

PENGARUH KUALITAS LAYANAN DAN KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN PADA LAYANAN DOKUMEN PANDEKLUIH PURWOREJO

Dewi Ariwi

Pendidikan Ekonomi, FKIP

Universitas Muhammadiyah Purworejo

darimbi51@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh: (1) kualitas pelayanan terhadap loyalitas konsumen layanan dokumen Pandekluh Purworejo. (2) kepuasan konsumen terhadap loyalitas konsumen layanan dokumen Pandekluh Purworejo. (3) kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen terhadap loyalitas konsumen layanan dokumen Pandekluh Purworejo. Pengambilan sampel dengan *sampling kuota* dengan cara *random sampling*, sampel yang ditetapkan peneliti sebanyak 50 konsumen. Teknik analisis data menggunakan analisis deskriptif dan analisis kuantitatif. Berdasarkan analisis deskriptif menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan tergolong sangat baik sebesar 70%, variabel kepuasan konsumen tergolong puas sebesar 70%, variabel loyalitas konsumen tergolong tinggi sebesar 76%. Berdasarkan analisis kuantitatif menunjukkan bahwa (1) ada pengaruh yang positif dan signifikan antara kualitas layanan dengan loyalitas konsumen ($r_{x1y} = 0,635$; $t_{hitung} = 5,637$; $sig. 0,000 < 0,05$), pengaruhnya sebesar 40,32% terhadap loyalitas konsumen. (2) ada pengaruh yang positif dan signifikan antara kepuasan konsumen dengan loyalitas konsumen ($r_{x2y} = 0,432$; $t_{hitung} = 3,287$; $sig. ,002 < 0,05$), dan pengaruhnya sebesar 18,66% terhadap loyalitas konsumen. (3) ada pengaruh yang positif dan signifikan antara kualitas layanan dan kepuasan konsumen secara bersama-sama terhadap loyalitas konsumen ($R_{xy} = 0,946$, $F_{hitung} = 199,728$; $sig = 0,000 < 0,05$ maka signifikan). . Pengaruh semua variabel bebas terhadap variabel terikat sebesar 89,50%, sedangkan 10,50% dipengaruhi variabel lain.

Kata kunci : kualitas pelayanan, kepuasan konsumen, loyalitas konsumen

A. Pendahuluan

Industri jasa akhir-akhir ini mengalami pertumbuhan sangat pesat sehingga mendorong persaingan sangat ketat. Dalam persaingan bisnis yang semakin ketat dewasa ini, suatu perusahaan akan memenangkan suatu persaingan apabila dapat menciptakan nilai dan memberikan kepuasan kepada pelanggan melalui penyampaian barang dan jasa yang berkualitas.

Kualitas pelayanan merupakan titik central perusahaan jasa karena karena akan mempengaruhi kepuasan pelanggan dan menumbuhkan loyalitas kepada perusahaan jasa. Hal ini dimaksudkan agar seluruh barang atau jasa yang ditawarkan akan mendapatkan tempat yang baik dimata masyarakat.

Yang dimaksud kepuasan adalah “Perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja (atau hasil) yang diharapkan”(Kotler, Philip 2009 : 117).

Terciptanya kepuasan pelanggan dapat memberikan beberapa manfaat di antaranya hubungan antara perusahaan dan pelanggannya menjadi harmonis, memungkinkan melakukan pembelian ulang dan terciptanya loyalitas serta pelanggan memberi rekomendasi dari mulut ke mulut (*word to mouth*) yang menguntungkan perusahaan.

“Dalam hal kualitas, kualitas produk juga mengandung makna adanya kualitas pelanggan pada dimensi kualitas produk atau jasa didalamnya termasuk berbagai hal yang berkaitan dengan kualitas pelayanan, yaitu *tangibles* (bukti langsung), *reability* (kehandalan), *responsiveness* (daya tanggap), *assurance* (jaminan) dan *empathy* (perhatian)”, (Fandy Tjiptono, 2009 : 5).

Dalam jangka panjang loyalitas pelanggan menjadi tujuan utama bagi perencanaan pasar strategis, selain itu juga dijadikan dasar pengembangan keunggulan yang berkelanjutan, yaitu berbagai keunggulan yang direalisasikan melalui upaya-upaya pemasaran.

Sedangkan yang dimaksud dengan kepuasan pelanggan yaitu, “Setiap perusahaan yang memperhatikan kepuasan pelanggan akan memperoleh beberapa manfaat pokok yaitu reputasi perusahaan yang makin positif dimata pelanggan dan masyarakat, serta dapat mendorong terciptanya loyalitas pelanggan memungkinkan bagi perusahaan, meningkatkan keuntungan, maka harmonisnya hubungan perusahaan dengan

pelanggannya, serta mendorong setiap orang dalam perusahaan untuk bekerja dengan tujuan yang lebih baik”, (Fandy Tjiptono, 1996 : 8).

Masalah yang timbul dalam penelitian ini adalah sebagai berikut: (1) Apakah ada pengaruh yang positif dan signifikan antara kualitas pelayanan terhadap loyalitas konsumen Layanan Dokumen Pandekluwih Purworejo. (2) Apakah ada pengaruh yang positif dan signifikan antara kepuasan konsumen terhadap loyalitas konsumen Layanan Dokumen Pandekluwih Purworejo. (3) Apakah ada pengaruh yang positif dan signifikan antara kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen secara bersama-sama terhadap loyalitas konsumen layanan dokumen Pandekluwih Purworejo. Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah maka peneliti bertujuan untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh positif dan signifikan baik secara parsial maupun secara bersama-sama dari kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen terhadap loyalitas konsumen pada layanan dokumen Pandekluwih dan mengetahui besar pengaruh variabel bebas tersebut terhadap variabel terikat.

Penelitian ini sesuai dengan penelitian terdahulu yaitu oleh: (1) Kholid Akbar, dengan judul “Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Rental VCD-DVD Ultradisc di Purworejo”. Menyimpulkan bahwa Variabel bukti langsung mempunyai pengaruh paling besar kepada kepuasan pelanggan. (2) Hilyatul Azizah , dengan judul “Pengaruh Kualitas Layanan, Citra Dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Nasabah”. Penelitian ini menyimpulkan bahwa variabel kualitas layanan, citra, dan kepuasan nasabah berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah baik secara simultan maupun parsial. Artinya dengan meningkatkan kualitas layanan, citra dan kepuasan, maka loyalitas nasabah akan meningkat.

B. METODE PENELITIAN

Jenis penelitian ini adalah penelitian deskriptif dan kuantitatif. Penelitian ini dilakukan di layanan dokumen Pandekluwih pada bulan April – Juni 2014.

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pelanggan layanan dokumen Pandekluwih Purworejo. Teknik pengambilan sampel dilakukan dengan cara *random sampling*, penarikan sampel ditentukan dengan undian. Dalam penelitian ini jumlah sampel yang ditetapkan peneliti 50 konsumen. Metode yang digunakan untuk mengumpulkan data adalah metode kuesioner. Teknik analisis deskriptif menggunakan analisis deskriptif. Sedangkan analisis kuantitatif menggunakan regresi linear ganda. Uji hipotesis menggunakan uji t dan uji F.

C. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan analisis deskriptif variabel kualitas pelayanan Pandekluwih Purworejo tergolong baik dengan persentase tertinggi yaitu 72%. Variabel kepuasan konsumen di Pandekluwih Purworejo tergolong puas dengan persentase terbesar yaitu 70%. Variabel loyalitas konsumen pada Layanan Dokumen Pandekluwih tergolong tinggi dengan persentase terbesar yaitu 76%.

Berdasarkan analisis kuantitatif diperoleh hasil sebagai berikut :

1. Analisis Regresi Ganda

Tabel 1 Hasil Analisis Regresi Ganda

Coefficients^a

Coefficients ^a									
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Correlations		
		B	Std. Error	Beta			Zero-order	Partial	Part
1	(Constant)	-.2083	.872		-2.389	.021			
	X1	.679	.120	.612	5.637	.000	.933	.635	.267

X2	.373	.113	.357	3.287	.002	.907	.432	.156
a. Dependent Variable: Y								

Sumber : data primer diolah

Berdasarkan hasil pengolahan data tabel 1, maka dapat disusun persamaan regresi linear berganda sebagai berikut :

$$Y = -2,083 + 0,679X_1 + 0,373X_2$$

Artinya : (a) jika X_1 dan X_2 masing-masing 0, maka $Y = -2,083$; (b) jika X_1 naik satu satuan dan X_2 tetap maka Y naik sebesar 0,679 satuan; (c) jika X_2 naik satu satuan dan X_1 tetap maka Y naik sebesar 0,373 satuan.

2. Hasil Uji t

a. Besarnya $t_{hitung} = 5,637$ dengan $sig = 0,000 < 0,05$, berarti kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen. Pengaruhnya sebesar 40,32%.

b. Besarnya $t_{hitung} = 3,287$ dan $sig = 0,002 < 0,05$ maka dapat dikatakan signifikan, berarti kepuasan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen. Pengaruhnya sebesar 18,66%.

3. Uji F

Tabel 2 Hasil Uji F
ANOVA^b

ANOVA ^b						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	214.090	2	107.045	199.728	.000 ^a
	Residual	25.190	47	.536		
	Total	239.280	49			
a. Predictors: (Constant), X_1 , X_2						
b. Dependent Variable: Y						

Sumber : data primer diolah

Berdasarkan hasil pengolahan data tabel 2, diketahui bahwa nilai F_{hitung} sebesar 199,728 dan $sig = 0,00 < 0,05$ maka dapat dikatakan signifikan, berarti kualitas layanan dan kepuasan konsumen berpengaruh positif dan signifikan secara simultan terhadap loyalitas konsumen. Pengaruhnya sebesar 89,50 %.

D. KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan yang dapat diambil adalah “kualitas pelayanan, kepuasan konsumen baik secara parsial maupun secara bersama-sama memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen”, semua hipotesis yang diajukan diterima.

Saran yang dapat diberikan adalah sebagai berikut : (1) Kualitas pelayanan yang baik perlu dipertahankan bahkan ditingkatkan sehingga loyalitas konsumen dapat meningkat. (2) Kepuasan konsumen perlu dijaga dengan membuat cara rasa nyaman dengan pelayanan yang memuaskan. (3) Perlu adanya komunikasi yang baik antara konsumen dengan pihak pelayanan dokumen sehingga dapat diketahui apa yang dikehendaki oleh konsumen. (3) Loyalitas konsumen yang tinggi perlu dipertahankan agar konsumen selalu percaya terhadap layanan yang diberikan oleh pihak Pandekluwih Purworejo.

DAFTAR PUSTAKA

- Kotler, Philip, 2005. *Manajemen Pemasaran, Edisi 11*. Jakarta : PT. Indeks
- Kotler, Philip, 2009. *Manajemen Pemasaran, Edisi 12*. Jakarta : PT. Indeks
- Lupiyoadi, Rambat. 2001. *Manajemen Pemasaran Jasa Teori dan Praktik*. Jakarta : Salemba Empat
- Suharsimi, Ariunto. 2010. *Prosedur Penelitian*. Jakarta : Rineka Cipta
- Sugiyono, 2013. *Metode Penelitian kuantitatif kualitatif dan R&D*. Bandung : Alfabeta
- Tjiptono, Fandy, 1996. *Manajemen Jasa*. Yogyakarta : Andi

Tjiptono, Fandy, 2008. *Service Management*. Yogyakarta : Andi

Tjiptono, Fandy, 2008. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta : Andi

Widyoko, S. Eko Putro. 2012. Teknik penyusunan Instrumen Penelitian.
Yogyakarta : Pustaka Belajar.

