

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP LOYALITAS DENGAN KEPUASAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING PADA INDOMARET DI WILAYAH KECAMATAN SUMBERSARI JEMBER

(The Influence Of The Quality Of Service On Loyalty Which Satisfaction As Intervening Variable At Indomaret In Summersari Jember)

Nila Milati, Dr. Diah Yulisetiari, Dr. Sumani
Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Jember (UNEJ)
Jln. Kalimantan 37, Jember 68121
E-mail : nila.milati@yahoo.com

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas melalui kepuasan. Penelitian ini dikategorikan sebagai penelitian penjelasan (explanatory research). Penelitian ini dilakukan di Indomaret wilayah Summersari Jember. Populasi dalam penelitian ini ditentukan dengan total indikator dikalikan 10 parameter berjumlah 120 responden, sementara pengambilan sampel ditentukan dengan purposive sampling. Data dikumpulkan menggunakan kuesioner sementara analisis data yang digunakan adalah Path analisis dan uji t. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan (x) berpengaruh secara signifikan (nyata) terhadap loyalitas konsumen. kualitas pelayanan (x) berpengaruh secara signifikan (nyata) terhadap kepuasan konsumen. kepuasan konsumen (z) berpengaruh secara signifikan (nyata) terhadap loyalitas konsumen. Berdasarkan hasil perhitungan koefisien jalur, tampak bahwa total pengaruh variabel Kualitas Pelayanan (X) terhadap Loyalitas konsumen (Y) adalah sebesar 81.4% dengan rincian pengaruh langsung sebesar 67.7% dan pengaruh tidak langsung sebesar 14.7%. Dengan demikian dapat dinyatakan bahwa Kualitas Pelayanan mempengaruhi Loyalitas konsumen melalui kepuasan.

Kata kunci: Kualitas pelayanan, kepuasan, loyalitas

Abstract

This study attempts to influence the quality of service for loyalty through satisfaction .This research are classified as research an explanation (explanatory research). The study is done in indomaret areas summersari jember. Population in research was calculated with a total indicators multiplied 10 parameter were 120 respondents, while the sample collection is determined by purposive sampling.Data were collected uses a questionnaire while analysis the data used is the path analysis and test t. This research result indicates that the quality of services (x) influential significantly (real of loyalty consumers . The quality of services (x) influential significantly (real) of customer satisfaction . Customer satisfaction (z) influential significantly (real) of loyalty consumers. Based on the calculation on the track , it appears that the total variable influence quality of services (x) of loyalty consumers (y) amounted to 81.4% with details of the direct influence of 67.7% and indirect effect of 14.7%. Thus can be expressed that service quality affect consumers through loyalty satisfaction.

Keywords: The quality of service , Satisfaction , Loyalty

Pendahuluan

Dunia bisnis di Indonesia kini mengalami perkembangan yang sangat pesat. Hal ini dikarenakan tingkat masyarakat yang semakin konsumtif sehingga menjadi peluang bagi perusahaan untuk memasukkan produknya dengan karakteristik desain dan harga yang bervariasi. Perusahaan saat ini tidak hanya berusaha mencari pembeli tetapi mereka berusaha agar pembeli dapat ditingkatkan menjadi pelanggan yang selanjutnya diusahakan menjadi konsumen tetap. Usaha ini dilakukan karena pembeli yang menjadi konsumen tetap merupakan indikator bahwa pembeli tersebut telah menjadi loyal terhadap perusahaan atau produk yang ditawarkan kepadanya. Namun demikian untuk

menjadikan konsumen loyal bukan merupakan hal yang mudah dilaksanakan.

Indomaret adalah salah satu bisnis ritel di Indonesia yang memberikan pelayanan kepada konsumen. Perkembangannya akhir-akhir ini sangat cepat sehingga bisa menggeser kekuatan produsen ke retailer. Pelayanan yang sempurna merupakan bagian dari strategi Indomaret untuk mengontrol terhadap mutu pelayanan. Indomaret selalu berupaya agar pelanggannya tetap setia dengan memfokuskan hal tersebut pada kualitas mengingat masih terdapat keluhan – keluhan dari pelanggan mengenai kasir, penataan ruangan yang sempit, dan sikap pelayan. Kualitas pelayanan merupakan tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi harapan pelanggan (Fandy Tjiptono , 2004: 59).

Kualitas pelayanan memberikan suatu dorongan kepada pelanggan untuk menjalin ikatan hubungan yang kuat dengan perusahaan. Dalam jangka panjang, ikatan ini memungkinkan perusahaan untuk memahami dengan seksama terhadap harapan pelanggan serta kebutuhannya. Pelayanan yang bermutu dapat diidentifikasi melalui kepuasan pelanggan (Srinadi dan Nilakusmawati, 2008). Dengan demikian perusahaan dapat meningkatkan kepuasan pelanggan dimana perusahaan memaksimalkan pengalaman pelanggan yang menyenangkan dan meminimumkan pengalaman pelanggan yang kurang menyenangkan (Atmawati dan Wahyuddin, 2007:2).

Kepuasan pelanggan merupakan indikator utama dari standar suatu fasilitas dan sebagai suatu ukuran mutu pelayanan yang diberikan. Hal ini sejalan dengan pendapat (Diah Yulisetiari, 2014) yang mengatakan bahwa kualitas pelayanan berhubungan dengan kepuasan pelanggan. Menurut (Irine, 2009:61) Kepuasan adalah tingkat perasaan seseorang (konsumen) setelah membandingkan antara kinerja atau hasil yang dirasakan (pelayanan yang diterima dan dirasakan) dengan yang diharapkan. Kepuasan pelanggan yang rendah akan berdampak pada jumlah kunjungan, sikap karyawan terhadap konsumen juga akan berdampak terhadap kepuasan konsumen dimana kebutuhan konsumen dari waktu ke waktu akan terus meningkat dan berubah ubah, begitu pula tuntutan akan mutu pelayanan yang diinginkan oleh konsumen. Konsep dari kualitas layanan, kepuasan dan loyalitas saling berhubungan satu dengan yang lain. Secara teoritis, dalam prosesnya dapat memberikan acuan pada penelitian ini, dimana kualitas layanan mempengaruhi loyalitas baik secara langsung maupun mempengaruhi loyalitas secara tidak langsung melalui kepuasan pelanggan.

Loyalitas pelanggan dapat diraih dengan kualitas pelayanan yang memuaskan sesuai dengan harapan pelanggan atau bahkan melebihi dari harapan pelanggan. Kepuasan pelanggan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan (Diah Yulisetiari, 2016). Imbalan dari loyalitas bersifat jangka panjang dan kumulatif jadi semakin lama loyalitas seorang konsumen, semakin besar laba yang dapat diperoleh perusahaan dari seorang konsumen (Yudha, 2007). Hal ini disebabkan terdapat banyak tantangan yang harus dilakukan dan dipertimbangkan agar konsumen menjadi loyal. Loyalitas pelanggan merupakan dorongan perilaku untuk melakukan pembelian secara berulang-ulang dan untuk membangun kesetiaan konsumen terhadap suatu produk/jasa yang dihasilkan oleh suatu perusahaan dan membutuhkan waktu yang lama melalui suatu proses pembelian yang berulang ulang tersebut (Musanto, 2004:104).

Keberadaan Indomaret di Kecamatan Sumbersari menjadi waralaba yang paling dominan, sampai tahun 2016 jumlah Indomaret di Kecamatan Sumbersari mencapai 27 unit gerai yang tersebar. Secara geografis Kecamatan Sumbersari merupakan kecamatan yang memiliki kepadatan yang tinggi sehingga menjadi lokasi yang strategis bagi para pelaku usaha. Selanjutnya, Indomaret mengerti bahwa berjalannya suatu bisnis tidak lepas dari pentingnya sebuah strategi untuk

dapat mempertahankan keunggulan kompetitifnya dengan mengembangkan produknya serta meningkatkan kualitas yang diberikan kepada setiap pelanggan. Indomaret memberikan jaminan kualitas yang merupakan aspek yang harus dipenuhi oleh setiap perusahaan. Hal ini dilakukan perusahaan untuk memberikan kepuasan kepada setiap pelanggan. Mempertahankan pelanggan bukanlah hal yang mudah. Berdasarkan pada permasalahan yang telah diuraikan di atas maka penting dilakukan penelitian tentang pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas melalui kepuasan.

Metode Penelitian

Rancangan atau Desain Penelitian

Rancangan penelitian adalah suatu usulan untuk memecahkan masalah dan merupakan rencana kegiatan yang dibuat oleh peneliti untuk memecahkan masalah, sehingga akan diperoleh data yang valid sesuai dengan tujuan penelitian (Arikunto, 2013:12). Penelitian merupakan suatu kegiatan yang ditujukan untuk memperoleh jawaban atau penjelasan mengenai sesuatu yang diamati. Penelitian ini adalah penelitian penjelasan (*explanatory research*).

Jenis dan Sumber Data

Jenis data yang digunakan dalam artikel ini adalah data kuantitatif. Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer yang diperoleh dari penelitian.

Populasi dan Sampel

Populasi dalam artikel ini adalah seluruh masyarakat Kecamatan Sumbersari Jember yang membeli di Indomaret Kecamatan Sumbersari Jember. Sampel dalam artikel ini adalah 120 responden dengan kriteria.

1. Konsumen yang membeli di Indomaret minimal 2 kali, karena untuk memperoleh validasi data.
2. Konsumen berusia minimal 17 tahun.

Metode Analisis Data

Analisis data dalam penelitian ini menggunakan Path analisis. Analisis jalur path merupakan bagian analisis regresi untuk menganalisis hubungan antar variabel, dimana variabel bebas mempengaruhi variabel terikat baik secara langsung maupun tidak langsung melalui satu atau dua perantara (Sarwono, 2006:147). Pengujian hipotesis dalam penelitian ini menggunakan uji T.

Hasil Penelitian

Karakteristik Responden

1.Usia

Tabel 1.Distribusi Frekuensi Umur Responden

No	Usia	Frekuensi	Persentase (%)
1	17-25 tahun	59	49.2
2	26-34 tahun	31	25.8
3	35-43 tahun	30	25.0
Jumlah		120	100.0

Sumber: data diolah 2016

Berdasarkan datadari Tabel 1 dapat diketahui bahwa sebagian besar konsumen indomaret berumur 17-25 tahun sebanyak 59 orang (49.2%).

2. Pendidikan

Tabel 2 Distribusi frekuensi Pendidikan Responden

No	Pendidikan	Frekuensi	Persentase (%)
1	Dasar	13	10.8
2	Menengah	55	45.8
3	Tinggi	52	43.3
Jumlah		120	100.0

Sumber: data diolah 2016

Berdasarkan data dari Tabel 2 dapat diketahui bahwa sebagian besar pendidikan konsumen indomaret adalah menengah sebanyak 55orang (45.8%).

3.Status Pernikahan

Tabel 3 Distribusi frekuensi Status Pernikahan Responden

No	Status Pernikahan	Frekuensi	Persentase (%)
1	Menikah	52	43.3
2	Tidak Menikah	68	56.7
Jumlah		120	100.0

Sumber: data diolah 2016

Berdasarkan data dari Tabel 3 dapat diketahui bahwa sebagian besar konsumen indomaret belum menikah sebanyak 68orang(56.7%).

4.Pekerjaan

Tabel 4Distribusi frekuensi Pekerjaan Responden

No	Pekerjaan	Frekuensi	Persentase (%)
1	PNS	13	10.8
2	Pegawai swasta	15	12.5
3	Wiraswasta	30	25.0
4	Petani	4	3.3
5	Pelajar/Mahasiswa	58	48.3
Jumlah		120	100.0

Sumber: data diolah 2016

Berdasarkan data dari Tabel 4.4 dapat diketahui bahwa sebagian besar konsumen indomaret adalah Pelajar/Mahasiswasebanyak 58 orang (48.3%).

5.Intensitas Pembelian

Tabel 5 Distribusi frekuensi Intensitas Pembelian Responden

No	Intensitas Pembelian	Frekuensi	Persentase (%)
1	1-2 kali	2	1.7
2	3-4 kali	26	21.7
3	>4 kali	92	76.7
Jumlah		120	100.0

Sumber: data diolah 2016

Berdasarkan data dari Tabel 5 dapat diketahui bahwa sebagian besar konsumen indomaret telah melakukan pembelian lebih dari 4 kali sebanyak92 orang (76.7%).

Tabel 6. Hasil Analisis Deskripsi Statistik Variabel kualitas pelayanan (x), kepuasan (z), loyalitas (y)

Item Variabel	Rata – Rata Jawaban Responden %					
	SS	S	CS	TS	STS	Total %
X	4,73	69,6	33,3	1,5	0	100
Y	12,7	71,1	25,2	0	0	100
Z	6,67	73	27	2,4	0	100

Sumber : Data Primer diolah, 2016

Tabel 6. menunjukkan bahwa konsumen setuju dengan pelyanan yang diberikan karyawan indomaret, konsumen setuju dengan kepuasan atas indomaret, dan konsumen juga loyal terhadap indomaret.

Analisis Jalur (Path Analysis)

Pada bagian ini menguraikan tiap-tiap jalur pada bagian model dengan menggunakan analisis jalur (Path Analysis). Tiap-tiap jalur yang diuji menunjukkan pengaruh langsung dan tidak langsung Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan konsumen danLoyalitas konsumenIndomaret. Dengan mengetahui signifikan atau tidaknya tiap-tiap jalur tersebut akan menjawab apakah hipotesis yang diajukan diterima atau ditolak. Masing-masing jalur yang diuji mewakili hipotesis yang ada dalam penelitian ini. Nilai koefisien jalur dapat dilihat pada tabel berikut ini.

Tabel 2 Hasil Analisis Jalur

Pengujian	Variabel	B	thitung	Sig.	Keterangan
Z	X	0.777	13.415	0.000	Signifikan
Y	X	0.677	8.339	0.000	Signifikan
	Z	0.190	2.337	0.021	Signifikan

Sumber: Data diolah, 2016

Tabel 2 menunjukkan bahwa dari hasil tersebut menunjukkan dari masing – masing variabel berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas

Berdasarkan hasil perhitungan koefisien jalur, tampak bahwa total pengaruh variabel Kualitas Pelayanan (X) terhadap Loyalitas konsumen (Y) adalah sebesar 81.4%

dengan rincian pengaruh langsung sebesar 67.7% dan pengaruh tidak langsung sebesar 14.7%. Dengan demikian dapat dinyatakan bahwa Kualitas Pelayanan mempengaruhi Loyalitas konsumen melalui kepuasan.

Pembahasan

a. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen Indomaret di Kecamatan Sumbersari Jember

Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa Kualitas Pelayanan (X) berpengaruh secara signifikan (nyata) terhadap Kepuasan konsumen. Adanya pengaruh ini berkaitan dengan tanggapan responden pada indikator yang digunakan sebagai pengukuran. Rata-rata penilaian responden pada kualitas pelayanan yang diberikan oleh Indomaret adalah setuju mencapai 69.6%. Indikator yang memberikan kontribusi besar adalah pada pernyataan Karyawan memiliki pengetahuan yang cukup tentang informasi semua produk Indomaret mencapai 84.5%.

Hasil penelitian ini sesuai dengan pendapat Oliver, dalam Rosinta dkk, (2010) kepuasan konsumen merupakan konstruk yang berdiri sendiri dan dipengaruhi oleh kualitas layanan. Zeithaml dkk.,(1996) Kualitas layanan juga dapat mempengaruhi loyalitas konsumen secara langsung dan mempengaruhi loyalitas konsumen secara tidak langsung melalui kepuasan. Gilbert dkk.,(2004) kualitas pelayanan mendorong konsumen untuk komitmen kepada produk dan pelayanan suatu perusahaan sehingga berdampak kepada peningkatan market share suatu produk. Kualitas pelayanan sangat krusial dalam mempertahankan konsumen dalam waktu yang lama. Perusahaan yang memiliki pelayanan yang superior akan dapat memaksimalkan performa keuangan perusahaan.

Hasil penelitian ini didukung dengan penelitian yang dilakukan Nadya Jeanasis (2012), meneliti tentang Analisis pengaruh kualitas pelayanan melalui Kepuasan pasien terhadap loyalitas (Studi Pada Rumah Sakit BMC Padang). Hasil penelitian ini: 1) kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pasien dalam menggunakan jasa Rumah Sakit BMC Padang. 2) kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pasien dalam menggunakan jasa Rumah Sakit BMC Padang, semakin baik dan konsisten kualitas pelayanan yang diberikan rumah sakit, tentu akan semakin meningkatkan komitmen pasien dalam menggunakan jasa Rumah Sakit BMC Padang. 3) kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pasien yang dimediasi oleh kepuasan pasien dalam menggunakan jasa rumah sakit BMC Padang.

Kepuasan konsumen merupakan hal terpenting yang digunakan untuk menarik konsumen. Hal tersebut juga sangat di butuhkan oleh perusahaan-perusahaan sekarang seperti perusahaan retail seperti Indomaret. Salah satu cara untuk meningkatkan kepuasan adalah dengan memberikan pelayanan yang baik kepada konsumen. Kualitas pelayanan diberikan kepada konsumen harus berfungsi untuk lebih memberikan kepuasan yang maksimal, tanpa adanya

pelayanan yang baik, perusahaan tidak mungkin bisa mendapatkan banyak konsumen dalam bisnisnya. Pemberian kualitas pelayanan yang baik inilah yang bisa menjadi salah satu cara untuk menarik perhatian konsumen agar bisnis bisa terus berkembang. Dengan demikian mutlak bagi perusahaan untuk tetap meningkatkan kualitas pelayanannya agar mendongkrak nilai kepuasan konsumen terhadap produk atau jasa yang mereka jual ke konsumen

b. Pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas konsumen indomaret di Kecamatan Sumbersari Jember

Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa Kualitas Pelayanan (X) berpengaruh secara signifikan (nyata) terhadap Loyalitas konsumen. Adanya pengaruh ini berkaitan dengan tanggapan responden pada indikator yang digunakan sebagai pengukuran. Rata-rata kepuasan konsumen indomaret setuju mencapai 73%. Indikator yang memberikan kontribusi besar adalah pada pernyataan Konsumen puas karena memiliki outlet yang mudah dijangkau mencapai 78.2%.

Hasil penelitian ini sesuai dengan teori yang disampaikan oleh Peter and Waterman Jr., (1982:135) Loyalitas konsumen menjadi bagian integral dari revolusi kualitas. Barlaw dan Maul, (2000:24) menyatakan bahwa: "produksilah dengan kualitas tertinggi dan anda akan mendapatkan konsumen yang loyal" telah menjadi mantra di tahun 80-an. Sehingga dampaknya, loyalitas konsumen menjadi area studi terbesar dalam pemasaran. Selama kurang lebih dua puluh tahun, lebih dari 15.000 artikel akademis maupun bisnis telah dipublikasikan (Hoffman & Bateson, 1997:269). Griffin (2003 : 49) menyatakan bahwa apabila penilaian konsumen merasa baik terhadap kualitas pelayanan, maka konsumen akan melakukan pemakaian ulang (repeat customer), bahkan lebih jauh lagi mereka akan melakukan promosi word of mouth kepada rekan, saudara dan kenalannya, dan memiliki kekebalan atas tawaran pesaing.

Hasil penelitian serupa juga dilakukan oleh Rizki Fajar Kusumo Putro (2009), meneliti tentang Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Konsumen Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Pemediasi Studi pada konsumen Fixed-Wire Line Phone di Surakarta. Hasil penelitian tersebut adalah kualitas pelayanan berpengaruh signifikan pada kepuasan konsumen. Kepuasan konsumen berpengaruh signifikan pada loyalitas konsumen. Kepuasan konsumen memediasi pengaruh kualitas pelayanan pada loyalitas.

Loyalitas konsumen berawal dari penilaian konsumen terhadap kualitas pelayanan yang diterimanya (persepsi) berdasarkan harapan yang telah terkonsep dalam pikirannya. Loyalitas konsumen memiliki peran penting dalam sebuah perusahaan, mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan. Dua hal yang menjadi pertimbangan utama perusahaan dalam mempertahankan loyalitas konsumen adalah, pertama karena semakin mahal biaya perolehan konsumen baru dalam iklim kompetisi yang sedemikian

ketat, kedua adalah adanya kenyataan bahwa tingkat profitabiliti perusahaan berbanding lurus dengan pertumbuhan hubungan antara perusahaan dan konsumen secara permanen. Selain itu konsumen yang loyal dapat mendorong perkembangan perusahaan. Karena mereka biasanya memberikan ide atau saran kepada perusahaan agar meningkatkan kualitas pelayanannya. Kualitas yang baik dapat memberikan suatu dorongan kepada konsumen untuk menjalin ikatan hubungan yang kuat dengan perusahaan dalam hal ini Indomaret. Untuk perusahaan jangka panjang ikatan seperti ini memungkinkan untuk memahami dengan seksama harapan konsumen serta kebutuhan mereka.

c. Pengaruh kepuasan terhadap loyalitas konsumen indomaret di Kecamatan Summersari Jember

Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa Kepuasan konsumen (z) berpengaruh secara signifikan (nyata) terhadap Loyalitas konsumen. Adanya pengaruh ini berkaitan dengan indikator penilaian responden. Berdasarkan data rata-rata loyalitas setuju mencapai 71.1%. Indikator yang memberikan kontribusi besar adalah pada pernyataan melakukan pembelian ulang mencapai 74.5 %. Hal memberikan penjelasan bahwa harapan konsumen dengan kenyataan yang diterima sesuai.

Hasil penelitian ini sesuai dengan teori yang disampaikan oleh Jones dan Sasser (1994:745) menyatakan bahwa loyalitas konsumen merupakan suatu variabel endogen yang disebabkan oleh kombinasi dari kepuasan sehingga loyalitas konsumen merupakan fungsi dari kepuasan. Jika hubungan antara kepuasan dengan loyalitas konsumen adalah positif, maka kepuasan yang tinggi akan meningkatkan loyalitas konsumen. Selain itu menurut Mardalis (2005) terdapat juga faktor-faktor lainnya yang mempengaruhi loyalitas konsumen, yaitu Kepuasan Konsumen, Kualitas Jasa, dan Citra. Kepuasan konsumen sebagai perasaan suka atau tidak seseorang terhadap suatu produk setelah ia membandingkan prestasi produk tersebut dengan harapannya. Kepuasan konsumen sebagai tanggapan yang positif pada evaluasi terhadap pengalaman dalam menggunakan suatu produk atau jasa.

Hasil penelitian serupa dilakukan oleh Diah Yulisetiari (2016), meneliti tentang The Effect of relationship Marketing towards Costumer Satisfaction and Customer Loyalty on Franchised retails in East Java. Hasil penelitian ini menunjukkan Konsumen yang puas akan meningkatkan hubungan jangka panjang dengan mempercayai satu sama lain, dan menjaga komunikasi yang baik, sehingga akan membangun loyalitas terhadap ritel waralaba.

Konsumen Indomaret yang puas cenderung akan memberikan penilaian yang positif terhadap indomaret. Kepuasan konsumen sangat penting untuk keberlangsungan perusahaan dalam hal ini Indomaret, karena dengan konsumen yang puas maka akan berdampak positif pada perusahaan, seperti menceritakan hal-hal yang positif kepada orang, merekomendasikan orang lain untuk

melakukan pembelian, dan terjadinya pembelian secara berulang. Kepuasan ini pada gilirannya akan membentuk loyalitas terhadap perusahaan. Ketika konsumen merasa puas terhadap produk maupun jasa yang diberikan oleh suatu perusahaan maka konsumen cenderung untuk kembali melakukan pembelian ulang terhadap produk maupun mengunjungi jasa tersebut dimana hal ini merupakan salah satu indikator dari timbulnya loyalitas konsumen.

Banyak manfaat yang diterima oleh perusahaan dengan tercapainya tingkat kepuasan konsumen yang tinggi. Konsumen yang puas dapat menjadikan hubungan antara perusahaan dan konsumen menjadi harmonis, memberikan dasar yang baik bagi pembelian ulang dan terciptanya loyalitas konsumen, menjadi advokator bagi perusahaan terutama ketika reputasi perusahaan atau produk dicitra oleh orang lain, serta membentuk rekomendasi positif dari mulut ke mulut yang sangat menguntungkan bagi perusahaan.

Berdasarkan hasil analisis jalur diketahui bahwa kepuasan memediasi pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas konsumen, tetapi dengan melewati kepuasan maka loyalitas konsumen akan semakin memperlemah pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas konsumen

Kesimpulan dan Keterbatasan

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian pada bab sebelumnya, maka hasil dari penelitian ini dapat disimpulkan sebagai berikut.

1. Kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Indomaret di Kecamatan Summersari Jember. Artinya semakin baik kualitas yang diberikan maka akan semakin meningkat kepuasan konsumen.
2. Kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas konsumen pada Indomaret di Kecamatan Summersari Jember. Artinya semakin baik kualitas pelayanan yang diberikan maka semakin meningkat pula loyalitas konsumennya.
3. Kepuasan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas konsumen pada Indomaret di Kecamatan Summersari Jember. Artinya semakin puas konsumen terhadap pelayanan yang diberikan maka akan semakin loyal konsumen terhadap indomaret.

Keterbatasan dan Saran

Keterbatasan

Pelaksanaan penelitian ini dilaksanakan sesuai dengan prosedur ilmiah, namun demikian masih memiliki keterbatasan yaitu: Penelitian ini hanya dilakukan pada konsumen Indomaret wilayah Kecamatan Summersari Jember, sehingga masih belum bisa dijadikan kebenaran umum, karena tidak menutup kemungkinan akan memiliki hasil yang berbeda jika dilakukan di daerah lainnya.

Saran

Sebaiknya untuk peneliti selanjutnya lebih memperluas wilayah penelitian, agar dapat dijadikan kebenaran umum.

layanan, Kualitas Produk, dan Nilai Nasabah Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Bank Mandiri. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*. Vol. : 11, No.1.

Ucapan Terima Kasih

Penulis mengucapkan terima kasih pada berbagai pihak yang membantu kesempurnaan penulisan ini. Dosen pembimbing skripsi Ibu Dr. Diah Yulisetiari M.Si, dan Bapak. Dr. Sumani, M.Si. Terima kasih kepada Indomaret Jember yang telah memberikan kesempatan melakukan penelitian, Responden yang telah meluangkan waktu untuk mengisi keusioner.

Hoffman, K. Douglas, dan John E.G. Bateson. 1997. *Essentials of Service Marketing Florida : the Dryden Press*.

Irine, Diana. 2009. *Manajemen Pemasaran Usaha Kesehatan*. Yogyakarta: Nuha Medika.

Jeanasis, Nadya. 2012. Analisis pengaruh kualitas pelayanan melalui Kepuasan pasien terhadap loyalitas (Studi Pada Rumah Sakit BMC Padang). *Thesis, Universitas Andalas*.

Daftar Pustaka

- Arikunto, Suharsimi. 2013. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Rineka Cipta, Jakarta.
- Atmawati dan Wahyuddin., 2007, Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Matahari Departement Store Di Solo Grand Mall. *Jurnal. Ekonomi dan Bisnis, Hal. 1 – 12, Universitas Muhammadiyah Surakarta, Surakarta*
- Augusty, Ferdinand. 2006. *Metode Penelitian Manajemen*. Semarang: Badan. Penerbit Universitas Diponegoro.
- Barlow, J and Maul, D. 2000, *emotional Value-Creating Strong Bonds With Your Customer San Fransisco*: Berret – Koehler Publisher
- Diah Yulisetiari. 2014. The Relationship between Service Quality, Customer Satisfaction and Loyalty in Restaurant Business in East Java. *International Journal of Business and Management Invention* ISSN (Online): 2319 – 8028, ISSN (Print): 2319 – 801X .Volume 3 Issue 5 May. 2014 | PP.01-10. [http://www.ijbmi.org/papers/Vol\(3\)5/Version-3/A0353010010.pdf](http://www.ijbmi.org/papers/Vol(3)5/Version-3/A0353010010.pdf)
- Diah, Yulisetiari. 2016. The Effect of relationship Marketing towards Costumer Satisfaction and Customer Loyalty on Franchised retails in East Java. *Medetaranian Journal of Social Sciences MC SER Publishing, Rome-Italy. Volume7 No 1 January 2016*. <http://www.mcser.org/journal/index.php/mjss/article/view/8680/8338>
- Fandy Tjiptono, 2004, *Strategi Pemasaran, edisi kedua*, Yogyakarta. Andi
- Gilbert, G.R. et.al. 2004, Measuring Customer Satisfaction in The Fast Food Industry: A cross-national Approach. *The Journal of Services Marketing*.
- Griffin, Jill, 2005, *Customer Loyalty*, Edisi Revisi, Jakarta : Erlangga. Hidayat, R. 2009. Pengaruh Kualitas layanan, Kualitas Produk, dan Nilai Nasabah Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Bank Mandiri. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*. Vol. : 11, No.1.
- Hoffman, K. Douglas, dan John E.G. Bateson. 1997. *Essentials of Service Marketing Florida : the Dryden Press*.
- Irine, Diana. 2009. *Manajemen Pemasaran Usaha Kesehatan*. Yogyakarta: Nuha Medika.
- Jeanasis, Nadya. 2012. Analisis pengaruh kualitas pelayanan melalui Kepuasan pasien terhadap loyalitas (Studi Pada Rumah Sakit BMC Padang). *Thesis, Universitas Andalas*.
- Jones, Thomas, and W. Earl Sasser. Jr, 1994, *Marketing (Second Edition)*, United States of America: Me Grow Hill Inc.
- Musanto, Trisno. 2004. Faktor-faktor Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Pelanggan: Studi Kasus pada CV. Media Advertising Surabaya. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan, Vol. 6. pp. 123-136*.
- Mardalis, Ahmad . 2005. *Meraih Loyalitas Pelanggan*. Jakarta : Balai Pustaka.
- Rizki Fajar Kusumo Putro 2009. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Pemeditasi Studi pada pelanggan Fixed-Wire Line Phone di Surakarta. *Skripsi. Universitas Sebelas Maret Surakarta*
- Rosinta, dkk., 2010. Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan dalam Membentuk Loyalitas Pelanggan. Mei—Agus 2010, *Jurnal Ilmu Administrasi dan Organisasi, hlm. 114-126 ISSN 0854-3844. Universitas Indonesia*
- Sarwono. 2006. *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*. Yogyakarta. :Graha Ilmu.
- Srinadi, I Gusti Ayu Made and Desak Putu Eka Nilakusumawati (2008). Faktor-Faktor Penentu Keputusan Mahasiswa Terhadap Pelayanan Fakultas Sebagai Lembaga Pendidikan (Studi Kasus di FMIPA, Universitas Udayana). *November 2008, Th XXVII, No.3. Hal 217-231. Bali: Jurnal Cakrawala Pendidikan*.
- Sugiyono, 2008. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung. Alfabeta.
- Yudha. 2007. Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Jasa dan Penetapan Harga Terhadap Loyalitas Konsumen pada Hotel Arwana di Jakarta. *Skripsi. FE UNNES Semarang : tidak diterbitkan*.

Zeithaml, Valarie A and Mary Jo Bitner. 2000. *Service Marketing*. Singapore: Me Graw-Hill Companies Inc.: 3-287

