

Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Minat Beli Ulang dengan Kepuasan Konsumen sebagai Variabel Intervening

Ni Wayan Sulastini⁽¹⁾
Ni Luh Adisti Abiyoga W⁽²⁾
Gde Indra Surya Diputra⁽³⁾

⁽¹⁾⁽²⁾⁽³⁾ Prodi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Bisnis dan Pariwisata, Universitas Hindu Indonesia,
Jl. Sangalangit, Penatih, Kec. Denpasar Timur, Kota Denpasar, Bali 80238
e-mail: sulastiniwyn.14@gmail.com

ABSTRACT

This study aims to determine the effect of service quality on customer satisfaction, to determine the effect of service quality and customer satisfaction partially on repurchase intention and to determine the indirect effect of service quality on repurchase intention through customer satisfaction. The location of this research is the customer at Tarukan Photo Studio in Denpasar. The sample in the research is 98 respondents. The research method used is quantitative. The data analysis technique used in this study is the validity test, reliability test, and sobel test. From the results of the study it can be seen that service quality has a positive and significant effect on customer satisfaction, service quality has a positive and significant effect on repurchase intention, customer satisfaction has a positive and significant effect on repurchase intention, and service quality has an indirect effect on repurchase intention through consumer satisfaction. Suggestions that can be given by researchers are that Tarukan Photo Studio in Denpasar is expected to improve the quality of services provided, by providing training to employees and supervising employees in providing services so that employees are able to provide fast, precise and responsive responses to customers.

Keywords: *Service Quality, Customer Satisfaction, Repurchase Intention.*

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen, untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen secara parsial terhadap minat beli ulang serta untuk mengetahui pengaruh secara tidak langsung kualitas pelayanan terhadap minat beli ulang melalui kepuasan konsumen. Lokasi penelitian ini di nasabah pada Tarukan Photo Studio di Denpasar. Sampel dalam penelitian 98 responden. Metode penelitian yang digunakan adalah kuantitatif. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah Uji Validitas, Uji Reabilitas, dan Uji Sobel. Dari hasil penelitian dapat dilihat bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen, kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli ulang, kepuasan konsumen berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli ulang, dan kualitas pelayanan berpengaruh secara tidak langsung terhadap minat beli ulang melalui kepuasan konsumen. Saran yang dapat diberikan peneliti adalah Tarukan Photo Studio di Denpasar diharapkan meningkatkan kualitas dari pelayanan yang diberikan, dengan memberikan pelatihan kepada karyawan dan mengawasi karyawan dalam memberikan pelayanan agar karyawan mampu memberikan respon yang cepat, tepat dan tanggap terhadap nasabah.

Kata kunci: *Kualitas Pelayanan, Kepuasan Konsumen, Minat Beli Ulang.*

PENDAHULUAN

Globalisasi semakin terlihat ketara akan adanya berbagai perubahan pada segala bidang ke arah yang semakin terkini. Seiring dengan berjalannya waktu, persaingan pasar menjadi semakin ketat, banyak perusahaan baru yang bermunculan pada dunia bisnis. Oleh sebab itu, perusahaan harus berinovasi dalam setiap produk dan layanan agar konsumen tetap puas. Selain itu, perusahaan juga perlu untuk memahami perilaku konsumen agar memiliki peluang yang lebih besar untuk memenangkan persaingan bisnis. Perusahaan yang berkecimpung pada bidang jasa misalnya bank, iuran pertanggung, konsultan pajak, rumah sakit, *health center*, studio photo dan lainnya, tentunya wajib memberikan pelayanan yang baik bagi konsumen.

Perusahaan harus mengerti dan mengikuti selera konsumen, pihak karyawan harus memberikan pelayanan yang berkualitas agar konsumen merasa puas. Kepuasan konsumen merupakan tujuan utama bagi perusahaan, karena berpengaruh terhadap perkembangan perusahaan kedepannya menjadi lebih baik dari perusahaan lainnya, maka perusahaan harus memperhatikan tingkat kepuasan agar konsumen tidak berpaling ke perusahaan lainnya. Salah satu strategi yang perlu dilakukan adalah meningkatkan daya saing seperti ketepatan janji dan kualitas dari produk atau jasa yang ditawarkan. Kualitas produk atau layanan adalah poin yang terpenting, sebab konsumen harus memperhitungkan hal tersebut saat menggunakan kembali produk dan jasa dari perusahaan. Oleh karena itu, untuk meyakinkan konsumen agar menggunakan produk atau jasa dari suatu perusahaan diperlukan upaya dari perusahaan seperti memberikan pelayanan yang baik, agar konsumen menjadi puas dan memiliki minat beli ulang terhadap perusahaan.

Menurut Sumarwan (2015:168), minat beli ulang merupakan sikap konsumen yang merasa puas setelah menggunakan suatu produk, baik barang maupun jasa dengan melakukan pembelian kembali produk tersebut. Menurut Thamrin, (2013: 142) minat beli merupakan bagian dari komponen perilaku konsumen dalam sikap mengkonsumsi, kecenderungan responden untuk bertindak sebelum keputusan membeli benar-benar dilaksanakan. Keputusan pembelian ulang merupakan pengembangan dari teori keputusan pembelian konsumen. Keputusan pembelian ulang tercipta setelah konsumen melakukan serangkaian proses pembelian yaitu masalah, pencari informasi, evaluasi alternatif, keputusan pembelian dan perilaku pasca pembelian. Secara umum, minat beli ulang dapat dikatakan keinginan konsumen untuk melakukan kunjungan ulang di masa yang akan datang.

Berdasarkan hal tersebut, konsumen secara konsisten berminat untuk membeli atau menggunakan kembali suatu produk atau jasa, maka dapat menghasilkan penjualan yang maksimal. Penjualan yang maksimal merupakan salah satu tujuan perusahaan untuk bertahan dalam industri

tersebut. Perusahaan harus meningkatkan kepuasan konsumen dan kualitas pelayanan yang merupakan landasan perusahaan dalam mempertahankan konsumen. Perilaku pembelian ulang hanya menyangkut pembelian ulang merek tertentu yang sama secara berulang-ulang. Adanya suatu minat untuk menggunakan kembali barang atau jasa merupakan cerminan bahwa barang atau jasa yang ditawarkan perusahaan berkualitas sehingga pelanggan merasa puas.

Menurut Fang, et al (2011), kepuasan konsumen adalah faktor paling berpengaruh dalam menentukan minat beli ulang. Persaingan yang ketat antara perusahaan dalam memberikan kepuasan terhadap konsumen, menuntut perusahaan untuk mengelola masalah yang berkaitan dengan kepuasan konsumen dilingkungan perusahaan secara menyeluruh, dan terpadu agar menunjang pencapaian hasil yang sesuai dengan tujuan yang diharapkan oleh perusahaan. Konsumen akan merasa puas setelah melakukan pembelian, tergantung pada kinerja tawaran dalam memenuhi harapan konsumen. Menurut Kotler dalam buku Sunyono (2013:35), kepuasan konsumen adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja (hasil) produk yang dirasakan dibandingkan dengan harapan.

Pada penelitian ini, variabel yang digunakan adalah kualitas pelayanan terhadap minat beli ulang dengan kepuasan konsumen sebagai *variable intervening*. Penelitian yang dilakukan oleh Yuwan Soelistio (2016), menunjukkan adanya pengaruh signifikan kualitas pelayanan terhadap minat pembelian ulang. Penelitian yang dilakukan oleh Faradisa Isti, Harsiholan Leonardo Budi dan Minarsih.M Minarsih (2016), menunjukkan adanya pengaruh signifikan kualitas pelayanan terhadap minat beli ulang. Penelitian yang dilakukan oleh Septian Wulandari dan Novi Marlina (2020), menunjukkan adanya pengaruh signifikan kualitas pelayanan terhadap minat beli ulang. Hasil penelitian yang berbeda diperoleh Arika Martania (2011), yang meneliti Pengaruh Kualitas Layanan dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Minat Pembelian Ulang Di Giant Sun City Sidoarjo, dikatakan bahwa secara kualitas layanan berpengaruh tidak signifikan *negative* terhadap minat pembelian ulang.

Fotografi atau *photography*, berasal dari bahasa Yunani “*Photos*” yaitu cahaya dan “*Grafos*” berarti melukis atau menulis. Istilah umum fotografi berarti metode atau cara untuk menghasilkan sebuah foto dari obyek atau subjek dari hasil pantulan cahaya yang mengenai obyek atau subjek tersebut yang direkam pada media yang peka cahaya, media untuk menangkap cahaya ini disebut kamera. Media visual berupa film, video dan fotografi sudah menjadi hal yang umum dijumpai dalam masyarakat. Media visual berupa film, video dan fotografi seringkali digunakan dalam berbagai bentuk dan peruntukan dimulai dari pengabdian kisah, perlengkapan informasi, maupun sarana untuk eksistensi dari seseorang. Peruntukan yang beragam menjadikan penggunaan media

visual menjadi meningkat. Fotografi merupakan salah satu bentuk dari media visual yang paling umum dijumpai masyarakat Indonesia. (Karyadi, 2017).

Berdasarkan jumlah usaha atau perusahaan ekonomi kreatif menurut data statistik ekonomi kreatif 2020 (Kementerian Pariwisata Dan Ekonomi Kreatif Atau Badan Pariwisata Dan Ekonomi Kreatif RI), diketahui peningkatan jumlah penggunaan media visual fotografi disertai oleh peningkatan jumlah bisnis fotografi setiap tahunnya di Indonesia. Tercatat sebanyak 71.247 unit pada tahun 2017, 72.747 unit pada tahun 2018, dan 73.901 unit pada tahun 2019 bisnis fotografi telah beroperasi.

Tarukan Photo Studio merupakan salah satu perusahaan jasa yang bergerak di bidang fotografi. Tarukan Photo Studio yang beralamat di Jalan Wr Supratman No 309A, Denpasar merupakan anak cabang dari perusahaan yang memiliki nama serupa yang beralamat di Jalan Raya Guwang, Sukawati. Menurut penuturan bapak I Wayan Siram selaku pemilik Tarukan Photo Studio, nama Tarukan diambil berdasarkan nama kawitan beliau, usaha ini telah dibuka sedari tahun 1996 yang mana sudah berjalan sekitar 25 tahun. Pelayanan yang ditawarkan oleh Tarukan Photo Studio berupa photo studio kilat (langsung jadi), photo prewedding, photo keluarga, photo wisuda, photo liputan upacara keagamaan, photo liputan upacara pernikahan serta video dokumentasi. Selain menawarkan jasa photo, Tarukan Photo Studio juga menawarkan bingkai photo berbagai ukuran, cetakan photo berbagai ukuran baik canvas maupun kertas glossy dan doff, album photo, dan beberapa aksesoris seperti mug.

Tarukan Photo Studio memiliki koleksi bingkai dengan berbagai ukuran, selain itu Tarukan Photo Studio juga memiliki mesin cetak foto sendiri, yang memiliki kualitas cetakan yang bagus, dibandingkan dengan studio photo lainnya Tarukan Photo Studio juga berani memberikan minuman gratis pada hari-hari tertentu kepada konsumen yang sedang menunggu hasil cetakan foto. Tujuan dari perusahaan yaitu agar para konsumen merasa puas akan produk atau jasa yang ditawarkan oleh Tarukan Photo Studio, sehingga konsumen tersebut memiliki minat beli ulang pada perusahaan dan demi kemajuan perusahaan. Tarukan Photo Studio juga melakukan pengecekan berkala untuk semua alat yang dimiliki, setiap 1 tahun sekali atau ketika ada kerusakan akan secepatnya diganti, agar konsumen tetap mendapatkan pelayanan terbaik.

Jumlah konsumen yang datang ke Tarukan Photo Studio mengalami naik dan turun yang cukup signifikan per bulannya pada tahun 2021. Jumlah konsumen yang paling banyak menggunakan jasa di Tarukan Photo Studio yaitu pada bulan Agustus 2021 sebanyak 595 orang. Banyaknya konsumen yang datang pada bulan Agustus dikarenakan, pada bulan tersebut banyak anak sekolahan yang melakukan sesi photo studio di Tarukan Photo Studio, konsumen memilih

Tarukan Photo Studio dikarenakan jaraknya yang strategis dipinggir jalan, juga karena Tarukan Photo Studio memberikan pelayanan yang lebih dibandingkan dengan studio yang lainnya seperti sesi foto yang cepat dan hasil editing foto yang sesuai keinginan dan kebutuhan konsumen.

Jumlah konsumen yang datang menggunakan jasa Tarukan Photo Studio yang paling sedikit yaitu pada bulan Februari sebanyak 231 orang. Hal ini dikarenakan selain bulan dengan jumlah hari yang pendek yaitu 28 hari serta terdapat beberapa kerusakan alat foto yang menyebabkan konsumen beralih ke photo studio lainnya. Selain itu kurangnya stok bingkai karena keterlambatan pengiriman menyebabkan konsumen beralih ke studio lain untuk memenuhi keinginannya.

Konsumen akan membandingkan layanan yang diberikan Tarukan Photo Studio dengan layanan yang mereka harapkan. Jika konsumen merasakan harapannya terlampaui, maka konsumen tersebut akan datang kembali ke Tarukan Photo Studio, menjadi konsumen setia dan konsumen akan bersedia memberikan pengalaman baiknya kepada orang lain sehingga menimbulkan jumlah konsumen Tarukan Photo Studio bertambah. Hal ini yang melatar belakangi peneliti untuk melakukan penelitian lebih dalam tentang kualitas pelayanan dan bagaimana tingkat kepuasan konsumen dalam membentuk minat beli ulang pada Tarukan Photo Studio. Adapun berdasarkan fakta yang ada dilapangan penulis merasa tertarik mengangkat penelitian yang berjudul **“Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Ulang Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening pada konsumen Tarukan Photo Studio di Denpasar”**.

Pelanggan mempunyai keinginan untuk menggunakan jasa kembali, mempunyai keinginan untuk merekomendasikan kepada orang lain. Dengan kata lain, Pelayanan berlaku untuk semua jenis layanan yang disediakan oleh perusahaan saat konsumen berada di perusahaan (Arianto, 2018:83). Ada beberapa penelitian tentang hubungan kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan. Penelitian yang dilakukan oleh Oryza Yudha Nugroho Putra (2017), menunjukkan kualitas pelayanan mempunyai pengaruh langsung dan signifikan positif terhadap kepuasan pelanggan. Dian Evi Styaningsih (2015), menunjukkan kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen di Assalaam Hypermarket Kartasura. Berdasarkan teori dan hasil dari penelitian terdahulu dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut: **H1: Diduga kualitas pelayanan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.**

Minat beli ulang yang tinggi merupakan cerminan mengenai tingkat kepuasan yang tinggi dari konsumen. Sehingga kepuasan yang diperoleh seorang pelanggan, dapat mendorong ia melakukan pembelian ulang (*repeat purchase*), menjadi loyal terhadap produk tersebut ataupun loyal terhadap toko tempat dia membeli barang tersebut sehingga konsumen dapat menceritakan hal-hal yang baik kepada orang lain. Hasil dari penelitian Yuwan Soelistio

(2016), dalam penelitiannya menunjukkan hasil kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli ulang pada pelanggan Pos Indonesia di Universitas Negeri Yogyakarta. Sementara itu penelitian yang dilakukan oleh Isti Faradisa, Leonardo Budi H dan Maria M Minarsih (2016), juga memberi bukti bahwa kualitas pelayanan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap minat beli ulang konsumen pada Indonesian coffeeshop Semarang (ICOS CAFE)". Berdasarkan hal tersebut maka dirumuskan hipotesis sebagai berikut : **H2: Diduga kualitas pelayanan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap minat beli ulang.**

Implikasinya dalam pemasaran adalah untuk kemungkinan orang tersebut berminat untuk membeli produk atau merek yang ditawarkan pemasaran atau tidak. Kepuasan konsumen sangatlah penting untuk mempertahankan loyalitas konsumen, agar pelanggan tetap setia membeli produk atau jasa kita. Hasil penelitian dari Septian Wulandari Dan Novi Marlina (2020), menunjukkan secara positif dan signifikan dengan kualitas layanan sebagai variable bebas terhadap minat beli ulang sebagai variable terikat dan kepuasan konsumen sebagai variable intervening pada pengguna Transportasi Migo Di Surabaya. Oryza Yudha Nugroho Putra (2017), menunjukkan kepuasan pelanggan mempunyai pengaruh langsung dan signifikan positif terhadap minat beli ulang pada Bengkel Jolo Sejahtera Madiun, maka pada penelitian ini hipotesis dapat dirumuskan sebagai berikut : **H3: Diduga kepuasan konsumen berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap minat beli ulang.**

Kualitas pelayanan yang baik dimana pegawai dari suatu perusahaan dapat memberikan pelayanan yang berkualitas dan dapat memberikan nilai positif bagi konsumen, maka konsumen akan memberikan umpan balik berupa rasa puas dan keinginan untuk menggunakan jasa dari perusahaan tersebut. Menurut hasil penelitian dari Septian Wulandari Dan Novi Marlina (2020), menunjukkan secara positif dan signifikan dengan kualitas layanan sebagai variable bebas terhadap minat beli ulang sebagai variable terikat dan kepuasan konsumen sebagai variable intervening pada pengguna Transportasi Migo Di Surabaya, sedangkan pada penelitian Oryza Yudha Nugroho Putra (2017), menunjukkan kualitas pelayanan berpengaruh secara tidak langsung terhadap minat beli ulang melalui kepuasan pelanggan sebagai variabel mediasi. Berdasarkan hasil penelitian sebelumnya, maka pada penelitian ini hipotesis yang dapat dirumuskan : **H4 : Diduga pengaruh antara kualitas pelayanan terhadap minat beli ulang yang diintervening kepuasan konsumen berpengaruh positif dan signifikan.**

METODE PENELITIAN

Desain penelitian dalam penelitian ini, dirumuskan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap minat beli ulang dengan kepuasan. Penelitian ini dilakukan di Tarukan Photo Studio yang berlokasi di Jl. Wr Supratman No 309A Denpasar (Depan Rumah Sakit Dharma Yadnya). Adapun objek penelitian ini adalah kualitas pelayanan terhadap minat beli ulang dengan kepuasan konsumen sebagai *variable intervening* di Tarukan Photo Studio di Denpasar.

Jenis data dalam penelitian ini adalah sebagai berikut: Data kuantitatif merupakan data yang berupa angka yang dapat dihitung seperti data jumlah konsumen dan data tanggapan responden terhadap kuisisioner yang diberikan. Data kualitatif adalah data yang bukan merupakan angka dan tidak dapat dihitung yang memiliki kaitan dengan permasalahan yang dibahas seperti sejarah singkat Tarukan Photo Studio dan hasil wawancara dengan konsumen. Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini dapat dibedakan menjadi dua jenis yaitu: Data primer merupakan data yang diperoleh dari sumbernya langsung, diamati, dicatat, untuk pertama kalinya oleh peneliti mengenai pendapat konsumen yang akan dianalisis berdasarkan daftar pertanyaan yang diajukan oleh peneliti dalam kuisisioner yang dibagikan. Data sekunder merupakan data yang diperoleh dengan mengumpulkan data informasi dari pihak lain yang telah lebih dahulu mengumpulkan data tersebut, seperti sejarah perusahaan, jumlah konsumen, landasan teoritis, dan buku-buku yang berkaitan dengan pembahasan masalah ini.

Adapun populasi dalam penelitian ini ialah pengunjung Tarukan Photo Studio di Denpasar pada periode Januari 2021- Desember 2021 sejumlah 4,282 orang. Dengan demikian besarnya sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebanyak 98 responden. Teknik analisis data yang digunakan pada penelitian ini adalah analisis jalur (*Path Analysis*).

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil uji instrument bahwa seluruh indikator variabel pada penelitian ini yaitu kualitas pelayanan, kepuasan konsumen dan minat beli ulang valid karena memiliki nilai koefisien korelasi lebih dari 0,30 dan signifikansi lebih kecil dari 0,05. Berdasarkan hasil uji realibilitas instrumen-instrumen variabel pada penelitian ini yaitu kualitas pelayanan, kepuasan konsumen dan minat beli ulang ini dikatakan reliabel karena masing-masing variabel memiliki nilai alpha lebih besar dari 0,60.

Analisis data yang digunakan untuk memecahkan rumusan masalah yang terdapat dalam penelitian ini adalah Analisis Jalur (*Path Analysis*). Tahapan melakukan teknik analisis jalur yaitu:

Tabel 1. Hasil Analisis Struktur 1

Variabel	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t hitung	Sig. uji t
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	7,472	2,106		3,548	0,001
Kualitas pelayanan	0,396	0,041	0,704	9,707	0,000
R Square: 0,495					

Sumber: Hasil Olah Data Peneliti, 2023

Berdasarkan hasil analisis jalur struktur 1 seperti yang disajikan pada Tabel 1, maka dapat dibuat persamaan struktural sebagai berikut :

$$Z = 0,396X + e_1$$

Nilai koefisien regresi variabel kualitas pelayanan sebesar 0,396 yang bernilai positif dan nilai signifikansi uji t kurang dari 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa secara parsial variabel kualitas pelayanan memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap variabel kepuasan konsumen. Besarnya pengaruh variabel kualitas pelayanan terhadap variabel kepuasan konsumen yang ditunjukkan oleh nilai determinasi total (R Square) sebesar 0,495 mempunyai arti bahwa sebesar 49,5% variasi kepuasan konsumen dipengaruhi oleh variasi kualitas pelayanan, sedangkan sisanya sebesar $(100\% - 49,5\%) = 50,5\%$ dijelaskan oleh faktor lain yang tidak dimasukkan ke dalam model.

Tabel 2 Hasil Analisis Struktur 2

Variabel	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t hitung	Sig. uji t
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	0,680	2,007		0,339	0,735
Kualitas pelayanan	0,176	0,051	0,295	3,426	0,001
Kepuasan konsumen	0,603	0,091	0,568	6,594	0,000
R Square: 0,645					

Sumber: Hasil Olah Data Peneliti, 2023

Berdasarkan hasil analisis struktur 2 seperti yang disajikan pada Tabel 2, maka dapat dibuat persamaan struktural sebagai berikut : $Y = 0,176X + 0,603Z + e_2$ Nilai koefisien regresi variabel kualitas pelayanan sebesar 0,176 yang bernilai positif dengan nilai signifikansi uji t kurang dari 0,05. Hal ini bahwa secara parsial variabel kualitas pelayanan memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap variabel minat beli ulang. Nilai koefisien regresi variabel

kepuasan konsumen sebesar 0,603 yang bernilai positif dengan nilai signifikansi uji t kurang dari 0,05. Hal ini bahwa secara parsial variabel kepuasan konsumen memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap variabel minat beli ulang. Besarnya pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat yang ditunjukkan oleh nilai determinasi total (*R Square*) sebesar 0,645 mempunyai arti bahwa sebesar 64,5% variasi minat beli ulang dipengaruhi oleh variasi kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen, sedangkan sisanya sebesar $(100\% - 64,5\%) = 35,5\%$ dijelaskan oleh faktor lain yang tidak dimasukkan ke dalam model.

Dari hasil penelitian diketahui adanya pengaruh positif signifikan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen. Hal ini dibuktikan dengan nilai t hitung sebesar 9,707 dan signifikansi sebesar 0,000, jika dibandingkan nilai t hitung $9,707 > 1,985$ dan signifikansi $0,000 < 0,05$, sehingga berada pada daerah penolakan H_0 . Dengan demikian H_0 ditolak dan H_1 diterima. Ini berarti secara parsial kualitas pelayanan (X) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen (Z). Hal ini berarti semakin baik kualitas pelayanan maka akan meningkatkan kepuasan konsumen di Tarukan Photo Studio di Denpasar. Apabila Tarukan Photo Studio dapat terus-menerus mempertahankan dan meningkatkan kualitas jasa dan pelayanan maka diharapkan akan berdampak terhadap peningkatan produktivitas. Produktivitas meningkat akan menghasilkan biaya yang lebih rendah, dan akan berdampak terhadap meningkatnya nilai tambah bagi konsumen. Semakin banyak konsumen yang mendapatkan nilai tambah dari jasa pelayanan Tarukan Photo Studio sudah dipastikan bahwa keuntungan dan *market share* Tarukan Photo Studio juga akan meningkat. Hasil penelitian ini juga mendukung penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Putra (2017) dan Styaningih (2015) menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Dari hasil penelitian diketahui adanya pengaruh positif signifikan kualitas pelayanan terhadap minat beli ulang. Hal ini dibuktikan dengan nilai t hitung sebesar 3,426 dan signifikansi sebesar 0,001, jika dibandingkan nilai t hitung $3,426 > 1,985$ dan signifikansi $0,001 < 0,05$, sehingga berada pada daerah penolakan H_0 . Dengan demikian H_0 ditolak dan H_2 diterima. Ini berarti secara parsial kualitas pelayanan (X) berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli ulang (Y). Hal ini berarti semakin baik penerapan kualitas pelayanan maka akan meningkatkan minat beli ulang di Tarukan Photo Studio di Denpasar. Tarukan Photo Studio pada umumnya menginginkan konsumen yang telah diciptakan dapat dipertahankan selamanya, mengingat perubahan-perubahan yang terjadi setiap saat, baik perubahan dalam diri konsumen seperti selera maupun lainnya yang berdampak pada proses keputusan pembelian ulang. Hasil penelitian ini juga mendukung

penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Soelistio (2016) dan Faradisa dkk (2016) menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli ulang.

Dari hasil penelitian diketahui adanya pengaruh positif signifikan kepuasan konsumen terhadap minat beli ulang. Hal ini dibuktikan dengan nilai t hitung sebesar 6,594 dan signifikansi sebesar 0,000, jika dibandingkan nilai t hitung $6,594 > 1,985$ dan signifikansi $0,000 < 0,05$, sehingga berada pada daerah penolakan H_0 . Dengan demikian H_0 ditolak dan H_3 diterima. Ini berarti secara parsial kepuasan konsumen (Z) berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli ulang (Y). Hal ini berarti semakin tinggi kepuasan konsumen maka akan meningkatkan minat beli ulang di Tarukan Photo Studio di Denpasar. Keberhasilan dari Tarukan Photo Studio tidak terlepas kepuasan konsumen. Kepuasan konsumen menjadi faktor penting dalam membangun sebuah bisnis, konsumen yang puas tentu akan meningkatkan penjualan dari Tarukan Photo Studio.

Hasil penelitian ini juga mendukung penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Wulandari dan Marlina (2020) dan Putra (2017) menyatakan bahwa kepuasan konsumen berpengaruh positif terhadap minat beli ulang.

Dari hasil penelitian diketahui adanya pengaruh kepuasan konsumen memediasi pengaruh kualitas pelayanan terhadap minat beli ulang. Hal ini dibuktikan dengan nilai Z hitung sebesar 5,534, jika dibandingkan nilai nilai Z hitung $5,534 > 1,96$, sehingga berada pada daerah penolakan H_0 . Dengan demikian H_0 ditolak dan H_4 diterima. Hal ini berarti semakin baik kualitas pelayanan dan didukung dengan kepuasan konsumen maka akan meningkatkan minat beli ulang Tarukan Photo Studio di Denpasar. Adanya kesesuaian antara performa dari produk dan jasa (pelayanan) yang ditawarkan, dan jumlah alokasi daya beli konsumen terhadap suatu produk yang ditentukan oleh harga, lebih mendorong minat konsumen untuk melakukan pembelian kembali ke Tarukan Photo Studio. Hasil penelitian ini juga mendukung penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Wulandari dan Marlina (2020) dan Putra (2017) menyatakan bahwa kualitas pelayanan secara tidak langsung terhadap minat beli ulang melalui kepuasan konsumen.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis penelitian dan hasil pembahasan pada bab sebelumnya maka simpulan dari penelitian ini adalah sebagai berikut: Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Hal ini dapat dibuktikan melalui hasil uji signifikansi (uji t -test) dimana diperoleh nilai $t_{hitung} = 9,707$ yang lebih besar dari nilai $t_{tabel} = 1,985$ dan nilai signifikansi = 0,000 lebih kecil dari 0,05, sehingga H_0 ditolak dan H_1 diterima, yang artinya kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen Tarukan Photo Studio di Denpasar. Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli ulang. Hal

ini dapat dibuktikan melalui hasil uji signifikan (uji t-test) dimana diperoleh nilai $t_{hitung} = 3,426$ yang lebih besar dari nilai $t_{tabel} = 1,985$ dan nilai signifikansi = 0,001 lebih kecil dari 0,05, sehingga H_0 ditolak dan H_2 diterima, yang artinya kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli ulang Tarukan Photo Studio di Denpasar. Kepuasan konsumen berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli ulang. Hal ini dapat dibuktikan melalui hasil uji signifikan (uji t-test) dimana diperoleh nilai $t_{hitung} = 6,594$ yang lebih besar dari nilai $t_{tabel} = 1,985$ dan nilai signifikansi = 0,000 lebih kecil dari 0,05, sehingga H_0 ditolak dan H_3 diterima, yang artinya kepuasan konsumen berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli ulang Tarukan Photo Studio di Denpasar. Kualitas pelayanan berpengaruh secara tidak langsung terhadap minat beli ulang melalui kepuasan konsumen. Hal ini dapat nilai Z hitung sebesar 5,534, jika dibandingkan nilai nilai Z hitung $5,534 > 1,96$, sehingga H_0 ditolak dan H_4 diterima, yang artinya peran kepuasan konsumen memediasi pengaruh kualitas pelayanan terhadap minat beli ulang Tarukan Photo Studio di Denpasar.

DAFTAR PUSTAKA

- Chrisarley, Wirko. (2020). Pengaruh Kualitas Layanan, Harga dan Promosi terhadap Kepuasan Pelanggan maskapai Lion Air Indonesia/Wirko Chrisarley/21160210/Pembimbing: Tony Sitinjak.
- Faradiba, Faradiba, & Astuti, Sri. Rahayu. Tri. (2013). Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Lokasi dan Kualitas Pelayanan terhadap Minat Beli Ulang Konsumen (Studi pada Warung Makan "Bebek Gendut" Semarang). *Diponegoro Journal of Management*, 59-69.
- Martin, Krisantus. (2021). "Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Konsumen KFC di Jakarta Utara/Krisantus Martin/26150336/Pembimbing: Bilson Simamora."
- Masduko, Uko, and Dewi Yulianti Indah. (2019). *Pengaruh Lingkungan Kerja Dan Motivasi Kerja Terhadap Kinerja Pegawai Pada Dinas Tenaga Kerja Kota Bandung*. Diss. Perpustakaan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Unpas.
- Pastikarani, Dyah Adhisti, and Rahayu Tri Astuti SRI. (2016). "Analisis pengaruh faktor-faktor minat beli ulang dengan kepuasan pelanggan sebagai variabel intervening (studi kasus pada pelanggan Hest'in Modiste di Jakarta)". Diss. Fakultas Ekonomika dan Bisnis.
- Putra, Oryza Yudha Nugroho. (2017). "Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Minat Beli Ulang dengan Kepuasan Pelanggan sebagai Pemeditasi pada Bengkel Jolo Sejahtera Madiun." *JRMA (Jurnal Riset Manajemen dan Akuntansi)* 5 (1), 70-83.
- Putri, Yulia Larasati, and Hardi Utomo. (2017). "Pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan dengan kepuasan sebagai variabel intervening (Studi persepsi pada pelanggan dian comp ambarawa)." *Among Makarti* 10.1.
- Saraswathi Maytri Kiara, & Wardana, I. Made. (2021). "Pengaruh Pengalaman Terhadap Niat Menggunakan Kembali Dengan Kepercayaan Sebagai Variabel Mediasi (Studi Pada Konsumen Grabfood Di Kota Denpasar)". *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 10(11).
- Sari, Meida Ramita, and Rahayu Lestari. (2019). "Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Dan Dampaknya Pada Minat Pembelian Ulang Konsumen Keretaapi Kelas Eksekutif Argo Parahyangan." *Oikonomia: Jurnal Manajemen* 15(1).

-
- Saputri, Dian Mutiara, and Sri Rahayu Tri Astuti. (2016). "Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Beli Ulang Produk Customcase Handphone Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Tntshop3 Semarang)." *Diponegoro Journal of Management* 5(3) 674-683.
- Seolistio, Yuwan. (2016). *Pengaruh Persepsi Harga, Promosi, Dan Kualitas Layanan Terhadap Minat Pembelian Ulang Jasa Paket Pos Indonesia (Studi Pelanggan Pos Indonesia Di Universitas Negeri Yogyakarta)*. Yogyakarta: Universitas Negeri Yogyakarta.
- Wibowo, Sarwo Eddy, Endang Ruswanti, and Unggul Januarko. (2013). "Pengaruh persepsi kualitas pelayanan terhadap niat pembelian ulang pada Toko Buku Gramedia Yogyakarta." *Jurnal Ekonomi* 4.1: 56-64.
- Wulandari, Septian, and Novi Marlina. (2020). "Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Minat Beli Ulang Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening Pada Pengguna Transportasi Migo Di Surabaya." *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*.