

Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan melalui Kepuasan Pelanggan sebagai Variabel Mediasi pada CV. Jaya Utama Teknik di Kabupaten Badung

I Kadek Agus Maha Putra⁽¹⁾

I Gusti Ayu Wimba⁽²⁾

Putu Hery Susanti⁽³⁾

⁽¹⁾⁽²⁾⁽³⁾Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi Bisnis dan Pariwisata Universitas Hindu Indonesia
e-mail: agusmaha54@gmail.com

Diterima: 20 April 2021	Direvisi: 29 April 2021	Disetujui: 30 April 2021
-------------------------	-------------------------	--------------------------

ABSTRACT

An increasing quality of services could become a beneficial asset to raise customer satisfaction and customer loyalty. The purpose of this research is to know how quality of services affects customer loyalty through customer satisfaction as mediation variables. 46 samples taken using determining of saturated samples methods. The data analysis technique used is path analysis. A pattern analysis revealed that quality of services has a positive and significant influence towards customer loyalty, quality of services has a positive and significant influence towards customer satisfaction, customer satisfaction has a positive and significant influence towards customer loyalty and customer satisfaction can improve the relationship between the quality of services and the loyalty of customers. The advice given in this research is CV. Jaya Utama Teknik in Badung regency is recommended to maintain such as quick quality of services, thus being able to increase the customer satisfaction and maintain customer loyalty.

Key words: customer loyalty, quality of services, customer satisfaction

ABSTRAK

Peningkatan kualitas pelayanan dapat dijadikan sebagai sebuah keunggulan untuk meningkatkan kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan sebagai variabel mediasi. Pengambilan sampel sebanyak 46 perusahaan dengan metode penentuan sampel jenuh. Teknik analisis data yang digunakan yaitu analisis jalur (*path analysis*). Berdasarkan hasil penelitian uji analisis jalur didapatkan bahwa Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan, Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan, Kepuasan Pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan dan Kepuasan Pelanggan dapat memediasi hubungan antara Kualitas Pelayanan dengan Loyalitas Pelanggan. Saran yang diberikan dalam penelitian ini adalah CV. Jaya Utama Teknik di Kabupaten Badung disarankan agar menjaga kualitas pelayanan seperti pelayanan yang cepat, sehingga mampu meningkatkan ras puas pelanggan dan menjaga loyalitas pelanggan.

Kata kunci: loyalitas pelanggan, kualitas pelayanan, kepuasan pelanggan

Pendahuluan

Dalam upaya meningkatkan daya saing, setiap perusahaan hendaknya mampu membuat suatu strategi yang dapat meningkatkan produktivitas dan mutu jasa yang diharapkan.

Berdasarkan hal tersebut dapat dikatakan sebuah usaha jasa haruslah mampu memberikan sebuah pelayanan yang prima. Dimana pelayanan tersebut dapat dijadikan sebagai sebuah keunggulan dibandingkan dengan usaha jasa lainnya, sehingga mampu bertahan dalam persaingan iklim yang ketat. Sebuah perusahaan yang mempunyai keunggulan bersaing dapat dilihat salah satu dari banyaknya jumlah pelanggan yang memiliki loyalitas tinggi. Kualitas pelayanan yang sesuai dengan keinginan pelanggan maka akan menumbuhkan loyalitas pada pelanggan atau menggunakan ulang jasa yang ditawarkan oleh perusahaan tersebut.

Loyalitas pelanggan sebagai kekuatan hubungan Antara sikap relative individu terhadap suatu kesatuan (merek, jasa, toko, atau pemasok) dan pembelian ulang. Loyalitas pelanggan menekankan pada runtutan pembelian yang dilakukan pelanggan seperti proporsi dan probabilitas pembelian. Loyalitas pelanggan merupakan faktor penting yang menjadi alat ukur pembelian kembali (Surya dan Setiyaningrum 2009). Kesetiaan tidak terbentuk dalam waktu singkat tetapi melalui proses belajar dan berdasarkan hasil pengalaman dari pelanggan itu sendiri dari pembelian sepanjang waktu. Bila yang didapat sudah sesuai dengan harapan maka proses pembelian terus berulang. Menurut Supranto dalam (Dewi, 2009) loyalitas dapat didefinisikan sebagai sikap pelanggan terhadap suatu produk / merek yang diwujudkan dengan membeli terus menerus produk yang sama sepanjang waktu yang merupakan hasil dari pembelajaran dimana jasa dapat memuaskan kebutuhannya. Dari definisi diatas dapat diartikan bahwa loyalitas pelanggan sangat penting bagi perusahaan.

Adapun faktor yang dapat mempengaruhi loyalitas pelanggan adalah kualitas pelayanan. Menurut (Tjiptono, 2007), kualitas pelayanan adalah tingkat kesempurnaan yang diharapkan atas kesempurnaan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan. kualitas pelayanan menjadi suatu keharusan bagi perusahaan agar dapat mampu bertahan dan tetap mendapat kepercayaan pelanggan. penilaian kualitas pelayanan ditentukan oleh pengguna jasa layanan tersebut, pengguna jasa akan menilai dengan membandingkan pelayanan yang akan mereka terima dengan yang mereka harapkan. Menurut Menurut (Tjiptono, 2016) menyatakan bahwa Kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan.

Penelitian dilakukan oleh Dewi (2016) menunjukkan adanya pengaruh kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas. Penelitian yang dilakukan oleh Putri & Utomo (2017) menunjukkan adanya pengaruh kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan secara signifikan pada tingkat signifikansi. Penelitian lainnya dilakukan oleh Fitriani (2016) menunjukkan bahwa kualitas pelayanan mempunyai pengaruh tidak langsung

terhadap loyalitas pasien melalui kepuasan pasien. Adanya ketidakkonsistenan pada beberapa hasil penelitian tersebut, maka perlu kiranya digunakan variabel lain yang diduga mampu memediasi hubungan kualitas pelayanan dengan loyalitas pelanggan, adapun variabel tersebut yaitu kepuasan pelanggan.

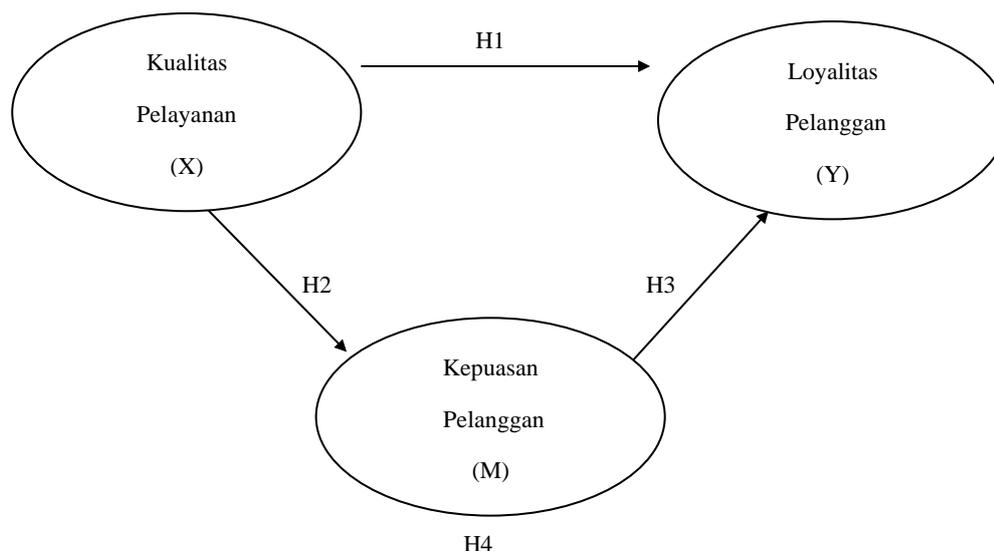
Penelitian ini dilakukan di CV. Jaya Utama Teknik di Kabupaten Badung, yang merupakan sebuah perusahaan yang menyelenggarakan kegiatan usaha di bidang jasa. CV Jaya Utama Teknik di Kabupaten Badung didirikan berdasarkan akta no 66 tanggal 28 Juli 2005 CV Jaya Utama Teknik memiliki satu perusahaan besar yang beralamat di Jl. Tibung Sari No. 20 Kwanji, Dalung, Badung. CV. Jaya Utama Teknik di Kabupaten Badung tahun 2019 pada pada setiap bulannya mengalami kenaikan dan penurunan atau mengalami perkembangan berfluktuasi (tidak tetap) sehingga total dari jumlah pelanggan CV. Jaya Utama Teknik di Kabupaten Badung pada bulan januari sampai desember tahun 2019 sebanyak 46 pelanggan dan 2.948 unit service AC . Hal ini tentu menjadi hal yang serius bagi perusahaan mengingat usaha jasa pelayanan membutuhkan pelanggan yang banyak yang loyal untuk menjaga eksistensinya dalam persaingan bisnis jasa.

Banyaknya penurunan yang signifikan tersebut diduga disebabkan kurang maksimalnya karyawan CV. Jaya Utama Teknik di Kabupaten Badung, dalam pemberian pelayanan, seperti kurangnya teknisi di bidang tata udara, kesediaan karyawan untuk merespon permintaan dan mengatasi keluhan yang diajukan pelanggan kurang cepat berdasarkan hasil observasi yang telah dilakukan diketahui bahwa kualitas pelayanan yang diberikan kurang maksimal sehingga pelanggan menjadi kurang loyal pada CV. Jaya Utama Teknik di Kabupaten Badung kondisi ini menyebabkan pada dasarnya setiap perusahaan yang melakukan program kualitas pelayanan maka akan menciptakan kepuasan pelanggan. Pelanggan yang memperoleh kepuasan dalam pelayanan merupakan modal dasar bagi perusahaan dalam membentuk loyalitas pelanggan.

Tujuan penelitian ini adalah (1) untuk mengetahui Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan pada CV. Jaya Utama Teknik di Kabupaten Badung, (2) untuk mengetahui Pengaruh Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan pada CV. Jaya Utama Teknik di Kabupaten Badung, (3) untuk mengetahui Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan pada CV. Jaya Utama Teknik di Kabupaten Badung, (4) untuk mengetahui Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan melalui Kepuasan Pelanggan sebagai variabel mediasi pada CV. Jaya Utama Teknik di Kabupaten Badung.

Metode Penelitian

Kerangka berpikir pada penelitian ini terlihat pada Gambar 1



Gambar 1. Kerangka Berfikir

Penelitian ini dilaksanakan di CV. Jaya Utama Teknik yang berlokasi di Jl. Tibung Sari No. 20 Kwanji, Dalung, Kabupaten Badung, Bali. Yang menjadi obyek penelitian ini adalah pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan melalui Kepuasan Pelanggan sebagai variabel mediasi pada CV. Jaya Utama Teknik di Kabupaten Badung. Variabel *independent* dalam penelitian ini adalah kualitas pelayanan (X), variabel *dependent* dalam penelitian ini adalah loyalitas pelanggan (Y) dan variabel *intervening* dalam penelitian ini adalah Kepuasan Pelanggan (M). Populasi dalam penelitian ini adalah jumlah pelanggan pada CV. Jaya Utama Teknik di Kabupaten Badung sebanyak 46 Perusahaan dari bulan januari sampai desember tahun 2019, yang menjadi sampel semua pelanggan pada CV Jaya Utama Teknik di Kabupaten Badung tahun 2019. Metode pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan metode yaitu kuesioner. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis jalur (*path analysis*).

Hasil Penelitian dan Pembahasan

Adapun karakteristik responden pada penelitian ini adalah ditinjau dari jenis kelamin, umur, pendidikan, dan masa kerja yang dapat dilihat pada Tabel 1 berikut.

Dilihat dari jenis kelamin, responden yang berjenis kelamin laki-laki adalah sebanyak 46 orang atau 100% jauh sangat dominan jika dibandingkan dengan responden yang berjenis kelamin perempuan 0%. Dilihat dari umur, responden yang berusia 31 – 40 tahun sebanyak 28 orang (60,86%) dan yang berusia 41 – 50 tahun (39,14%). Kemudian tidak ada responden untuk usia 21-30 tahun dan > 50 tahun (0%). Dilihat dari pendidikan terakhir, responden dengan pendidikan Dlpoma sebanyak 15 orang (32,61%) dan pendidikan terakhir Sarjana sebanyak 31

orang (67,39%). Sedangkan yang berpendidikan SD/SMP/SMA/Sederajat tidak ada (0%), responden dengan pendidikan Diploma sebanyak 20 orang atau 16,13%. Hal ini berarti pelanggan pada CV. Jaya Utama Teknik di Kabupaten Badung lebih dominan berpendidikan terakhir Sarjana yaitu sebanyak 31 orang. Dilihat dari pekerjaan, responden yang bekerja sebagai pegawai swasta sebanyak 32 orang (69,56%), responden bekerja sebagai PNS sebanyak 14 orang (30,44%) dan tidak terdapat responden yang bekerja sebagai pegawai honor (0%). Dilihat dari frekuensi jasa service, responden yang melakukan kunjungan jasa service 1 – 2 kali sebanyak 35 perusahaan (76,08%), kunjungan 3 – 5 kali sebanyak 11 perusahaan (23,92%) dan tidak ada yang melakukan kunjungan lebih dari 5 kali atau (0%).

Tabel 1. Karakteristik Responden

Jenis Kelamin	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
Laki-laki	46	100,0
Perempuan	-	0
Total	46	100,0
Umur	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
21 - 30 Tahun	-	0
31 – 40 Tahun	28	60,86
41 – 50 Tahun	18	39,14
> 50 Tahun	-	0
Total	46	100,0
Pendidikan Terakhir	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
SD/Sederajat	-	0
SMP/Sederajat	-	0
SMA/Sederajat	-	0
Diploma	15	32,61
Sarjana	31	67,39
Total	46	100,0
Pekerjaan	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
Pegawai Swasta	32	69,56
Pegawai Honor	-	0
PNS	14	30,44
Total	46	100,0
Frekuensi Jasa Service	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
1 – 2 Kali	35	76,08
3 – 5 Kali	11	23,92
> 5 Kali	-	0
Total	46	100,0

Sumber: Data diolah, 2021

Rekapitulasi hasil uji instrumen dalam penelitian ini dapat dilihat pada Tabel 2 di bawah ini. Berdasarkan Tabel 2 di atas, maka semua variabel memiliki nilai koefisien korelasi berada di atas 0,3 dengan demikian semua instrumen tersebut adalah valid, sehingga layak dijadikan instrumen penelitian. Berdasarkan Tabel 2 di atas, maka semua variabel memiliki nilai koefisien *Alpha Cronbach* berada di atas 0,6 dengan demikian semua instrumen tersebut adalah reliabel, sehingga layak dijadikan instrumen penelitian.

Tabel 2. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas

Item Pernyataan	Koefisien Korelasi > 0,30	Cronbach's Alpha > 0,6	Keterangan
Loyalitas Pelanggan (Y)			
Y1	0,829	0,853	Valid dan reliabel
Y2	0,906		Valid dan reliabel
Y3	0,906		Valid dan reliabel
Kualitas Pelayanan (X)			
X.1	0,887	0,918	Valid dan reliabel
X.2	0,914		Valid dan reliabel
X.3	0,840		Valid dan reliabel
X.4	0,925		Valid dan reliabel
X.5	0,775		Valid dan reliabel
Kepuasan Pelanggan (M)			
M.1	0,771	0,876	Valid dan reliabel
M.2	0,758		Valid dan reliabel
M.3	0,931		Valid dan reliabel
M.4	0,863		Valid dan reliabel
M.5	0,805		Valid dan reliabel

Sumber: Data diolah, 2021

Berikut adalah deskripsi data masing-masing variabel yang diperoleh pada penelitian ini.

Tabel 3. Jawaban Responden Tentang Loyalitas Pelanggan

No.	Pernyataan	Jawaban Responden					Jumlah Skor	Rata-rata Skor	Kategori
		5	4	3	2	1			
1	Saya selalu setia menggunakan jasa service tata udara pada CV. Jaya Utama Teknik di Kabupaten Badung.	2	6	16	22	-	126	2,74	Cukup Baik
2	Saya tidak terpengaruh terhadap cerita orang yang menjelek-jelekkan CV. Jaya Utama Teknik di Kabupaten Badung.	13	12	14	7	-	169	3,67	Baik
3	Saya selalu menceritakan kepada orang lain tentang keuntungan menjadi pelanggan pada CV. Jaya Utama Teknik di Kabupaten Badung.	9	22	10	5	-	173	3,76	Baik
Jumlah							468	10,17	
Rata-rata							156,0	3,39	Cukup Baik

Sumber: Data diolah, 2021

Berdasarkan Tabel 3 diketahui rata-rata skor dari 3 pernyataan sebesar 3,39 yang berada di kisaran 2,62 – 3,42 yang berarti cukup baik. Hal ini berarti bahwa pelanggan CV. Jaya Utama Teknik di Kabupaten Badung yang menjadi responden dalam penelitian ini menyatakan kondisi loyalitas pelanggan secara keseluruhan dalam kondisi baik.

Berdasarkan Tabel 4 diketahui rata-rata skor dari 5 pernyataan sebesar 3,21 yang berada di kisaran 2,62 – 3,42 yang berarti cukup baik. Hal ini berarti bahwa pelanggan CV. Jaya Utama

Teknik di Kabupaten Badung yang menjadi responden dalam penelitian ini menyatakan kondisi kualitas pelayanan secara keseluruhan dalam kondisi yang perlu ditingkatkan lagi

Tabel 4. Jawaban Responden Tentang Kualitas Pelayanan

No.	Pernyataan	Jawaban Responden					Jumlah Skor	Rata-rata Skor	Kategori
		5	4	3	2	1			
1	CV. Jaya Utama Teknik di Kabupaten Badung memiliki peralatan teknik yang lengkap.	13	11	16	6	-	169	3,67	Baik
2	Pelanggan CV. Jaya Utama Teknik di Kabupaten Badung cermat dalam memberikan informasi pelayanan kepada pelanggan.	13	11	14	8	-	167	3,63	Baik
3	Pelanggan CV. Jaya Utama Teknik di Kabupaten Badung tanggap dalam merespon keluhan pelanggan.	1	8	16	21	-	127	2,76	Cukup Baik
4	Pelanggan CV. Jaya Utama Teknik di Kabupaten Badung memberikan jaminan garansi dalam setiap pelayanan jasa service tata udara.	13	13	9	11	-	166	3,61	Baik
5	Pelanggan CV. Jaya Utama Teknik di Kabupaten Badung mampu memberikan pelayanan dengan sikap ramah kepada pelanggan.	1	10	16	19	-	131	2,85	Cukup Baik
Jumlah							760	16,52	
Rata-rata							152,0	3,21	Cukup Baik

Sumber: Data diolah, 2021

Berdasarkan Tabel 4 diketahui rata-rata skor dari 5 pernyataan sebesar 3,21 yang berada di kisaran 2,62 – 3,42 yang berarti cukup baik. Hal ini berarti bahwa pelanggan CV. Jaya Utama Teknik di Kabupaten Badung yang menjadi responden dalam penelitian ini menyatakan kondisi kualitas pelayanan secara keseluruhan dalam kondisi yang perlu ditingkatkan lagi.

Berdasarkan Tabel 5 bahwa rata-rata skor dari 5 pernyataan sebesar 3,35 yang berada di kisaran 2,62 – 3,42 yang berarti cukup baik. Hal ini berarti bahwa pelanggan CV. Jaya Utama Teknik di Kabupaten Badung yang menjadi responden dalam penelitian ini menyatakan kondisi kepuasan pelanggan secara keseluruhan dalam kondisi yang perlu ditingkatkan lagi.

Di dalam analisis jalur, pengaruh langsung dinyatakan dengan koefisien ρ_i , sedangkan pengaruh tidak langsung dan pengaruh total dapat dihitung dengan membuat perhitungan tersendiri. Untuk pendugaan parameter dilakukan dengan analisis regresi melalui SPSS 23.0 diperoleh hasil sebagai berikut.

$$\text{Substruktur 1: } M = \beta_1 X + e$$

Tabel 5. Jawaban Responden Tentang Kepuasan Pelanggan

No.	Pernyataan	Jawaban Responden					Jumlah Skor	Rata-rata Skor	Kategori
		5	4	3	2	1			
1	Saya merasa puas secara keseluruhan terhadap pelayanan yang diberikan oleh teknisi CV. Jaya Utama Teknik di Kabupaten Badung.	3	5	21	17	-	132	2,87	Cukup Baik
2	Setelah menggunakan jasa service tata udara yang diberikan CV. Jaya Utama Teknik di Kabupaten Badung telah memenuhi harapan saya tentang sebuah pelayanan yang berkualitas.	9	6	18	13	-	149	3,24	Cukup Baik
3	Saya berniat kembali menggunakan jasa service tata udara dengan pelayanan yang diberikan CV. Jaya Utama Teknik di Kabupaten Badung.	13	14	12	7	-	171	3,72	Baik
4	Saya akan merekomendasikan kepada perusahaan lain untuk menggunakan jasa service tata udara di CV. Jaya Utama Teknik di Kabupaten Badung.	11	21	9	5	-	176	3,83	Baik
5	Saya merasa akan beralih ke tempat lain karena merasa tidak puas dengan pelayanan jasa service tata udara yang diberikan CV. Jaya Utama Teknik di Kabupaten Badung.	6	9	14	17	-	142	3,09	Cukup Baik
Jumlah							770	16,74	
Rata-rata							154,0	3,35	Cukup Baik

Sumber: Data diolah, 2021

Dari hasil perhitungan pada pengujian data diperoleh hasil sebagai berikut.

Tabel 6. Coefficients Substruktur 1 (Model 1)

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	5.047	1.613		3.129	.003
1 Kualitas Pelayanan	.708	.095	.748	7.487	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Sumber: Data diolah, 2021

$$\text{Substruktur 2 : } Y = \beta_1 X + \beta_2 M + e$$

Dari hasil perhitungan pada pengujian data diperoleh hasil sebagai berikut.

Tabel 7. Coefficients Substruktur 2 (Model 2)

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error			
(Constant)	1.996	1.049		1.902	.064
1 Kualitas Pelayanan	.190	.084	.331	2.271	.028
Kepuasan Pelanggan	.301	.089	.494	3.388	.002

a. Dependent Variable: Loyalitas Pelanggan

Sumber: Data diolah, 2021

Berdasarkan perhitungan terhadap substruktur 1, dan 2, maka dapat diketahui besarnya pengaruh langsung, pengaruh tidak langsung dan pengaruh total antar variabel. Perhitungan pengaruh antar variabel adalah sebagai berikut.

Tabel 8. Pengaruh Langsung, Pengaruh Tidak Langsung, dan Pengaruh Total Variabel Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pelanggan, dan Loyalitas Pelanggan

Variabel		Pengaruh Langsung	Pengaruh Tidak langsung melalui Kepuasan Pelanggan	Pengaruh Total
Kualitas Pelayanan	Loyalitas Pelanggan	0,190	0,63	0,820
Kualitas Pelayanan	Kepuasan Pelanggan	0,708		0,708
Kepuasan Pelanggan	Loyalitas Pelanggan	0,301		0,301

Sumber: Data diolah, 2021

Ada dua indikator untuk melakukan pemeriksaan validitas model, yaitu koefisien determinasi total dan *theory trimming* dimana hasilnya dapat disajikan sebagai berikut.

a. Hasil koefisien determinasi total :

$$R^2_m = 1 - (1-0,560) (1-0,598)$$

$$R^2_m = 1 - 0,176$$

$$R^2_m = 0,824$$

Artinya, keragaman data yang dapat dijelaskan oleh model adalah sebesar 82,4 persen

Uji validasi pada setiap jalur untuk pengaruh langsung adalah sama dengan regresi, menggunakan nilai p dari uji t yaitu pengujian koefisien regresi variabel dibakukan secara parsial dengan Kualitas Pelayanan (X) terhadap Kepuasan Pelanggan (M) adalah 7,487 sig 0,000, Kualitas Pelayanan (X) terhadap Loyalitas Pelanggan (Y) adalah 2,271 dengan sig 0,028, variabel Kepuasan Pelanggan (M) terhadap Loyalitas Pelanggan (Y) sebesar 3,388 dengan sig 0,002

Untuk menguji variabel mediator yang memediasi hubungan antara variabel terikat dengan variabel bebas dapat dilakukan tahapan sebagai berikut:

Pengaruh tidak langsung Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan melalui Kepuasan Pelanggan :

$$a = 0,708$$

$$sa = 0,095$$

$$b = 0,301$$

$$sb = 0,089$$

- 1) Menghitung nilai S_{ab}

$$S_{ab} = \sqrt{b^2 sa^2 + a^2 sb^2 + sa^2 sb^2}$$

$$S_{ab} = \sqrt{(0,090 * 0,009) + (0,501 * 0,007) + (0,009 * 0,007)}$$

$$S_{ab} = 0,0043$$

- 2) Menghitung nilai ab

$$ab = 0,708 \times 0,301$$

$$ab = 0,213$$

- 3) Menghitung nilai Z

$$Z = \frac{ab}{S_{ab}}$$

$$Z = \frac{0,213}{0,0043}$$

$$Z = 49,53$$

- 4) Menentukan Z tabel dengan tingkat signifikansi 0,05 yaitu 1,96

- 5) Membandingkan Z hitung (49,53) dengan Z tabel (1,96)

- 6) Kesimpulan bahwa Kepuasan Pelanggan dapat memediasi hubungan antara Kualitas Pelayanan dengan Loyalitas Pelanggan

1. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan

Berdasarkan hasil perhitungan diperoleh taraf signifikansi penelitian untuk variabel Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan sebesar $0,028 < 0,05$, sehingga H_0 ditolak dan H_1 diterima, dengan kata lain hipotesis pertama, Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan pada CV. Jaya Utama Teknik di Kabupaten Badung dapat diterima. Hasil penelitian ini juga sejalan dengan penelitian Ratna Rahmawati Dewi (2016) dan Iskandar (2012) yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan.

2. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan

Berdasarkan hasil perhitungan diperoleh taraf signifikansi penelitian untuk variabel Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan sebesar $0,000 < 0,05$, sehingga H_0 ditolak dan H_2 diterima, dengan kata lain hipotesis kedua, Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan pada CV. Jaya Utama Teknik di Kabupaten Badung dapat diterima. Hasil penelitian ini didukung oleh penelitian dari Dewi (2016), Risal (2019) dan Iskandar (2012) memaparkan bahwa variabel Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan.

3. Pengaruh Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan

Berdasarkan hasil perhitungan diperoleh taraf signifikansi penelitian untuk variabel Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan sebesar $0,002 < 0,05$, sehingga H_0 ditolak dan H_3 diterima, dengan kata lain hipotesis ketiga, Kepuasan Pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan pada CV. Jaya Utama Teknik di Kabupaten Badung dapat diterima. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian dari Risal (2019) dan Dewi (2016) memaparkan bahwa variabel Kepuasan Pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan.

4. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Mediasi Kepuasan Pelanggan

Berdasarkan hasil perhitungan diperoleh $Z_{hitung} (49,53) > Z_{tabel} (1,96)$ dengan demikian Kepuasan Pelanggan dapat memediasi hubungan antara Kualitas Pelayanan dengan Loyalitas Pelanggan. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian dari Fitriani (2016), Dewi (2016) dan Risal (2019) memaparkan bahwa variabel Kualitas Pelayanan melalui Kepuasan Pelanggan berpengaruh positif dan signifikan.

Simpulan

Berdasarkan data yang diperoleh dari hasil analisis dapat ditarik kesimpulan bahwa Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan. Artinya semakin tinggi Kualitas Pelayanan yang diberikan semakin tinggi pula Loyalitas Pelanggan CV. Jaya Utama Teknik di Kabupaten Badung. Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan CV. Jaya Utama Teknik di Kabupaten Badung. Artinya semakin tinggi Kualitas Pelayanan yang diberikan semakin tinggi pula Kepuasan Pelanggan pelanggan CV. Jaya Utama Teknik di Kabupaten Badung. Kepuasan Pelanggan berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan CV. Jaya Utama Teknik di Kabupaten Badung. Artinya semakin tinggi motivasi pelanggan dalam bekerja semakin tinggi pula Loyalitas Pelanggan CV. Jaya Utama Teknik di

Kabupaten Badung. Kepuasan Pelanggan dapat memediasi hubungan antara Kualitas Pelayanan dengan Loyalitas Pelanggan.

Berdasarkan uraian kesimpulan tersebut di atas, maka saran yang dapat diberikan adalah untuk meningkatkan kesetiaan pelanggan terhadap CV. Jaya Utama Teknik di Kabupaten Badung terutama dalam segi pemberian kenyamanan bagi pelanggan. Salah satu cara yang dapat dilakukan yaitu dengan mengoptimalkan pemberian jasa service yang dibutuhkan pelanggan agar sesuai dengan keinginan pelanggan, karena jika pelanggan merasa puas saat menerima jasa service CV. Jaya Utama Teknik di Kabupaten Badung maka dapat meningkatkan loyalitas pelanggan terhadap perusahaan. Memberikan pelayanan yang cepat dan tanggap terhadap pelanggan, jika dalam pelayanan yang cepat dan tanggap terhadap keluhan ataupun keinginan pelanggan maka pelanggan akan merasa puas dengan pelayanan yang diberikan. Untuk meningkatkan pelayanan teknis CV. Jaya Utama Teknik di Kabupaten Badung bagi pelanggan, sehingga dengan meningkatkan pelayanan yang cepat, konsisten, rapi dan ramah khususnya teknis harus sopan santun kepada pelanggan maka akan meningkatkan kepuasan pelanggan CV. Jaya Utama Teknik di Kabupaten Badung.

Daftar Pustaka

- Dewi, R. R. 2016. *Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pasien Pengguna BPJS Dengan Kepuasan Pasien Sebagai Variabel Intervening di Rawat Inap RSUD Slamet Riyadi*. Tesis Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- Dewi, S. 2009. *Perlindungan Privasi Atas Informasi Pribadi Dalam E-commerce Menurut Hukum Internasional*. Bandung: Widya Padjadjaran.
- Fitriani, S. 2016. *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pasien Pengguna BPJS di Rawat Inap RSUD Dr. Moewardi*. Tesis Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- Griffin, J. 2015. *Customer Loyalty: Menumbuhkan dan Mempertahankan Kesetiaan Pelanggan*. Jakarta: Erlangga.
- Hardiyansyah. 2011. *Kualitas Pelayanan Publik Konsep, Dimensi, Indikator dan Implementasinya*. Yogyakarta: Gava Media.
- Iskandar, D. 2012. *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Nasabah Dengan Kepuasan Dan Kepercayaan Nasabah Sebagai Variabel Intervening (Studi Empiris Nasabah PD. BPR BKK Boyolali Kota)*. *Jurnal STIE AUB Surakarta*.
- Kotler, P. 2002. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT. Prenhallindo.
- Kotler, P. 2010. *Manajemen Pemasaran*. Edisi 13 penyunt. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P. & Armstrong, G. 2008. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P. & Keller, K. L. 2012. *Manajemen Pemasaran*. Edisi 12 penyunt. Jakarta: Erlangga.
- Putri, Y. L. & Utomo, H. 2017. *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening (Studi Persepsi Pada Pelanggan Dian Comp Ambarawa)*. *Jurnal Among Makarti*, 10(19), pp. 70-90.
- Risal, T. 2019. *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Nasabah Dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening Pada BMT Kampoeng Syariah*. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 1(1).

- Surya, A. & Setyaningrum, A. 2009. Analisis Persepsi Konsumen Pada Aplikasi Bauran Pemasaran Serta Hubungannya Terhadap Loyalitas Konsumen (Studi Kasus Pada Hypermart Cabang Kelapa Gading). *Journal of Business Strategy and Execution*, Volume 2, pp. 13-39.
- Tjiptono, F. 2007. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Tjiptono, F. 2012. *Pemasaran Jasa*. Yogyakarta: Banyumedia.
- Tjiptono, F. 2014. *Pemasaran Jasa – Prinsip, Penerapan, dan Penelitian*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Tjiptono, F. 2016. *Service, Quality & satisfaction*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Umar, H. 2005. *Manajemen Riset dan Perilaku Konsumen*. Jakarta: PT. Gramedia Pusat.
- Widjaja, A. 2008. *Dasar Dasar Customer Relationship*. Jakarta: Harvarindo.
- Zeithaml, V. A. & Bitner. 2000. *Service Marketing*. New York: McGraw-Hill Inc.