) memiliki nilai t hitung $<$ t tabel yaitu $0,639 < 1,672$ dan sig $>$ α yaitu $0,525 > 0,05$ maka disimpulkan bahwa hipotesa ditolak sehingga dijelaskan variabel kualitas pelayanan tidak berpengaruh secara parsial dan tidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan (Y).
- (3) Variabel kepuasan (X2) memiliki t hitung $>$ t tabel yaitu $15,445 > 1,672$ dan sig $<$ α yaitu $0,000 < 0,05$ maka disimpulkan bahwa hipotesa dapat diterima sehingga variabel kepuasan berpengaruh secara parsial dan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan (Y).

Saran

Berdasarkan kesimpula yang telah dilakukan maka saran yang dapat diberikan dalam penelitian ini yakni :

- (1) Penelitian selanjutnya hendaknya memperluas populasi dan sampel penelitian atau menambah jumlah responden. Selain itu disarankan juga untuk menambah variabel baru atau indikator baru diluar variabel yang ada didalam penelitian ini, sehingga nantinya akan memperkuat loyalitas pelanggan.
- (2) Penelitian ini diharapkan memberikan manfaat dan informasi yang penting bagi "Café : Kofi" Bangil. Dengan adanya penelitian ini diharapkan "Café : Kofi" Bangil dapat terus meningkatkan

kualitas pelayanan dan kepuasan dari seua dimensi *tangible, responsiveness, assurance, reliability, empaty*, yang positif sehingga dapat meningkatkan loyalitas pelanggan. Dari penelitian ini dapat ditemukan pengaruh yang paling dominan terhadap loyalitas pelanggan adalah kepuasan.

REFERENSI

- [1] Algifari, Mengukur Kualitas Layanan, Yogyakarta: Kurnia Kalam Semesta, 2015.
- [2] D. d. Hurriyati, Bauran pemasaran dan Loyalitas Konsumen : Loyalitas merek, Bandung: Penerbit Alfabeta, 2010.
- [3] G. Imam, Aplikasi Analisis Multivariete (program SPSS), Semarang: Badan Penerbit Undip, 2016.
- [4] d. A. Hermawan Sigit, Metode Penelitian Bisnis, Malang: Media Nusa Creative, 2016.
- [5] J. e. al, Prilaku Konsumen dalam jurnal Abidin 2016, Jakarta: bonnarupa Aksara, 2005.
- [6] P. Doni, Perilaku Konsumen, Bandung: Alfabeta, 2017.
- [7] S. d. Sopiah, Perilaku Konsumen, Yogyakarta: CV Andi Offset, 2013.
- [8] S. Danang, Konsep Dasar Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen, Yogyakarta: CAPS, 2018.
- [9] Sugiyono, Metodologi Penelitian, 2010.

- [10] S. Wiratna, Metodologi Penelitian Bisnis dan Ekonomi, Yogyakarta: Pustaka Baru Press, 2015.
- [11] S. d. K. d. Sumarwan, Prinsip Pemasaran, Bogor: Ghalia Indonesia, 2011.