

**PENGARUH KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPUASAN
PELANGGAN DALAM MEMBENTUK LOYALITAS PELANGGAN
PADA ES TELER 77 SURABAYA**

Robert Priyadi.

Jurusan Manajemen/Fakultas Bisnis dan Ekonomika

robert.priyadi93@gmail.com

Abstrak- Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisa bagaimana kualitas layanan dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan dalam membentuk pelanggan Es Teler 77 Surabaya. Penelitian ini menggunakan Structural Equation Modeling (SEM) dengan *software* AMOS versi 18.0. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah teknik non probability sampling dengan jenis convenience sampling. Penelitian ini menggunakan survei untuk mengumpulkan data dengan bertanya secara langsung kepada responden melalui kuesioner. Jumlah sampel dalam penelitian ini adalah 150 responden. Hasil Penelitian yang diperoleh menunjukkan bahwa kualitas layanan memiliki pengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan. Selain itu kualitas layanan memiliki pengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan. Kemudian kepuasan pelanggan memiliki pengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan.

Kata Kunci: Kualitas layanan, Kepuasan pelanggan, Loyalitas pelanggan.

Abstract- The aim of the research is to analyze how the service quality can affect customer's satisfaction in shaping customer's loyalty of Es Teler 77 Surabaya. This study uses Structural Equation Modeling (SEM) with AMOS software version 18.0. The sampling technique in his study is non probability sampling technique with the type of convenience sampling. This study uses a survey to collect data by directly asking the respondents through questionnaires. The number of samples in this study is 150 respondents. The result of the research shows that the Service quality have a positive influence on Customer's satisfaction. Service quality has a positive influence on Customer's loyalty. And Customer's satisfaction has a positive influence on Customer's loyalty.

Keywords: Service Quality, Customer's Satisfaction, Customer's Loyalty.

PENDAHULUAN

Dewasa ini, makanan menjadi bagian dari pusat gaya hidup kalangan masyarakat Indonesia. Restoran tentu tidak lagi sulit ditemukan di zaman sekarang ini. Tempat makan komersial ini bisa dijumpai hampir di setiap sudut jalan. Selain menyediakan makanan dan minuman, kini restoran juga menyajikan suasana khusus bagi pengunjungnya. Pelanggan tidak hanya sekedar makan, tetapi juga dapat menikmati suasana istimewa saat datang ke restoran.

Semenjak maraknya acara-acara kuliner di stasiun televisi di Indonesia, seluruh kalangan masyarakat Indonesia mengadopsi acara keliling mencari jenis-jenis makanan baru dan menentukan warung, restoran, atau tempat favorit menjadi bagian dari keharusan gaya hidup. Dengan adanya acara seperti ini menumbuhkan gaya hidup konsumtif yang tinggi untuk sektor pangan, hal ini menumbuhkan secara cepat industri jasa makanan termasuk segala jenis restoran, grosir-grosir bahan makanan, industri bahan makanan dan olahan dan pertumbuhan industri pertanian yang lain. Untuk memenuhi kebutuhan pangan, masyarakat lebih memilih untuk pergi ke restoran-restoran yang menyediakan berbagai macam makanan dengan harga lebih murah daripada memasak sendiri, apalagi jika dibandingkan dengan hilangnya waktu untuk produktifitas yang dihabiskan untuk memasak membuat pilihan untuk pergi mencari tempat-tempat kuliner menjadi kebutuhan pokok. (<http://lifestyle.kompasiana.com>)

Banyak mall-mall ini yang menyebabkan perkembangan restoran di Surabaya sangat pesat. Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Wijaya (2005) menunjukkan bahwa setidaknya terdapat lebih dari 1.300 bisnis makanan dengan jenis makanan yang ditawarkan sangat bervariasi. Waralaba di Indonesia berkembang sangat pesat khususnya pada bidang fast food. Hal ini mungkin dikarenakan para pengusaha waralaba yang menerima waralaba (franchise) diharuskan mengembangkan bisnis melalui master franchise yang kemudian diterima dengan cara mencari kembali atau menunjuk lagi penerima waralaba lanjutan. (<http://www.centerawaralaba.com>).

Salah satu perusahaan makanan cepat saji di kota Surabaya adalah Es Teler 77 Juara Indonesia. Es Teler 77 Juara Indonesia merupakan usaha makanan cepat saji

asli Indonesia pertama yang menerapkan sistem waralaba. Sistem waralaba Es Teler 77 Juara Indonesia sudah berjalan lebih dari 20 tahun, sehingga hampir semua gerai kami dibuka dengan sistem waralaba. Didukung dengan manajemen yang kuat sehingga di tahun 2009 mendapatkan penghargaan dari Majalah Info Franchise Indonesia dan Asosiasi Franchise Indonesia sebagai *Top Franchise ASEAN 2009 dan The Best in Franchise Support, Indonesia Franchisor of the Year 2009* (www.esteler77.com).

METODE PENELITIAN

Jenis data yang digunakan pada penelitian ini adalah data kuantitatif. Data kuantitatif adalah data yang diukur dalam suatu skala numerik atau angka (Kuncoro, 2003: 124). Sumber data yang digunakan pada penelitian ini adalah data primer. Artinya data diperoleh dari responden melalui penyebaran kuesioner, wawancara, *focus grup discussion*, observasi atau tes (Umar, 2002: 91). Penelitian ini menggunakan data primer melalui penyebaran kuesioner. Kuesioner yang disebarakan tersebut mengenai kualitas layanan, *customer satisfaction* dan *customer loyalty* pada Es Teler 77 Surabaya serta disebarakan kepada responden sesuai dengan jumlah yang dibutuhkan dan karakteristik yang telah ditentukan. Kuesioner bersifat tertutup atau *close ended question*, karena jawaban telah ditentukan. Sumber data dalam penelitian ini adalah responden yang pernah makan di Es Teler 77 Surabaya.

Aras pengukuran dalam penelitian ini menggunakan aras interval yaitu aras pengukuran yang memiliki jarak yang sama dan selisih yang jelas pada skala. Menurut Yang *et al.* (2015) alternatif jawaban pada interval disusun dengan skala pengukuran *numerical scale*, dimana responden memberikan penilaian pada pernyataan-pernyataan yang diukur dalam tujuh skala jenjang, seperti berikut:

Sangat Tidak Setuju 1 2 3 4 5 Sangat Setuju

Dalam penelitian ini yang menjadi sampel adalah masyarakat di Surabaya yang pernah berkunjung untuk menikmati makanan dan minuman di Es Teler 77 Surabaya dalam 6 bulan terakhir. Dan memiliki pendidikan minima SMA atau SMK sederajat dengan asumsi agar mampu memahami dan menjawab pernyataan-

pernyataan dalam kuesioner secara obyektif mengenai kualitas layanan, kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan.

Sebelum dilakukan pengolahan data, diperlukan uji validitas dan uji reliabilitas untuk mengetahui apakah data valid dan reliabel. Metode pengolahan data pada penelitian ini mengacu pada jurnal Ryu *et al.*, (2012) menggunakan *Analisis of Moment Structures* (AMOS) yang digunakan sebagai pendekatan umum analisis data dalam model persamaan struktural, *Structural Equation Model* (SEM). Menginterpretasikan model serta melakukan modifikasi model. Memodifikasi model dapat dilakukan dengan mengamati *modification indices* (Hair *et al.* 1998). *Modification indices* digunakan juga untuk pedoman modifikasi. Variabel yang memiliki indeks modifikasi lebih besar atau sama dengan 4,0 menunjukkan bahwa jika variabel itu diestimasi akan menghasilkan penurunan nilai *Chi-square*. Walaupun demikian memodifikasi model yang akan menghasilkan tingkat kesesuaian yang lebih baik tidak dapat dilakukan begitu saja. Pedoman penting dalam memodifikasi model adalah dukungan dan justifikasi teoritis yang kuat.

Pengujian hipotesis dalam SEM disebut dengan model struktural. Pengujian hipotesis ini dilakukan dengan melihat besarnya *critical ratio* dan tingkat signifikansi (Prayogo, 2012). Dalam penelitian ini digunakan tingkat signifikansi (α) sebesar 5%, sehingga hipotesis dapat diterima jika nilai *critical ratio* (*t-value*) $\geq 1,96$.

HASIL PEMBAHASAN

Pada bagian hasil dan pembahasan, akan dibagi menjadi 2 bagian, yang pertama yaitu model pengukuran dan bagian kedua adalah model struktural.

Model Pengukuran

Analisis model pengukuran dilakukan dengan *confirmatory factor analysis* (CFA) pada seluruh konstruk penelitian dan indikatornya. Sebelum dilakukan analisis yang lebih jauh, dilakukan analisis terhadap *Goodness-of-Fit* model pengukuran. Apabila model pengukuran mempunyai nilai *Goodness-of-Fit* yang memenuhi, maka model pengukuran layak dianalisis lebih lanjut. Model

pengukuran dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan program Amos versi 16.0 *for windows*.

Tabel 1
Hasil Uji Kecocokan Model Pengukuran

Good of Fit Index	Cut-off Value	Hasil Model	Keterangan
Cmin/df	< 2.00	2.166	Tidak Baik
RMSEA	≤ 0.08	0.088	Tidak Baik
GFI	≥ 0.90	0.864	Kurang Baik
IFI	≥ 0.90	0.913	Baik
CFI	≥ 0.95	0.911	Kurang Baik

Berdasarkan Tabel 1 diketahui masih cukup banyak kriteria goodness of fit belum memenuhi cut-off value, sehingga model structural harus dimodifikasi agar criteria goodness of fit lebih baik. Modifikasi model dilakukan berdasarkan nilai *modification indices* yang terdapat untuk masing-masing konstruk yang terdapat pada Lampiran 6. Hasil estimasi model structural yang telah dimodifikasi adalah sebagai berikut:

Tabel 2
Hasil Uji Kecocokan Model Pengukuran Setelah Modifikasi

Good of Fit Index	Cut-off Value	Hasil Model	Keterangan
Cmin/df	< 2.00	1.367	Baik
RMSEA	≤ 0.08	0.050	Baik
GFI	≥ 0.90	0.916	Baik
IFI	≥ 0.90	0.976	Baik
CFI	≥ 0.95	0.975	Baik

Berdasarkan Tabel 4.16 diketahui bahwa semua kriteria goodness of fit telah memenuhi cut-off value yang ditetapkan, sehingga model structural dapat dikatakan telah memiliki goodness of fit yang baik. Dengan demikian structural model yang sudah dimodifikasi bisa digunakan untuk pengujian hipotesis.

Tabel 3
Uji Hipotesis

Hipotesis	Pengaruh	<i>Std. Reg. Weight</i>	C.R	Prob.
H1	Kualitas Layanan → Kepuasan Pelanggan (+)	0.676	5.529	0.000
H2	Kualitas Layanan → Loyalitas Pelanggan (+)	0.286	2.490	0.013
H3	Kepuasan Pelanggan → Loyalitas Pelanggan (+)	0.583	4.261	0.000

Hipotesis 1: Pengaruh antara kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan menghasilkan nilai standardized regression weight sebesar 0,676, dengan nilai

probability sebesar $0,000 < 0,05$. Hasil ini menyimpulkan bahwa terdapat pengaruh positif yang signifikan antara kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini berarti peningkatan kualitas layanan, akan meningkatkan secara signifikan kepuasan pelanggan. Dengan demikian maka H1 dapat diterima.

Hipotesis 2: Pengaruh antara kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan menghasilkan nilai standardized regression weight sebesar 0,286, dengan nilai probability sebesar $0,013 < 0,05$. Hasil ini menyimpulkan bahwa terdapat pengaruh positif yang signifikan antara kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan. Hal ini berarti peningkatan kualitas layanan, akan meningkatkan secara signifikan loyalitas pelanggan. Dengan demikian maka H2 dapat diterima.

Hipotesis 3: Pengaruh antara kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan menghasilkan nilai standardized regression weight sebesar 0,583, dengan nilai probability sebesar $0,000 < 0,05$. Hasil ini menyimpulkan bahwa terdapat pengaruh positif yang signifikan antara kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan. Hal ini berarti peningkatan kepuasan pelanggan, akan meningkatkan secara signifikan loyalitas pelanggan. Dengan demikian maka H3 dapat diterima.

Model structural yang disusun dapat juga dihitung besarnya pengaruh tidak langsung yang melalui green satisfaction. Berikut adalah besarnya pengaruh tidak langsung pada structural model:

Tabel 3

Pengaruh Tidak Langsung

Pengaruh	Factor Loading
Kualitas Layanan → Kepuasan Pelanggan → Loyalitas Pelanggan	= 0.676×0.583 = 0.394

Tabel 3 menjelaskan bahwa besarnya pengaruh tidak langsung antara kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan yang melalui kepuasan pelanggan adalah sebesar 0,394. Hasil ini menunjukkan pengaruh tidak langsung 0.394 lebih besar dibandingkan pengaruh langsung sebesar 0,286 sehingga dapat disimpulkan bahwa kepuasan pelanggan dapat menjadi variabel mediasi hubungan antara kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan.

Tabel 4

Nilai R-Square

Variabel Endogen	Nilai R-Square
Kepuasan Pelanggan	0.457
Loyalitas Pelanggan	0.647

Berdasarkan Tabel 4 diketahui nilai R-Square untuk kepuasan pelanggan adalah sebesar 0,457 memiliki arti bahwa prosentase besarnya keragaman kepuasan pelanggan yang dapat dijelaskan oleh kualitas layanan sebesar 45,7%.

Nilai R-Square untuk loyalitas pelanggan sebesar 0,647 memiliki arti bahwa prosentase besarnya keragaman loyalitas pelanggan yang dapat dijelaskan (dipengaruhi) oleh kualitas layanan dan loyalitas pelanggan sebesar 64,7%.

Nilai R-Square total (R^2_m) yang diperoleh sebesar: $1 - [(1-0,457) \times (1-0,647)] = 0,808$, artinya besarnya keragaman dari fenomena loyalitas pelanggan dapat dijelaskan oleh model structural sebesar 80,8%, sedangkan 19,2% sisanya dijelaskan faktor lain di luar model.

KESIMPULAN DAN SARAN

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas layanan berpengaruh secara positif terhadap kepuasan pelanggan, serta kepuasan pelanggan berpengaruh secara positif terhadap loyalitas pelanggan, dan kualitas layanan berpengaruh secara positif terhadap loyalitas pelanggan.

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, hasil analisis, dan pembahasan yang telah diuraikan maka dapat ditarik kesimpulan dari penelitian ini sebagai berikut :

Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan Es Teler 77 Surabaya. Artinya, semakin baik kualitas pelayanan yang diberikan oleh perusahaan restoran Es Teler 77 Surabaya maka dapat meningkatkan kepuasan pelanggannya. Sebaliknya semakin buruk kualitas pelayanan yang diberikan maka semakin rendah pula kepuasan yang dirasakan oleh pelanggannya.

Kepuasan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan Es Teler 77 Surabaya. Artinya, semakin tinggi tingkat kepuasan yang dirasakan

pelanggan Es Teler 77 Surabaya maka dapat meningkatkan loyalitas pelanggannya. Sebaliknya semakin buruk kepuasan pelanggan yang dirasakan maka semakin rendah pula loyalitas yang akan diberikan oleh pelanggannya.

Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan Es Teler 77 Surabaya. Artinya, semakin baik kualitas pelayanan yang diberikan kepada pelanggan, maka dapat meningkatkan loyalitas pelanggan begitu pula sebaliknya.

Berdasarkan pembahasan dan simpulan dalam penelitian ini, adapun saran untuk perbaikan yang dapat disampaikan kepada perusahaan restoran Es Teler 77 Surabaya sebagai berikut :

Berdasarkan hasil analisis yang dilakukan, dinyatakan kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan. Namun, Berdasarkan deskripsi variabel penelitian, terlihat bahwa responden merasa kurang puas terhadap pelayanan yang diberikan oleh restoran Es Teler 77 Surabaya utamanya pada dimensi Reliability dibandingkan dengan dimensi kualitas pelayanan lainnya, oleh karena itu dimensi Reliability perlu mendapatkan perhatian khusus dari manajemen restoran Es Teler 77 Surabaya. Perbaikan terhadap dimensi Reliability ditekankan pada Keakuratan penanganan atau pengadministrasian catatan/dokumen (misal, struk pembelian) karena item ini memberikan nilai paling rendah. Manajemen bisa melakukan pelatihan lebih lanjut untuk menindak lanjuti permasalahan ini. Selain itu, semua karyawan harus memiliki kemampuan dalam berkomunikasi, sopan santun, cekatan, dan bertanggung jawab penuh terhadap pelanggannya. Semua hal itu dapat dimulai dengan memberikan pelatihan secara rutin kepada seluruh staf mengenai *Standard Operating Procedure* (SOP) serta mengikuti seminar dan pelatihan yang berkaitan dengan kualitas pelayanan. Secara umum pelanggan menginginkan pelayanan yang berkualitas, karenanya hal-hal yang berkaitan atau yang dapat meningkatkan kualitas pelayanan khususnya dimensi daya tanggap perlu lebih diperhatikan.

Kepuasan pelanggan dinyatakan berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan. Maka dari itu, manajemen restoran harus dapat menciptakan pelanggan yang tidak hanya sekedar puas terhadap pelayanan yang diberikan,

dengan harapan memperoleh pelanggan yang loyal terhadap restoran Es Teler 77. Cara yang dapat ditempuh adalah bisa dengan meningkatkan pelayanan dengan mengadakan event spesial pada hari tertentu. Melalui cara tersebut diharapkan Es Teler 77 dapat lebih dekat dan lebih mudah memahami keinginan parapelanggan. Sehingga dapat meningkatkan kepuasan yang nantinya diharapkan dapat berdampak positif terhadap terbentuknya loyalitas.

Kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas, maka manajemen perlu untuk lebih menekankan program *total customer satisfaction* melalui strategi yang berpusat pada kualitas layanan untuk mendapatkan pelanggan yang loyal terhadap restoran Es Teler 77 Surabaya.

DAFTAR PUSTAKA

- Agyapong, Gloria K.Q. (Ed). (2011). *The effect of service quality on customer satisfaction in the utility industry- A Case of Vodavone (Ghana)*.
- Akbar, M.M., and Parvez, N. 2009. Impact of Services Quality, Trust, and Customer Satisfaction on Customer Loyalty, *ABAC Journal*, Vol. 29, No. 1, pp. 24-38.
- Bowen, John T & Shiang-Lih Chen.2001. The Relationship Between Customer Loyalty and Customer Satisfaction, *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, Vol. 13, No. 5, pp. 213-217.
- Istianto, John Hendra dan Maria Josephine Tyra. 2011. A nalisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Rumah Makan Ketty Resto. Palembang. *Jurnal Ekonomi dan Informasi Akuntansi*, 1(3), h: 275-293.
- Kotler, P. (2000), *Marketing management: Analysis, planning, implementation and control*, (8th edn), New Jersey: Prentice Hall International.Inc.
- Kotler, P. Dan G. Amstrong, 2007, *Marketing And Introduction*, Eighth Edition, Upper Saddle River, Pearson Education.
- Kotler, P. Dan K. L. Keller, 2006, *Marketing Management*, 12th Edition, Upper Saddle River, Pearson Education.
- Kotler, Philip, 2012, *Marketing Management*, 14th Edition, Pearson Education Limited, England.
- Kumar, M., Kee, F. T., and Manshor, A. T. 2009. Determining the Relative Importance of Critical Factors in Delivering Service Quality of Banks: an Application of Dominance Analysis in SERVQUAL Model, *Managing Service Quality*, Vol. 19, No. 2, pp. 211-228.
- Lupiyoadi, Hamdani (2006). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Edisi kedua. Jakarta: Penerbit Salemba Empat.
- Ming, S.L., Huey, D.H., and Ming, F.Y. 2010. The Study of The Relationship Among Experiential Marketing, Services Quality, Customer Satisfaction and Customer Loyalty, *International Journal of Organizational Innovation*, pp. 352-378.
- Molae, M., Ansari, and Telmouri, H. 2011. A nalizing The Impact of Service Quality Dimensions on Customer Satisfaction and Loyalty in The Banking

Industry of Iran, *International Journal of Academic Research in Accounting, Finance and Management Sciences*, Vol. 13, No. 3, pp. 5-13.

Molina, A., Consuegra, D., Esteban, A. 2007. Relation Benefit and Customer Satisfaction in Retail Banking, *International Journal of Bank Marketing*, Vol. 25, No. 4, pp. 253-270.

Naeem, H., and Saif, I. 2009. Service Quality and Its Impact on Customer Satisfaction: An Empirical Evidence from the Pakistani Banking Sector, *The International Business and Economics Research Journal*, Vol. 8, No. 12, pp. 99-104.

Palitati, A. 2007. Pengaruh Nilai Pelanggan, Kepuasan Terhadap Loyalitas Nasabah Tabungan Perbankan di Sulawesi Selatan, *Journal Manajemen dan Kewirausahaan*, Vol. 9, No. 1, pp. 73-81.

Ramdhani, M.A., Ramdhani, A., dan Kurniati, D.M. 2011. The Influence of Service Quality Toward Customer Satisfaction of Islamic Sharia Bank, *Australian Journal of Basic and Applied Sciences*, Vol. 5, No. 9, pp. 1099 - 1104.

Siddiqi, K.O. 2011. Between Service Quality Attributes, Customer Satisfaction and Customer Loyalty in the Retail Banking Sector in Bangladesh, *International Journal of Business and Management*, Vol. 6, No. 3, pp. 12 - 36.

Tjiptono, Fandy dan Chandra, Gregorius dan Adriana, Dedi. 2008. Pemasaran Strategic, Yogyakarta: Andi Offset.

Ueltschy, Linda C., Michael Laroche, Axel Eggert, and Uta Bindl. 2007. Service Quality and Satisfaction: An International Comparison of Professional Service Perceptions. *The Journal of Service Marketing*, 21(6), pp: 410-423.

Vranakis, S., Chatzoglou, P., And Mpaloukas, A. 2012. Customer Satisfaction of Greek Mobile Phone Services, *International Journal of Managing Value and Supply Chains*, 3(4), pp: 43-54.

Zeithaml, V. A., Mary Jo Bittner, and Dwayne D. Gremler.,2006. Service Marketing: Intergiry Customers Focus Accros the Firm. 4th Edition. New York: McGraw-Hill.

<http://daftarhargamenudelivery.blogspot.com/2014/05/daftar-harga-menu-es-teler-77.html>. (20 agustus 2015)

<http://dpmi.ubaya.ac.id/index.php?topmenu=4&menu=content&id=4>. (15 oktober 2015)

<https://www.esteler77.com/tentang-kami/> (20 agustus 2015)

<http://www.suara.com/partner/karirpad/read/YZwqag/waiters>. (20 agustus 2015)