
Peran Kepuasan Konsumen dalam Memediasi Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Konsumen

Ni Putu Rai Setia Dewi⁽¹⁾

I Wayan Suartina⁽²⁾

Ni Luh Adisti Abiyoga Wulandari⁽³⁾

⁽¹⁾⁽²⁾⁽³⁾Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Bisnis dan Pariwisata, Universitas Hindu Indonesia
e-mail: raisetia151@gmail.com

ABSTRACT

The aim of this research is to determine the role of job satisfaction in mediating the influence of service quality on consumer loyalty, both directly and indirectly, so it is important for Wijaya Cellular Bali to pay attention to this. The research method in this study uses observation, interviews, documentation, literature study and questionnaires. A questionnaire distributed to 96 sample people from Wijaya Cellular Bali. The analysis technique used is path analysis. Based on the research results, it was concluded that service quality has a positive and significant effect on consumer satisfaction at Wijaya Cellular Bali. Service quality has a positive and significant effect on consumer loyalty to Wijaya Cellular Bali. Consumer satisfaction has a positive and significant effect on consumer loyalty to Wijaya Cellular Bali. Service quality has a positive and significant indirect effect on consumer loyalty through consumer satisfaction. Thus, consumer satisfaction acts as a partial mediator in the influence of service quality on consumer loyalty. Suggestions For future researchers, it is recommended to add other variables such as consumer trust and marketing mix so that the research results are more varied and produce better research..

Keywords: *service quality, consumer satisfaction and loyalty*

ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui peran kepuasan kerja dalam memediasi pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas konsumen baik langsung maupun tidak langsung, sehingga penting bagi Wijaya Cellular Bali untuk memperhatikan hal tersebut. Metode penelitian dalam penelitian ini menggunakan observasi, wawancara, dokumentasi, studi kepustakaan dan kuesioner. Kuesioner yang disebarkan kepada 96 orang sampel dari Wijaya Cellular Bali. Teknik analisis yang digunakan adalah analisis jalur (*path analysis*). Berdasarkan hasil penelitian diperoleh simpulan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Wijaya Cellular Bali. Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen pada Wijaya Cellular Bali. Kepuasan konsumen berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen pada Wijaya Cellular Bali. Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan secara tidak langsung terhadap loyalitas konsumen melalui kepuasan konsumen. Dengan demikian kepuasan konsumen berperan sebagai mediasi sebagian (*partial*) dalam pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas konsumen. Saran-saran Bagi peneliti selanjutnya disarankan untuk menambah variabel-variabel yang lain seperti kepercayaan konsumen dan *marketing mix* sehingga hasil penelitiannya lebih bervariasi dan menghasilkan penelitian yang lebih baik.

Kata kunci : *kualitas pelayanan, kepuasan dan loyalitas konsumen*

Pendahuluan

Loyalitas konsumen memiliki peran penting dalam sebuah perusahaan, mempertahankan mereka berarti meningkatkan kinerja keuangan dan mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan. Manfaat dari loyalitas konsumen adalah berkurangnya pengaruh serangan dari para kompetitor dari perusahaan sejenis tidak hanya kompetisi dalam hal produk namun juga kompetisi dalam hal persepsi. Selain itu pelanggan yang loyal dapat mendorong perkembangan perusahaan dengan memberikan ide atau saran kepada perusahaan agar meningkatkan kualitas produknya. Salah satu faktor yang dapat mempengaruhi loyalitas pelanggan adalah adanya kualitas pelayanan. Pelanggan yang terpuaskan nilai pribadinya dan mengalami mood yang positif terhadap pelayanan akan memiliki loyalitas yang tinggi terhadap perusahaan tersebut. Pelanggan sering kali tidak loyal disebabkan oleh adanya pelayanan yang buruk atau kualitas pelayanan yang semakin menurun dari yang diharapkan pelanggan.

Perusahaan perlu memonitor dan meningkatkan kepuasan pelanggannya karena makin tinggi kepuasan pelanggan, berarti makin besar pula kemungkinan pelanggan tetap setia. Memberikan senyum, salam, sapa, sopan dan santun kepada setiap konsumen yang datang merupakan layanan yang harus diterapkan oleh perusahaan. Dengan memberikan pelayanan yang baik, cepat dan tepat kepada setiap konsumen yang datang, dapat memberikan kesan yang akrab dan nyaman serta tidak menimbulkan rasa kekhawatiran bagi konsumen terhadap barang maupun komoditas yang dibelinya.

Kualitas pelayanan memiliki hubungan yang sangat erat dengan kepuasan konsumen, yaitu kualitas memberikan suatu dorongan kepada konsumen untuk menjalani ikatan hubungan yang kuat dengan perusahaan. Dalam jangka panjang ikatan seperti ini memungkinkan perusahaan untuk memahami dengan seksama harapan konsumen serta kebutuhan mereka. Dengan demikian, perusahaan dapat meningkatkan kepuasan konsumen yang pada gilirannya kepuasan konsumen dapat menciptakan kesetiaan atau loyalitas konsumen kepada perusahaan yang memberikan kualitas memuaskan.

Kualitas tingkat pelayanan terhadap konsumen merupakan suatu proses yang komplis, sehingga pada akhirnya akan menyangkut manajemen perusahaan secara keseluruhan. Maka konsep perusahaan perlu untuk selalu diperbaharui dan disempurnakan, sehingga dapat terwujud pelayanan yang bermutu, terjangkau, efektif, efisien, merata serta berkesinambungan. Citra kualitas layanan yang baik tidak didasarkan pada sudut pandang atau persepsi dari pihak yang menyediakan jasa, tetapi didasarkan pada sudut pandang atau persepsi yang dimiliki oleh

konsumen (Surya, 2013). Kepuasan pelanggan merupakan ukuran untuk mengetahui mutu jasa yang ditawarkan dan dapat meningkatkan volume penjualan perusahaan. Hal tersebut berarti jika kepuasan konsumen tercapai berarti pula mutu pelayanan dapat memenuhi harapan konsumen sehingga menyebabkan konsumen melakukan pembelian ulang dan meningkatkan jumlah penjualan. Selain memiliki hubungan langsung terhadap loyalitas konsumen, kualitas pelayanan dinilai memiliki pengaruh terhadap terhadap loyalitas konsumen melalui kepuasan.

Berdasarkan uraian tersebut menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen merupakan faktor penting dalam membangun loyalitas konsumen. Semakin tinggi kualitas pelayanan yang diberikan oleh sebuah perusahaan, maka akan semakin meningkatkan tingkat loyalitas konsumen untuk memilih perusahaan tersebut. Oleh karena itu, ketertarikan penulis untuk meneliti variabe-variabel tersebut pada perusahaan Wijaya Cellular Bali. Loyalitas menjadi hal yang mutlak diperlukan di lini bisnis apapun, termasuk dalam industri perdagangan elektronik yang digeluti oleh Wijaya Cellular Bali yang memiliki jangkauan konsumen cukup luas, dengan beragam macam produk serta harga yang bersahabat. Dalam bisnis perdagangan elektronik khususnya *handphone* dan *accessories* lainnya, tentunya akan mengundang para *competitor* untuk saling mendahului dan menjaring para konsumen dengan segala cara.

Penjualan dan promosi di Wijaya Cellular Bali memiliki *sales person* yang mempunyai kompetensi dibidangnya secara baik, mereka berinteraksi secara langsung dengan pelanggan maupun dengan calon pelanggan guna meningkatkan kepuasan dan membina hubungan yang solid, serta memberikan informasi mengenai promosi-promosi yang sedang diadakan oleh perusahaan. Masalah yang timbul adalah bagaimana menjaring konsumen baru dan meningkatkan volume penjualan pada Wijaya Cellular Bali. Salah satu strategi yang pernah dilakukan oleh perusahaan Wijaya Cellular Bali adalah memberikan voucher belanja (diskon aksesoris *handphone*) di setiap pembelian *handphone android*, dan strategi tersebut kurang menarik perhatian konsumen. Selain itu juga ditemukan kendala-kendala lain yang ada di perusahaan dalam meningkatkan jumlah transaksi, bagaimana cara memberikan pelayanan yang terbaik kepada konsumen, maupun untuk mempertahankan jumlah konsumen yang ada pada Wijaya Cellular Bali.

Pada tahun 2020 jumlah transaksi yang terjadi di Wijaya Cellular Bali mencapai 27.092, dan pada tahun 2021 mengalami peningkatan mencapai 19.664 transaksi, sedangkan pada tahun 2022 mengalami penurun volume penjualan menjadi 25.920 transaksi. Hal ini menunjukkan bahwa konsumen melakukan transaksi tidak hanya sekali saja namun berulang kali. Volume

penjualan produk-produk pada Wijaya Cellular Bali tahun 2020-2022 mengalami peningkatan dan penurunan, dimana penjualan pada tahun 2020 sebesar Rp. 6.773.000.000 dengan rata-rata sebesar Rp. 564.416.667 per bulan, tahun 2021 volume penjualan sebesar Rp, 7.416.000.000 dengan rata-rata sebesar Rp. 618.000.000 per bulan, sedangkan tahun 2022 mengalami penurunan menjadi sebesar 6.355.000.000 dengan rata-rata sebesar Rp. 529.583.333. Adanya penurunan volume penjualan menunjukkan bahwa terdapat permasalahan mengenai loyalitas konsumen untuk membeli produk-produk yang dijual oleh Wijaya Cellular Bali.

Berdasarkan latar belakang tersebut, penulis tertarik untuk meneliti kualitas pelayanan dan loyalitas konsumen serta kepuasan konsumen. Judul yang diambil untuk penelitian ini adalah **“Peran Kepuasan Konsumen Dalam Memediasi Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Konsumen Pada Wijaya Celular Bali”**.

Terdapat sejumlah kajian teoritik yang digunakan yang relevan dengan variabel yang dibahas dalam penelitian ini, sebagai berikut:

Ratih (2019:129) menyatakan bahwa loyalitas adalah komitmen pelanggan bertahan secara mendalam untuk berlangganan kembali atau melakukan pembelian ulang produk atau jasa terpilih secara konsisten dimasa yang akan datang, meskipun pengaruh situasi dan usaha-usaha pemasaran mempunyai potensi untuk menyebabkan perubahan perilaku..

Tjiptono (2014 : 51) menyatakan bahwa kualitas merupakan suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi diharapkan. Pengertian kualitas jasa sendiri intinya adalah upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketetapan penyampaianya untuk mengimbangi harapan pelanggan.

Menurut Sunyoto (2015: 140) bahwa kepuasan konsumen merupakan salah satu alasan dimana konsumen memutuskan untuk berbelanja pada suatu tempat. Apabila konsumen merasa puas dengan suatu produk, mereka cenderung akan terus membeli dan menggunakannya serta memberitahukan orang lain tentang pengalaman mereka yang menyenangkan dengan produk tersebut.

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 Kepuasan Konsumen

Penelitian dari Karomah (2018) menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara pelayanan terhadap kepuasan konsumen. Penelitian dari Thuangasel (2019) menunjukkan bahwa kualitas layanan berpengaruh signifikan dan positif terhadap kepuasan pelanggan. Penelitian dari David (2018) menunjukkan bahwa *e-service quality* berpengaruh

positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Penelitian dari Yulisetiari (2018) menunjukkan bahwa kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Penelitian dari Safitri (2016) menunjukkan bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen, sehingga dapat dirumuskan hipotesis:

H₂: diduga kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada pada Wijaya Cellular Bali.

2. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Konsumen

Terciptanya kualitas pelayanan yang baik dalam suatu perusahaan bermanfaat juga bagi hubungan yang harmonis antara perusahaan dan konsumen, sehingga dapat memberikan umpan balik yang baik untuk konsumen melakukan keputusan untuk melakukan pembelian ulang atau loyal dari konsumen. Pernyataan tersebut didukung oleh hasil penelitian dari Hermanto, dkk (2019) menunjukkan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen. Hasil penelitian dari Pramana (2016) menunjukkan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah. Hasil penelitian Sutopo (2019) menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan, sehingga dapat dirumuskan dalam penelitian adalah sebagai berikut :

H₂: Diduga kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen pada Wijaya Cellular Bali.

3. Pengaruh Kepuasan Konsumen terhadap Loyalitas Konsumen

Penelitian dari Artha (2019) menunjukkan kepuasan pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Hasil penelitian dari Arum (2014) menunjukkan kepuasan berpengaruh positif signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Penelitian dari Edar (2019) menunjukkan bahwa secara parsial kepuasan nasabah berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah. Penelitian dari Kusniati (2020) menunjukkan bahwa kepuasan nasabah berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah, sehingga hipotesis yang dapat dirumuskan dalam penelitian adalah sebagai berikut :

H₃: Diduga kepuasan konsumen berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen pada Wijaya Cellular Bali

4. Peran Kepuasan Konsumen Memediasi pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Konsumen

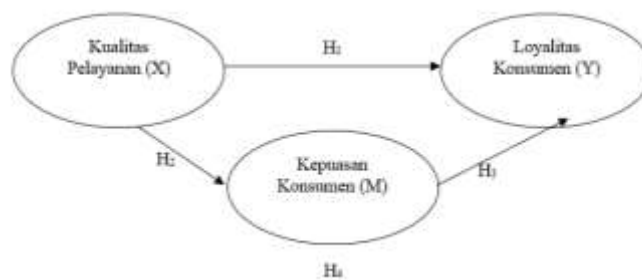
Malik (2012) dan Mardikawati (2013) dalam penelitiannya dengan hasil bahwa kualitas pelayanan dan loyalitas nasabah memiliki pengaruh yang signifikan yang dimediasi oleh kepuasan nasabah. Kepuasan memiliki peran yang cukup penting dalam memediasi hubungan

antara kualitas layanan dan loyalitas, sebab ketika nasabah tersebut merasa puas akan pelayanan yang diberikan maka dapat membuat nasabah tersebut menjadi loyal. Hasil penelitian dari Artha (2019) menunjukkan kepuasan pelanggan secara simultan memediasi pengaruh kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan. Penelitian dari Dasri (2017) menunjukkan kualitas jasa melalui kepuasan nasabah sebagai variabel mediasi berpengaruh terhadap loyalitas nasabah, sehingga dapat dirumuskan dalam penelitian adalah sebagai berikut :

H₄ : Diduga kepuasan konsumen berpengaruh secara positif dan signifikan dalam memediasi pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas konsumen Wijaya Cellular Bali.

Metode Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif yang bersifat asosiatif kausal dimana pengumpulan data dilakukan dengan penyebaran kuisisioner penelitian. Kerangka berpikir dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:



Gambar 1. Kerangka Berpikir

Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen yang menggunakan produk-produk yang dijual di Wijaya Cellular Bali tahun 2022 dengan rata-rata sebanyak 2.160 orang per bulan. besarnya sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebanyak 96 orang. Metode pengambilan sampel yang digunakan adalah sampling insidental. Data tersebut dikumpulkan dengan wawancara langsung melalui kuesioner yang didesain untuk memperoleh data. Disamping itu, dipergunakan pula sejumlah data sekunder yang dikumpulkan melalui hasil observasi dan kepustakaan untuk mendukung ataupun memperkaya hasil analisis dalam penelitian ini. Data penelitian dikumpulkan dengan instrumen berupa kuesioner yang disebarkan secara langsung kepada responden. Instrumen penelitian yang digunakan terlebih dahulu diuji dengan uji validitas dan uji reliabilitas. Selanjutnya teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi berganda.

Hasil Penelitian dan Pembahasan

Berdasarkan hasil perhitungan dalam uji validitas dan uji reliabilitas, menunjukkan bahwa bahwa seluruh instrumen penelitian yang digunakan untuk mengukur masing-masing variabel yang digunakan adalah valid dan reliabel, karena memiliki r_{hitung} lebih besar dari r_{tabel} sebesar 0,3 dan koefisien reliabilitas (*alpha cronbach*) lebih besar dari 0,6. Dengan demikian seluruh variabel penelitian tersebut dapat digunakan untuk analisis statistik lebih lanjut.

Tabel 1. Substruktur 1

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	0,276	1,499		0,184	0,854
	X1	0,573	0,038	0,842	15,152	0,000

a. Dependent Variable: M

Sumber: Hasil Olah Data Peneliti, 2024

Hasil analisis data pada Tabel 1 diperoleh bahwa kualitas pelayanan berpengaruh pada kepuasan konsumen. Ini ditunjukkan oleh koefisien variabel kualitas pelayanan sebesar 0,573 yang signifikan dengan nilai t sebesar 15,152 pada p sebesar 0,000, oleh karena nilai sig t sebesar $0,000 < 0,05$ ini berarti H_0 ditolak dan H_1 diterima. Berdasarkan hal tersebut berarti variabel kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Wijaya Cellular Bali. Koefisien kualitas pelayanan yang sudah distandarisasi ditunjukkan dengan nilai beta sebesar 0,842. Hal ini berarti pengaruh langsung kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada Wijaya Cellular Bali adalah sebesar 84,2%

Tabel 2. Substruktur 2

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1,870	1,628		1,149	,254
	X1	0,558	0,041	0,814	13,583	,000

a. Dependent Variable: Y

Sumber: Hasil Olah Data Peneliti, 2024

Dari tabel 2 diperoleh bahwa kualitas pelayanan berpengaruh pada loyalitas konsumen. Ini ditunjukkan oleh koefisien variabel kualitas pelayanan sebesar 0,558 yang signifikan dengan nilai t sebesar 13,583 pada p sebesar 0,000, oleh karena nilai sig t sebesar $0,000 < 0,05$ ini berarti H_0 ditolak dan H_1 diterima. Berdasarkan hal tersebut berarti variabel kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen pada Wijaya Cellular Bali. Koefisien kualitas pelayanan yang sudah distandarisasi ditunjukkan dengan nilai beta sebesar

0,814. Hal ini berarti pengaruh langsung kualitas pelayanan terhadap loyalitas konsumen pada Wijaya Cellular Bali adalah sebesar 81,4%.

Tabel 3. Substruktur 3

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	4,261	1,264		3,372	0,001
	M	0,857	0,055	0,850	15,652	0,000

a. Dependent Variable: Y

Sumber: Hasil Olah Data Peneliti, 2024.

Uji diperoleh bahwa kepuasan konsumen berpengaruh pada loyalitas nasabah. Ini ditunjukkan oleh koefisien variabel kepuasan konsumen sebesar 0,850 yang signifikan dengan nilai t sebesar 15,652 pada p sebesar 0,000, oleh karena nilai sig t sebesar $0,000 < 0,05$ ini berarti H_0 ditolak dan H_3 diterima. Berdasarkan hal tersebut berarti variabel kepuasan konsumen berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen pada Wijaya Cellular Bali. Koefisien kepuasan konsumen yang sudah distandarisasi ditunjukkan dengan nilai beta sebesar 0,850. Hal ini berarti pengaruh langsung kepuasan konsumen terhadap loyalitas konsumen pada Wijaya Cellular Bali adalah sebesar 85%.

Tabel 4. Substruktur 4

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1,712	1,393		1,229	0,222
	X1	0,231	0,065	0,337	3,542	0,001
	M	0,571	0,096	0,566	5,955	0,000

a. Dependent Variable: Y

Sumber: Hasil Olah Data Peneliti, 2024

Berdasarkan atas hasil perhitungan di atas diperoleh bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas nasabah. Ini ditunjukkan oleh koefisien variabel kualitas pelayanan sebesar 0,231 yang signifikan dengan nilai t sebesar 3,542 pada p sebesar 0,001. Koefisien kualitas pelayanan yang sudah distandarisasi ditunjukkan dengan nilai beta sebesar 0,337. Hal ini berarti pengaruh langsung kualitas pelayanan terhadap loyalitas konsumen pada Wijaya Cellular Bali adalah 33,7%. Demikian pula halnya dengan kepuasan konsumen berpengaruh terhadap loyalitas nasabah. Ini ditunjukkan oleh koefisien kepuasan konsumen sebesar 0,571 yang signifikan dengan nilai t sebesar 5,955 pada p sebesar 0,000. Koefisien kepuasan konsumen yang sudah distandarisasi ditunjukkan dengan nilai beta sebesar 0,566. Hal ini berarti pengaruh langsung

kepuasan konsumen terhadap loyalitas konsumen pada Wijaya Cellular Bali adalah sebesar 56,6%.

Tabel 5. Pengaruh Langsung dan Tak Langsung

No	Variabel	Pengaruh Langsung	Pengaruh Tidak Langsung	Pengaruh Total
1	Kualitas pelayanan (X) → Kepuasan Konsumen (M)	0,842		0,842
2	Kualitas pelayanan (X) → Loyalitas Konsumen (Y)	0,814		0,814
3	Kepuasan Konsumen (M) → Loyalitas Konsumen (Y)	0,850		0,850
4	Kualitas pelayanan (X) → Kepuasan Konsumen (M) → Loyalitas Konsumen (Y)	0,337	0,566	0,903

Sumber: Hasil Olah Data Peneliti, 2024

Uji Mediasi (Sobel)

Hasil analisis data menunjukkan koefisien jalur dari kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen (atau disebut dengan jalur a) beserta dengan *standar error* dari jalur a (atau disebut dengan Sa), dan diperoleh koefisien jalur dari kepuasan konsumen terhadap loyalitas konsumen (atau disebut dengan jalur b) beserta dengan standar error dari jalur b (atau disebut dengan Sb). Uji sobel akan menghasilkan *standar error* dari pengaruh tidak langsung kualitas pelayanan terhadap loyalitas melalui kepuasan konsumen (atau disebut dengan Sab) sebesar 0,571 dan nilai Z sebesar 5,955. Nilai Z hitung sebesar 5,955 mengindikasikan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas melalui kepuasan konsumen pada Wijaya Cellular Bali, hal tersebut dikarenakan nilai Z hitung lebih besar (>) dari nilai Z tabelnya yaitu sebesar 1,96

Pembahasan

Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen pada Wijaya Cellular Bali

Hasil uji hipotesis menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Wijaya Cellular Bali. Hasil ini didasari dari koefisien variabel kualitas pelayanan sebesar 0,573 yang signifikan dengan nilai t sebesar 15,152 pada p sebesar 0,000, oleh karena nilai sig t sebesar $0,000 < 0,05$ ini berarti H_0 ditolak dan H_2 diterima. Hal ini berarti semakin baik kualitas pelayanan, maka semakin tinggi kepuasan konsumen. Hasil penelitian ini selaras dengan penelitian yang dilaksanakan oleh Karomah (2018)

menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara pelayanan terhadap kepuasan konsumen. Penelitian dari Thuangasel (2019) menunjukkan bahwa kualitas layanan berpengaruh signifikan dan positif terhadap kepuasan pelanggan. Penelitian dari David (2018) menunjukkan bahwa *e-service quality* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Penelitian dari Yulisetiarni (2018) menunjukkan bahwa kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Penelitian dari Safitri (2016) menunjukkan bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen, sehingga hipotesis yang menyatakan bahwa diduga kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Wijaya Cellular Bali, dapat diterima.

Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Konsumen pada Wijaya Cellular Bali

Hasil uji hipotesis menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen pada Wijaya Cellular Bali. Hasil ini didasari dari koefisien variabel kualitas pelayanan sebesar 0,558 yang signifikan dengan nilai t sebesar 13,583 pada p sebesar 0,000, oleh karena nilai $sig > 0,05$ ini berarti H_0 ditolak dan H_1 diterima. Hal ini berarti semakin baik kualitas pelayanan, maka semakin tinggi loyalitas konsumen. Hasil penelitian ini selaras dengan penelitian yang dilaksanakan oleh Hermanto, dkk (2019) menunjukkan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen. Hasil penelitian dari Pramana (2016) menunjukkan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah. Hasil penelitian Sutopo (2019) menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan, sehingga hipotesis yang menyatakan bahwa Diduga kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen pada Wijaya Cellular Bali, dapat diterima.

Pengaruh Kepuasan Konsumen Terhadap Loyalitas Konsumen pada Wijaya Cellular Bali

Hasil uji hipotesis menunjukkan bahwa kepuasan konsumen berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen pada Wijaya Cellular Bali. Hasil ini didasari dari koefisien variabel kepuasan konsumen sebesar 0,857 yang signifikan dengan nilai t sebesar 15,652 pada p sebesar 0,000, oleh karena nilai $sig > 0,05$ ini berarti H_0 ditolak dan H_3 diterima. Hal ini berarti semakin tinggi kepuasan konsumen, maka semakin tinggi loyalitas konsumen. Hasil penelitian ini selaras dengan penelitian yang dilaksanakan oleh Penelitian dari Artha (2019) menunjukkan kepuasan pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Hasil penelitian dari Arum (2014) menunjukkan kepuasan berpengaruh positif signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Penelitian dari Edar (2019) menunjukkan bahwa secara parsial kepuasan nasabah berpengaruh positif dan signifikan

terhadap loyalitas nasabah. Penelitian dari Kusniati (2020) menunjukkan bahwa kepuasan nasabah berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah, sehingga hipotesis yang menyatakan bahwa Diduga kepuasan konsumen berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen pada Wijaya Cellular Bali, dapat diterima.

Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Konsumen melalui Mediasi Kepuasan Konsumen pada Wijaya Cellular Bali

Hasil uji hipotesis menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan secara tidak langsung terhadap loyalitas konsumen melalui kepuasan konsumen pada Wijaya Cellular Bali. Hasil ini didasari dari koefisien variabel kualitas pelayanan sebesar 0,231 yang signifikan dengan nilai t sebesar 3,542 pada p sebesar 0,001. Koefisien kualitas pelayanan yang sudah distandarisasi ditunjukkan dengan nilai beta sebesar 0,337. Hal ini berarti pengaruh langsung kualitas pelayanan terhadap loyalitas konsumen pada Wijaya Cellular Bali sebesar 33,7%. Demikian pula halnya dengan kepuasan konsumen berpengaruh terhadap loyalitas konsumen. Ini ditunjukkan oleh koefisien kepuasan konsumen sebesar 0,571 yang signifikan dengan nilai t sebesar 5,955 pada p sebesar 0,000. Koefisien kepuasan konsumen yang sudah distandarisasi ditunjukkan dengan nilai beta sebesar 0,566. Hal ini berarti pengaruh langsung kepuasan konsumen terhadap loyalitas konsumen pada Wijaya Cellular Bali adalah sebesar 56,6%. Hal ini berarti semakin baik kualitas pelayanan serta semakin tinggi kepuasan konsumen, maka semakin tinggi loyalitas konsumen. Hasil penelitian ini selaras dengan penelitian yang dilaksanakan oleh Artha (2019) menunjukkan kepuasan pelanggan memediasi pengaruh kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan. Penelitian dari Dasri (2017) menunjukkan kualitas jasa melalui kepuasan nasabah sebagai variabel mediasi berpengaruh terhadap loyalitas nasabah, sehingga hipotesis yang menyatakan bahwa Diduga kepuasan konsumen berpengaruh secara positif dan signifikan dalam memediasi pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas konsumen Wijaya Cellular Bali dapat diterima. Hasil keseluruhan uji hipotesis, dimana pengaruh kualitas pelayanan (X) terhadap loyalitas konsumen (Y) adalah signifikan, pengaruh kepuasan konsumen (M) terhadap loyalitas konsumen (Y) adalah signifikan, pengaruh langsung kualitas pelayanan terhadap loyalitas konsumen melalui kepuasan konsumen adalah signifikan dan pengaruh langsung kualitas pelayanan terhadap loyalitas konsumen tanpa kepuasan konsumen adalah signifikan, maka dapat dikatakan bahwa kepuasan konsumen berperan sebagai mediasi sebagian (*partial*) dalam pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas konsumen pada Wijaya Cellular Bali (Hair et al, dalam Wibawa 2013). Penjelasan tersebut menunjukkan bahwa kepuasan

konsumen adalah faktor yang mampu menjelaskan mengapa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas konsumen pada Wijaya Cellular Bali.

Simpulan

Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Wijaya Cellular Bali. Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen pada Wijaya Cellular Bali. Kepuasan konsumen berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen pada Wijaya Cellular Bali. Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan secara tidak langsung terhadap loyalitas konsumen melalui kepuasan konsumen pada Wijaya Cellular Bali.

Daftar Pustaka

- Ambarwati, I. A. T., Kawiana, I. G. P., & Mahayasa, I. G. A. (2022). Mediasi Kepuasan Konsumen Pada Hubungan Kualitas Pelayanan Dengan Loyalitas Pada PT Prisma ElektriKa Bali. *WidyaAmrita: Jurnal Manajemen, Kewirausahaan dan Pariwisata*, 2(3), 832-843.
- Andini Lestari (2018). Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Mediasi (Studi Pada Larissa Aesthetic Center Malang).
- Basith, Abdul, Kumadji, Srikandi dan Hidayat Kadarisman. 2014. *Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Pelanggan. Jurnal Administrasi Bisnis. Vol. 11 No.1.*
- Bharwana, Thariq .K., Bashir, Mohsin dan Mohsin, Muhammad. 2013. "Impact of Service Quality on Customers' Satisfaction: A Study from Service Sector especially Private Colleges of Faisalabad, Punjab, Pakistan". *International Journal of Scientific and Research Publications. Volume 3, Issue 5.*
- Fahrainsyah Wahyu Putra & Eka Sulistyawati (2018). Peran Kepuasan Pelanggan Dalam Memediasi Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi Pada Rumah Makan Bakmi Tungku Di Kabupaten Badung). *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana* (2018).
- Fasochah, Harnoto. (2013). Analisis Pengaruh Kepercayaan dan Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan dengan Kepuasan Konsumen sebagai Variabel Mediasi (Studi pada Rs Darul Istiqomah Kaliwungu Kendal). *Jurnal Ekonomi Manajemen Akuntansi – ISSN 0853 – 8778 No. 34 / Th. XX April 2013, 1-23.*
- Ghozali, Imam. (2012). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hasan (2015 : 75) "Loyalitas pelanggan merupakan perilaku yang terkait dengan sebuah produk. <http://repository.unmuha.ac.id/xmlui/bitstream/handle/123456789/595/10.%20Bab%20II.pdf?sequence=10&isAllowed=y>
- Kuncoro, A. dan Riduwan. (2013). *Cara Menggunakan dan Memakai Analisis Jalur (Path Analisis)*. Bandung: CV Alfabeta,).
- Lien Hardiyanti. Peran Kepuasan Dalam Memediasi Pengaruh Kualitas Layanan, *Customer Experience*, dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas. (Studi Pada Penumpang Kapal PT Pelayaran Nasional Indonesia Cabang Semarang).

-
- Lilis Cucu Sumartini & Dini Fajriany Ardining Tias. Analisis Kepuasan Konsumen Untuk Meningkatkan Volume Kedai Kopi Kala Senja. JURNAL E-BIS VOL.3 NO.1 , 1 November 2019
- 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.
- Marcellus Ivan Novandy & Ni Made Rastini (2018). Peran Kepuasan Pelanggan Dalam Memediasi Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan(Studikusus : Usaha Ekspedisi Tiki Di Kota Denpasar). *E-Jurnal Manajemen Unud*, Vol. 7, No. 1, 2018:412-440. DOI:
- Menurut Hidayat (2012:103). Pengertian loyalitas konsumen.
<http://eprints.ums.ac.id/36842/3/BAB%20II.pdf>
- Oliver (dalam Sangadji dan Sopiah, 2013). Loyalitas pelanggan adalah komitmen pelanggan bertahan secara mendalam.
http://repository.uma.ac.id/bitstream/123456789/428/5/118600142_file5.pdf
- Sugiyono. (2015). Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D). Bandung: CV. Alfabeta.
- Tjiptono dan Candra (dalam Priansa, 2017). Pengaruh Customer Relationship Managemet Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Konsumen Sepeda Motor Yamaha
- Yulia Larasati Putri & Hardi Utomo. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening (Studi Persepsi Pada Pelanggan Dian Comp Ambarawa). *Among Makarti* Vol.10 No.19, Juli 2017.