

# **ANALISIS LOYALITAS PELANGGAN DENGAN KEPUASAN SEBAGAI VARIABEL *INTERVENING* PADA JASA PERAWATAN KECANTIKAN KULIT “NATASHA SKIN CARE” SIDOARJO**

**Imam Suroso**  
**Fakultas Ekonomi Universitas Jember**

**Abstract:** This study is titled Analysis of Customer Loyalty with satisfaction as intervening variable in Beauty Services Skin "Natasha Skin Care" Sidoarjo will explain how much influence the variable quality of service responsiveness, reliability, assurance, empathy, physical evidence and have a role in creating customer satisfaction . But overall, customer satisfaction variables have a role in creating customer loyalty. The method is a method of analysis used Path Analysis and using AMOS analysis. Based on the research results can be concluded that not all service quality variables proved significant. Effect on customer satisfaction, there are two variables are not significant is the variable responsiveness and variable physical evidence. Influence on loyalty, not all variables proved significant service quality. Influence on customer loyalty, there are two variables are not significant variables reliability and variable assurance.

**Keywords** : responsiveness, reability, assurance, empathy, tangibles, satisfaction, and loyalty.

## **Pendahuluan**

Persaingan global merupakan fenomena yang tidak terhindarkan dalam dunia usaha, terutama ditandai dengan perubahan-perubahan yang serba canggih di bidang komunikasi, informasi, dan teknologi. Untuk itu persaingan dalam dunia usaha menuntut setiap perusahaan untuk lebih cermat dalam menentukan strategi bersaingnya agar dapat memenangkan persaingan. Merancang strategi untuk menarik dan menciptakan transaksi dengan pelanggan baru adalah penting, tetapi yang lebih penting lagi adalah berusaha dengan mempertahankan pelanggan yang sudah ada. Dengan kata lain loyalitas menjadi pusat perhatian perusahaan. Penciptaan kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan adalah dengan meningkatkan kualitas jasa atau layanan kepada pelanggan. Tingkat kepuasan merupakan fungsi dari kesan kinerja dan harapan. Jika kinerja di bawah harapan, pelanggan tidak puas. Jika kinerja memenuhi harapan, pelanggan puas. Jika kinerja melebihi harapan, pelanggan amat puas dan sangat senang. Banyak perusahaan berfokus pada kepuasan tinggi, karena para pelanggan yang hanya merasa puas, mudah untuk berubah pikiran bila mendapat tawaran yang lebih baik. Mereka yang amat puas lebih sulit untuk mengubah pilihannya.

Perusahaan pada umumnya mempunyai tujuan utama, yaitu untuk mendapatkan keuntungan semaksimal mungkin. Dengan adanya persaingan dunia bisnis yang semakin ketat, di samping perubahan kondisi ekonomi seperti perubahan pendapatan, daya beli, selera, kebutuhan dan keinginan masyarakat yang nantinya mempengaruhi perilaku seseorang sebagai konsumen barang dan jasa, maka baik lingkungan internal maupun eksternal, sehingga perusahaan dapat tetap bertahan dan mampu bersaing dengan perusahaan lain yang sejenis.