
Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan dimediasi Kepuasan Pelanggan Pengguna Jasa *Cargo*

I Gusti Ayu Asri Leony Putri Lestari ⁽¹⁾

Putu Herny Susanti ⁽²⁾

Ni Nyoman Adityarini Abiyoga V.S ⁽³⁾

⁽¹⁾⁽²⁾⁽³⁾Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Bisnis dan Pariwisata, Universitas Hindu Indonesia,
e-mail: gungasrii28@gmail.com

ABSTRACT

The purpose of this study was to find out how the influence of service quality on customer satisfaction and loyalty. This research was conducted at PT. Khrisna Multi Sarana Indonesia Bali Branch. The number of samples taken were 96 respondents. Data collection techniques are observation, interviews, documentation, literature and questionnaires. The research instrument test uses validity and reliability tests. While the data analysis technique is by path analysis and sobel test. The test results show that service quality has a positive and significant effect on customer loyalty at PT. Khrisna Multi Sarana Indonesia Bali Branch. Service quality has a positive and significant effect on customer satisfaction at PT. Khrisna Multi Sarana Indonesia Bali Branch. Customer satisfaction has a positive and significant effect on customer loyalty at PT. Khrisna Multi Sarana Indonesia Bali Branch. Customer satisfaction is able to mediate the effect of service quality on customer loyalty at PT. Khrisna Multi Sarana Indonesia Bali Branch. The suggestion of this research is that it is hoped that the company will emphasize more so that employees are more patient in dealing with customer complaints, especially regarding the arrival time of cargo.

Keyword: service quality; satisfaction; loyalty

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan dan loyalitas pelanggan. Penelitian ini dilakukan di PT. Khrisna Multi Sarana Indonesia Cabang Bali. Jumlah sampel yang diambil adalah sebanyak 96 responden. Teknik pengumpulan datanya adalah observasi, wawancara, dokumentasi, kepustakaan dan angket. Uji instrumen penelitian menggunakan uji validitas dan reliabilitas. Sedangkan teknik analisis datanya adalah dengan *path analisis* dan uji sobel. Hasil pengujian menunjukkan Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada PT. Khrisna Multi Sarana Indonesia Cabang Bali. Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Khrisna Multi Sarana Indonesia Cabang Bali. Kepuasan pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada PT. Khrisna Multi Sarana Indonesia Cabang Bali. Kepuasan pelanggan mampu memediasi pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan pada PT. Khrisna Multi Sarana Indonesia Cabang Bali. Saran penelitian ini diharapkan pihak perusahaan lebih menekankan agar karyawan lebih sabar dalam menghadapi keluhan pelanggan terutama terkait waktu kedatangan cargo.

Kata kunci: kualitas pelayanan; kepuasan; loyalitas

Pendahuluan

Ditengah perkembangan teknologi yang semakin pesat. Perubahan kebiasaan masyarakat membuat industri ekspedisi menjadi tumbuh dan berkembang. Hal ini juga tidak lepas dari semakin banyaknya muncul *e-commerce*. Salah satu industri yang tumbuh dengan pesat adalah *e-commerce*. Meroketnya angka pertumbuhan industri *e-commerce* berbanding lurus dengan permintaan akan jasa ekspedisi dan pengiriman paket yang aman, nyaman dan cepat. Suatu perusahaan pada dasarnya selalu mengedepankan kegiatan pemasaran untuk menjual produk ataupun jasanya. Banyaknya perusahaan yang sejenis menyebabkan aktivitas pemasaran menjadi beragam dan memiliki gaya yang berbeda beda.

PT. Khrisna Multi Sarana Indonesia merupakan perusahaan distribusi atau sering disebut dengan *cargo* domestik. Untuk mempertahankan aktifitasnya berjalan lancar terus menerus, perusahaan harus selalu menjaga pelanggan yang dimiliki agar selalu menggunakan jasanya. Secara umum, PT. Khrisna Multi Sarana Indonesia didirikan pada tanggal 27 Agustus 1976, perusahaan ini memiliki 40 rekanan yang selalu menggunakan jasa yang mereka miliki seperti JNE, JNT, DBM, AGA, Sicepat dan lainnya serta bekerja sama dengan 7 maskapai penerbangan yaitu Citilink, Air Asia, NamAir, Sriwijaya, Lion, Batik dan Wings Air. Namun yang menjadi permasalahan adalah pelanggan yang mereka miliki tidak hanya menggunakan jasa *cargo* yang dimiliki PT. Khrisna Multi Sarana Indonesia saja melainkan juga jasa *cargo* lainnya. Dalam tiga tahun terakhir target capaian pengiriman yang ditetapkan perusahaan sempat tercapai dan melebihi target hingga 113 persen di tahun 2020 namun mengalami penurunan kembali di tahun 2021 menjadi hanya tercapai sebesar 77,5 persen saja terkait dengan perkembangan industry jasa pariwisata yang menurun. Yang menjadi ironis adalah pada tahun 2020 terjadi peningkatan tinggi penggunaan *cargo* PT. Khrisna Multi Sarana Indonesia namun berkurang di tahun berikutnya. Padahal diketahui pada tahun 2020 dan 2021 perkembangan *e-commerce* sangat pesat yang mana hal itu berimbas pada tingginya permintaan pengiriman *cargo*. Penurunan penggunaan *cargo* milik PT. Khrisna Multi Sarana Indonesia tak lepas dari berkurangnya loyalitas yang dimiliki rekanan dan pelanggan yang dimiliki. Hal ini disebabkan karena para pelanggan lebih sering menggunakan jasa *cargo* darat yang mana pengiriman ini lebih cepat dibandingkan dengan pesawat terbang yang seringkali terkendala jadwal penerbangan yang tidak menentu sehingga pengiriman barang seringkali tertunda. Sehingga ini berdampak pada loyalitas pelanggan PT. Khrisna Multi Sarana Indonesia.

Keluhan pelanggan seringkali dikarenakan waktu pengiriman yang diluar target. Biasanya pelanggan selalu berekspektasi lebih kepada PT. Khrisna Multi Sarana Indonesia karena dapat

mengirimkan *cargo* dengan tepat waktu. Namun seiring dengan sering terlambatnya jadwal pengiriman membuat pelanggan selalu mencari alternatif lain yang dapat memenuhi kebutuhan mereka. Selain itu fasilitas *cargo* yang seringkali tidak dapat mengirim muatan dalam jumlah besar secara bersamaan juga menjadi keluhan tersendiri bagi pelanggan.

Pada dasarnya pihak PT. Khrisna Multi Sarana Indonesia selalu berusaha untuk memberikan kualitas pelayanan terbaik demi memuaskan pelanggan dan menumbuhkan loyalitas. Mulai dari tempat *cargo* yang terjaga suhu dan kelembapannya, pengiriman tepat waktu, packaging terjaga agar muatan yang belum sempat terkirim tidak mudah rusak. Namun tetap saja ada pelanggan yang menganggap lokasi tersebut kurang besar. Dari segi ketanggapan, pihak PT. Khrisna Multi Sarana Indonesia dianggap kurang tanggap dengan keluhan pelanggan terkait dengan kerusakan akibat pengiriman *cargo* ataupun keterlambatan pengiriman. Pihak perusahaan selalu beralasan akan menerima masukan dan segera memperbaiki meski kejadian seperti itu seringkali muncul kembali.

Berdasarkan permasalahan diatas, maka timbul keinginan peneliti untuk mengadakan penelitian mengenai “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Dimediasi Kepuasan Pelanggan Pada Pengguna Jasa *Cargo* PT. Khrisna Multi Sarana Indonesia Cabang Bali”. Dari permasalahan diatas didapatkan rumusan masalah 1) Bagaimanakah pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan pada PT. Khrisna Multi Sarana Indonesia Cabang Bali? 2) Bagaimanakah pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Khrisna Multi Sarana Indonesia Cabang Bali? 3) Bagaimanakah pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan pada PT. Khrisna Multi Sarana Indonesia Cabang Bali? 4) Bagaimanakah peran kepuasan pelanggan dalam memediasi pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan pada PT. Khrisna Multi Sarana Indonesia Cabang Bali? Terdapat sejumlah kajian teoritik yang digunakan yang relevan dengan variabel yang dibahas dalam penelitian ini, sebagai berikut:

Kualitas pelayanan sering dikondisikan sebagai perbandingan antara pelayanan yang diharapkan dan pelayanan yang diterima secara nyata oleh pelanggan (Parasuraman, *et al.*, 2013 : 44). Kepuasan atau ketidakpuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang berasal dari perbandingan antara kesannya terhadap kinerja produk yang *riil/actual* dengan kinerja produk yang diharapkan (Sangadji dan Sopiah, 2018:180).

Menurut Tjiptono (2017:111) loyalitas adalah perilaku pembelian ulang semata mata menyangkut pembelian merek tertentu yang sama secara berulang kali (bisa dikarenakan memang hanya satu satunya merek yang tersedia, merek termurah, dan sebagainya). Definisi loyalitas

pelanggan adalah komitmen pelanggan bertahan secara mendalam untuk berlangganan kembali atau melakukan pembelian ulang produk atau jasa terpilih secara konsisten di masa yang akan datang, meskipun pengaruh situasi dan usaha - usaha pemasaran mempunyai potensi untuk menyebabkan perubahan perilaku (Hurriyati, 2017:130).

Berdasarkan kajian teoritik dan penelitian sebelumnya yang dijadikan bahan referensi dalam penelitian ini, dirumuskan hipotesis dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas

Kualitas pelayanan merupakan seberapa baik pelayanan yang diberikan oleh penyedia jasa yang mana diharapkan dapat memenuhi keinginan pelanggan. Kualitas pelayanan yang baik diharapkan akan mampu menumbuhkan loyalitas yang dimiliki pelanggan. Penelitian yang dilakukan Putro (2014) menyatakan bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Penelitian lain oleh Jimanto dan Kunto (2014) menyatakan bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Sejalan juga dengan penelitian Dewi, dkk (2014) yang menunjukkan bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Berdasarkan hal tersebut ditarik hipotesis sebagai berikut :

H_1 : Diduga bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada PT. Khrisna Multi Sarana Indonesia Cabang Bali.

2. Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan

Kualitas layanan merupakan cara yang dilakukan perusahaan untuk memberikan pelayanan yang terbaik pada pelanggannya. Pelanggan yang merasa puas dengan kualitas pelayanan yang diberikan pihak perusahaan tentu akan senang dan menumbuhkan kepuasan. Penelitian yang dilakukan Putro (2014) menyatakan bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Penelitian lain oleh Jimanto dan Kunto (2014) menyatakan bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Sejalan juga dengan penelitian Dewi, dkk (2014) yang menunjukkan bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Berdasarkan hal tersebut ditarik hipotesis sebagai berikut :

H_2 : Diduga bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadapkepuasan pelanggan pada PT. Khrisna Multi Sarana Indonesia Cabang Bali.

3. Pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan.

Kepuasan pelanggan merupakan perasaan puas yang dimiliki pelanggan atas apa yang mereka dapatkan dibanding dengan apa yang mereka bayangkan. Semakin baik kepuasan yang

pelanggan dapatkan akan menumbuhkan loyalitas yang semakin besar. Penelitian yang dilakukan Putro (2014) menyatakan bahwa kepuasan pelanggan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Penelitian lain oleh Jimanto dan Kunto (2014) menyatakan bahwa kepuasan pelanggan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Sejalan juga dengan penelitian Dewi, dkk (2014) yang menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Berdasarkan hal tersebut ditarik hipotesis sebagai berikut :

H₃ : Diduga bahwa kepuasan pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada PT. Khrisna Multi Sarana Indonesia Cabang Bali.

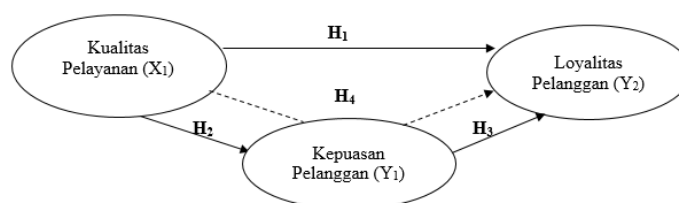
4. Kepuasan pelanggan memediasi pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan.

Kualitas pelayanan yang baik akan mampu menimbulkan kepuasan bagi pelanggan dikarenakan apa yang mereka dapatkan sudah sesuai atau melebihi harapannya. Lebih lanjut lagi rasa puas yang muncul akan turut menumbuhkan loyalitas pada perusahaan bersangkutan. Penelitian yang dilakukan Putro (2014) menyatakan bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan dengan kepuasan sebagai variabel mediasi. Penelitian lain oleh Jimanto dan Kunto (2014) menyatakan bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan dengan kepuasan sebagai variabel mediasi. Sejalan juga dengan penelitian Dewi, dkk (2014) yang menunjukkan bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan dengan kepuasan sebagai variabel mediasi. Berdasarkan hal tersebut ditarik hipotesis sebagai berikut:

H₄ : Diduga kepuasan pelanggan memiliki peran dalam memediasi pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan pada PT. Khrisna Multi Sarana Indonesia Cabang Bali

Metode Penelitian

Aktifitas penelitian yang dilaksanakan dapat dikatakan berupa penelitian asosiatif dimana menggunakan angka dan mendeskripsikannya menjadi pernyataan pernyataan baru. Kerangka berpikir dalam penelitian ni adalah sebagai berikut:



Gambar 1. Kerangka Berpikir

Sumber : Jimanto dan Kunto (2014)

Kegiatan penelitian ini dilakukan dengan mendapatkan sampel sejumlah 96 orang. Perhitungan sampel disini menggunakan rumus slovin dengan responden yang menjadi sampel diambil melalui metode random sampling. Data utama dalam penelitian ini adalah data primer yang mana dalam pengumpulannya dilakukan dengan metode penyebaran kuisioner. Dalam penelitian ini kuisioner langsung diberikan kepada responden untuk menghasilkan jawaban yang sesuai. Kuisioner yang digunakan terlebih dahulu diuji dengan uji validitas dan reliabilitas setelah itu barulah data penyebaran kuisioner dianalisis menggunakan uji sobel.

Hasil Penelitian dan Pembahasan

Dalam perhitungan ini dilakuklan sebelumnya uji validitas dan reliabilitas. Hasil pengujian valididtas dan reliabilitas dalam penelitian ini sudah sangat sesuai dengan ketentuan dimana nilai validitas seluruh variabel telah lebih dari 0,3 dan nilai reliablitas keseluruhan variabel telah lebih dari 0,6.

Tabel 1. Path Analisis

Substruktur 1						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	9,177	2,418		3,795	,000
	X1	,533	,065	,644	8,159	,000

Substruktur 2						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	12,766	1,206		10,584	,000
	X1	,232	,040	,540	5,851	,000
	Y1	,133	,048	,256	2,770	,007

Sumber: Hasil Olah Data Peneliti, 2023

Diketahui bahwa kualitas pelayanan berpengaruh langsung terhadap kepuasan pelanggan sebesar 0,644 dan kepuasan pelanggan berpengaruh langsung loyalitas pelanggan sebesar 0,256. Kualitas pelayanan memiliki pengaruh langsung terhadap loyalitas pelanggan sebesar 0,540 dan ketika melalui variabel mediasi (kepuasan pelanggan) pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan menjadi 0,678 atau meningkat sebesar 0,138 (Tabel 2).

Tabel 2. Pengaruh Langsung dan Tidak Langsung

Variabel			Pengaruh langsung	Pengaruh Tidak langsung Melalui kepuasan pelanggan	Pengaruh Total
Kualitas pelayanan	→	Loyalitas pelanggan	0,540	0,138	0,678
Kualitas pelayanan	→	Kepuasan pelanggan	0,644	-	0,644
Kepuasan pelanggan	→	Loyalitas pelanggan	0,256	-	0,256

Sumber: Hasil Olah Data Peneliti, 2023

1. Pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan

Dari penelitian yang dilakukan didapatkan hasil yaitu nilai signifikansi penelitian yang berada dibawah 0,05 hal itu berarti kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada PT. Khrisna Multi Sarana Indonesia Cabang Bali. Hasil ini sekaligus menjawab hipotesis pertama penelitian ini.

Penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap loyalitas. Ini membuat kita mengetahui bahwa jika kualitas pelayanan yang diberikan menjadi baik maka itu bisa juga menyebabkan peningkatan pada loyalitas pelanggan. Jika karyawan mampu memberikan pelayanan yang baik pada pelanggan maka itu dapat membuat pelanggan bersangkutan menjadi senang dan ingin bertahan lebih lama menggunakan jasa perusahaan yang bersangkutan sehingga menghasilkan loyalitas yang lebih baik.

Kualitas pelayanan merupakan seberapa baik pelayanan yang diberikan oleh penyedia jasa yang mana diharapkan dapat memenuhi keinginan pelanggan. Kualitas pelayanan yang baik diharapkan akan mampu menumbuhkan loyalitas yang dimiliki pelanggan. Penelitian yang dilakukan Putro (2014) menyatakan bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Penelitian lain oleh Jimanto dan Kunto (2014) menyatakan bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Sejalan juga dengan penelitian Dewi, dkk (2014) yang menunjukkan bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan

terhadap loyalitas pelanggan.

2. Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan

Dari penelitian yang dilakukan didapatkan hasil yaitu nilai signifikansi penelitian yang berada dibawah 0,05 hal itu berarti kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan PT. Khrisna Multi Sarana Indonesia Cabang Bali. Hasil ini sekaligus menjawab hipotesis kedua penelitian ini.

Hasil analisis data menunjukkan bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hasil analisis memiliki makna bahwa semakin meningkatnya kualitas pelayanan maka semakin meningkat pula kepuasan pelanggan. Dengan kata lain jika pihak PT. Khrisna Multi Sarana Indonesia Cabang Bali mampu menciptakan kualitas pelayanan yang baik maka kepuasan pelanggan yang terbangun akan semakin meningkat.

Kualitas layanan merupakan cara yang dilakukan perusahaan untuk memberikan pelayanan yang terbaik pada pelanggannya. Pelanggan yang merasa puas dengan kualitas pelayanan yang diberikan pihak perusahaan tentu akan senang dan menumbuhkan kepuasan. Penelitian yang dilakukan Putro (2014) menyatakan bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Penelitian lain oleh Jimanto dan Kunto (2014) menyatakan bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Sejalan juga dengan penelitian Dewi, dkk (2014) yang menunjukkan bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

3. Pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan

Dari penelitian yang dilakukan didapatkan hasil yaitu nilai signifikansi penelitian yang berada dibawah 0,05 hal itu berarti kepuasan pelanggan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada PT. Khrisna Multi Sarana Indonesia Cabang Bali. Hasil ini sekaligus menjawab hipotesis ketiga penelitian ini.

Hasil yang terjadi adalah jika seseorang puas dengan apa yang mereka dapatkan maka mereka akan menjadi loyal. Begitupula dengan penggunaan jasa. Apabila jasa yang diberikan telah sesuai dengan keinginan konsumen maka konsumen itu akan tetap bertahan untuk menjadi pelanggan yang loyal.

Kepuasan pelanggan merupakan perasaan puas yang dimiliki pelanggan atas apa yang mereka dapatkan dibanding dengan apa yang mereka bayangkan. Semakin baik kepuasan yang pelanggan dapatkan akan menumbuhkan loyalitas yang semakin besar. Penelitian yang

dilakukan Putro (2014) menyatakan bahwa kepuasan pelanggan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Penelitian lain oleh Jimanto dan Kunto (2014) menyatakan bahwa kepuasan pelanggan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Sejalan juga dengan penelitian Dewi, dkk (2014) yang menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan.

4. Kepuasan pelanggan memediasi pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan

Berdasarkan hasil perhitungan diperoleh $Z_{hitung} (6,54) > Z_{tabel} (1,98)$, sehingga H_0 ditolak dan H_1 diterima, dengan kata lain kepuasan pelanggan merupakan variabel mediasi (*intervening*) yang menghubungkan kualitas pelayanan dengan loyalitas pelanggan.

Kualitas pelayanan yang baik akan mampu menimbulkan kepuasan bagi pelanggan dikarenakan apa yang mereka dapatkan sudah sesuai atau melebihi harapannya. Lebih lanjut lagi rasa puas yang muncul akan turut menumbuhkan loyalitas pada perusahaan bersangkutan. Penelitian yang dilakukan Putro (2014) menyatakan bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan dengan kepuasan sebagai variabel mediasi. Penelitian lain oleh Jimanto dan Kunto (2014) menyatakan bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan dengan kepuasan sebagai variabel mediasi. Sejalan juga dengan penelitian Dewi, dkk (2014) yang menunjukkan bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan dengan kepuasan sebagai variabel mediasi.

Simpulan

Hasil pengujian menunjukkan Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada PT. Khrisna Multi Sarana Indonesia Cabang Bali. Berdasarkan hasil perhitungan diperoleh nilai β sebesar 0,540 dan taraf signifikansi penelitian untuk variabel kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05. Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Khrisna Multi Sarana Indonesia Cabang Bali. Berdasarkan hasil perhitungan diperoleh nilai β sebesar 0,644 dan taraf signifikansi penelitian untuk variabel kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05. Kepuasan pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada PT. Khrisna Multi Sarana Indonesia Cabang Bali. Berdasarkan hasil perhitungan diperoleh nilai β sebesar 0,256 dan taraf signifikansi penelitian untuk variabel kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan sebesar 0,007 lebih

kecil dari 0,05. Kepuasan pelanggan mampu memediasi pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan pada PT. Khrisna Multi Sarana Indonesia Cabang Bali. Berdasarkan hasil perhitungan diperoleh $Z_{hitung} (6,54) > Z_{tabel} (1,98)$.

Saran penelitian ini diharapkan pihak perusahaan lebih menekankan agar karyawan lebih sabar dalam menghadapi keluhan pelanggan terutama terkait waktu kedatangan cargo. sebaiknya memperhatikan lagi bagaimana cara menangani keluhan pelanggan agar kepuasan pelanggan terjaga. sebaiknya pihak perusahaan memberikan nilai lebih ketika pelanggan mampu mengajak rekan atau temannya menggunakan jasa cargo yang ada.

Daftar Pustaka

- Birgelen, M. V, Ruyter dan Wetzels, M. 2013. "The Impact of Incomplete Information on the Use of Marketing Research Intelligence in International Service Settings". *Journal of Service Research*. Vol. 2, No. 4.
- Daryanto. 2017. *Manajemen Pemasaran: Sari Kuliah*. Bandung: Satu Nusa.
- Delgado, E. Muneura, J.L. 2013. Development And a Validation Brand Trust Scale, *International Journal Of Market Research*, Vol 45 No. 1, pp. 35-54.
- Dewi, R.K, Yasa, K. Sukaatmaja, G. 2014. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Nasabah PT BPR Hoki Di Kabupaten Tabanan. *E-Jurnal Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana Vol.3*
- Endratama. 2015. Analisis pengaruh kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi Pada Rumah Teh "Ngoro Donker", *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta*
- Ghozali, I. 2016. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 23 (Edisi 8). Cetakan ke VIII*. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Kotler, P and Keller, K. L. 2017. *Marketing Management. Edisi 14*. Boston: Pearson Education.
- Kotler, P. 2017. *Manajemen Pemasaran*. Jilid I. Edisi ke 13, Erlangga, Jakarta.
- Lupiyoadi, Rambat. 2018. *Manajemen Pemasaran Jasa Berbasis Kompetensi (Edisi 3)*. Jakarta: Salemba Empat.
- Mahayasa, I. G. A., & Martayanti, N. M. P. (2020). Analysis Of The Influence Of Member's Commitment And Satisfaction On Loyalty Of Cooperative Members. *Warmadewa Management and Business Journal (WMBJ)*, 2(1), 48-55.
- Septianita. Winda. dkk. 2014. Pengaruh Kualitas Sistem, Kualitas Informasi, Kualitas Pelayanan Rail Ticketing System (RTS) terhadap Kepuasan Pengguna. *E-Journal Ekonomi Bisnis dan Akuntansi, Volume 1 (1) : 53-56 : Universitas Jember*.
- Setiadi, N. J. 2013. *Perilaku Konsumen*. Edisi Revisi. Jakarta: Kencana Prenada Media.
- Sugiyono. 2018. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: PT Alfabet.
- Tjiptono. 2017. *Pemasaran Jasa (Prinsip, Penerapan, Penelitian)*. Yogyakarta. Andi
- Umar, Husein. 2018. *Metodologi Penelitian Aplikasi dalam pemasaran. edisi II*, Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Widjojo, P. O. 2013. Pengaruh Persepsi Nilai Pelanggan dan Kepuasan Konsumen Terhadap Loyalitas Konsumen Hypermart Pakuwon Trade Center di Surabaya). *Jurnal Kajian Ilmiah Manajemendan bisnis. Vol 2, No 4 (2013)*.
- Zeithaml, V.A., M.J. Bitner, D.D. Gremler. 2016. *Services Marketing: Integrating Customer Focus Across the Firm* 6th ed. Mc.Graw-Hill. Boston.