ANALISIS PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN DENGAN KEPUASAN PELANGGANSEBAGAI VARIABEL MODERATING

(Studi kasus pada Warung Makan Bebek Goreng Haji Slamet Kartasura)

ARTIKEL PUBLIKASI ILMIAH

Disusun Untuk Memenuhi Tugas dan Syarat-Syarat Guna Memperoleh
Gelar Sarjana Ekonomi Jurusan Manajemen Pada Fakultas Ekonomi
Universitas Muhammadiyah Surakarta

Disusun oleh:

LUHUR EKO PRAMONO
B100070 002

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA

2012

HALAMAN PENGESAHAN

Yang bertanda tangan dibawah ini telah membaca skripsi dengan judul :

ANALISIS PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN DENGAN KEPUASAN PELANGGAN SEBAGAI VARIABEL MODERATING (Studi kasus pada Warung Makan Bebek Goreng Haji Slamet Kartasura)

Yang ditulis oleh:

LUHUR EKO PRAMONO
B100070 002

Penandatanganan berpendapat bahwa skripsi tersebut telah memenuhi syarat untuk diterima.

Surakarta, Agustus2012

Pembimbing

(Lukman Hakim, SE., M.Si)

Mengetahui

Dekan Fakultas Ekonomi

Universitas Muhammadiyah Surakarta

(Dr. H. Triyono, SE., M.Si)

ANALISIS PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN DENGAN KEPUASAN PELANGGANSEBAGAI VARIABEL MODERATING

(Studi kasus pada Warung Makan Bebek Goreng Haji Slamet Kartasura)

Oleh:
Luhur Eko Pramono

ABSTRAKSI

Penelitian ini bertujuanuntuk menganalisis pengaruh variabel kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan, pengaruh variabel kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan, pengaruh variabel kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan dan pengaruhvariabel kepuasan pelanggan sebagai variabelmemediasi antara kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan. Hasil penelitian ini diharapkan sebagai bahan untuk melakukan evaluasi terhadap kualitas pelayanan yang selama ini diberikan oleh perusahaan, dan dapat dipergunakan sebagai dasar perbaikan kualitas pelayanan dalam rangka meningkatkan kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan.

Analisis data dalam penelitian ini menggunakan alat analisis *Structural Equation Modeling (SEM)*.Struktural equation modeling (SEM) adalah sekumpulan teknik-teknik statistical yang memungkinkan pengujian sebuah rangkaian hubungan yang relatif rumit secara simultan. Populasi dalam penelitian ini adalah pengunjung Warung Bebek Goreng Haji Slamet Kartasura.Sampel adalah penelitian ini adalah 100 orang konsumen pengunjung Warung Bebek Goreng Haji Slamet Kartasura. Pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan desain *non probability sampling*.

Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan diperoleh nilai koefisien sebesar 0,940 dengan C.R = 6,391 dan p = 0,000. Nilai koefisien yang positif menunjukkan bahwa kualitas pelayanan memberikan kontribusi positif terhadap kepuasan pelanggan, sedangkan dengan nilai C.R = 6,391 > 1,96 dengan p = 0,000 < 0,05 maka H_1 diterima, artinya kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan diperoleh nilai koefisien sebesar 0,434 dengan C.R = 2,160 dan p = 0,031. Nilai koefisien yang positif menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan memberikan kontribusi positif terhadap loyalitas pelanggan, sedangkan dengan nilai C.R = 2,160 > 1,96 dengan p = 0,031 < 0,05 maka H_2 diterima, artinya kepuasan pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan diperoleh nilai koefisien sebesar 0,511 dengan C.R = 2,405 dan p = 0,016. Nilai koefisien yang positif menunjukkan bahwa kualitas pelayanan memberikan kontribusi positif terhadap loyalitas pelanggan, sedangkan dengan nilai C.R = 2,405 > 1,96 dengan p = 0,016 < 0,05 maka H_3 diterima, artinya kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan dengan kepuasan pelanggan sebagai variabel moderating diperoleh nilai C.R = 2,024 > 1,96, maka H_4 diterima, artinya koefisien kepuasan pelanggan signifikan yang berarti ada pengaruh mediasi. Sehingga ada pengaruh yang positif dan signifikan antara kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan atau kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan dengan kepuasan pelanggan sebagai variabel moderating.

Kata kunci: kualitas pelayanan, kepuasan pelanggan, loyalitas pelanggan.

PENDAHULUAN

Kepuasan konsumen sangat penting demi mempertahankan keberadaan konsumen tersebut untuk tetap berjalannya suatu usaha. Untuk itu salah satu cara yang dapat dilakukan oleh pengelola adalah dengan melakukan perbaikan secara berkelanjutan, karena kepuasan konsumen merupakan hal yang sangat penting bagi pengelola Rumah Makan. Jika konsumen merasa puas terhadap apa yang telah diberikan oleh pengelola Rumah Makan tersebut maka terdapat tiga kemungkinan yaitu berminat untuk melakukan pembelian ulang, mereka berminat untuk merekomendasikan apa yang mereka rasakan kepada teman dan saudaranya dan terakhir mereka akan loyal terhadap produk tersebut. Untuk mempertahankan dan mengembangkan bisnis Rumah Makan ini tidak mudah karena semakin banyaknya pesaing di bisnis ini. Mulai dari daerah perkotaan hingga daerah pedalaman yang memiliki berbagai macam sajian hidangan khas yang sangat lezat.

Adanya proses globalisasi sekarang ini, perkembangan dalam ilmu pengetahuan dan teknologi telah mampu mempercepat proses inovasi dan perkembangan produk (barang dan jasa),apalagi kita dalam menghadapi pasar bebas maka kualitas jasa pelayanan terhadap konsumen harus menjadi titik perhatian bagi setiap organisasi. Kepusan konsumen harus ditata sedemikian penting untuk eksistensi suatu perusahaan atau organisasi. Dalam bidang pemasaran pengembangan suatu produk/jasasangatlah penting dalam pertumbuhan ekonomi suatu Negara.

Suatu produk atau jasa harus memiliki daya saing agar menarik pelanggan, sebab bisnis tidak dapat berlangsung tanpa adanya pelanggan. Suatu produk hanya memiliki daya saing bila keunggulan produk tersebut terletak pada keunikan serta kualitas pelayanan jasa tersebut kepada pelanggan. Agar dapat bersaing suatu produk harus memiliki keunikan dibandingkan dengan produk lain yang sejenis. (Rangkuti, 2002 : 32).Keunikan serta kualitas pelayanannya harus disesuaikan dengan manfaat yang dibutuhkan oleh pelanggan atau dengan kata lain manfaat sutu produk tergantung pada seberapa jauh produk tersebut memenuhi nilai-nilai yang dibutuhkan oleh pelanggan. Suksesnya suatu industri jasa tergantung pada

sejauh mana perusahaan mampu mengelola tiga aspek penting yaitu janji perusahaan mengenai jasa yang akan disampaikan kepada pelanggan,kemampuan perusahaan untuk membuat karyawan mampu memenuhi janji tersebut serta kemampuan karyawan untuk menyampaikan janji tersebut kepada pelanggan.

Jasa pelayanan yang diberikan dengan baik merupakan srtategi keuntungan karena akan dapat menghasilkan lebih banyak yang baru. Jasa pelayanan dapat membangun kultur organisasi yang baik dimana manusia yang terlibat didalamnya dapat mengembangkan potensi mereka, serta jasa merupakan komponen kunci untuk mendorong suksesnya suatu perusahaan disamping memaksimalkan manfaat dan meminimalkan beban bukan harga untuk konsumen (Berry, Parasuraman, Zeitmalh, 1998).

Berkaitan dengan hal tersebut perlulah dilakukan suatu studi kualitas pelayanan jasa yang diterima oleh konsumen sehingga dapat diketauhi sekaligus mengelola bagian yang menjadi penggerak dalam penyampaian pelayanan jasa tersebut. Mendengar apa yang diinginkan konsumen merupakan hal yang penting dalam memformasikan strategi pemasaran perusahaan (Kertajaya, 2006).

Penelitian yang dilakukan Dabholkar, et al (2000) dalam Tjiptono(2005), menyatakan bahwa kualitas pelayanan mempunyai pengaruh yang sangat signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Penelitian yang juga dilakukan oleh Stank, et al.(1999) menyatakan bahwa adanya hubungan pengaruh yang sangat sgnifikan antara kualitas jasa secara tidak langsung dengan loyalitas konsumen dengan mediasi kepuasan pelanggan.

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka dilakukan penelitian dengan tujuan: 1) untuk menganalisis pengaruh variabel kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan; 2) untuk menganalisa ada pengaruh variabel kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan; 3) untuk menganalisis pengaruh variabel kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan; dan 4) untuk menganalisis pengaruhvariabel kepuasan pelanggan sebagai variabelmemediasi antara kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan.

METODOLOGI PENELITIAN

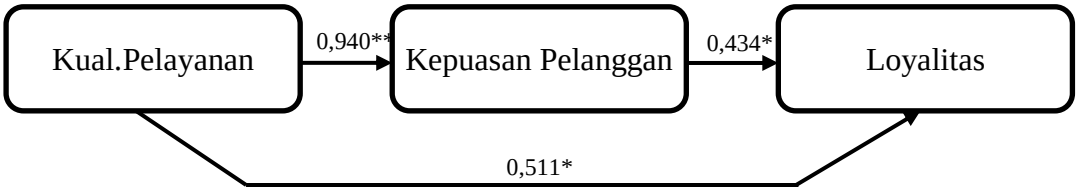
Penelitian ini dikategorikan ke dalam peneletian pengujian hipotesis. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode survei, yaitu suatu metode pengumpulan data primer dengan memberikan pertanyaan-pertanyaan kepada responden individu (Jogiyanto, 2008). Penelitian *survey* pada umumnya dilakukan untuk mengambil suatu generalisasi dari pengamatan yang tidak mendalam (Sugiyono, 2005: 7).

Populasi dalam penelitian ini adalah pengunjung Warung Bebek Goreng Haji Slamet Kartasura. Adapun sampelnya adalah 100 orang konsumen pengunjung Warung Bebek Goreng Haji Slamet Kartasura. Pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan desain *non probability sampling*, yaitu teknik pengambilan sampel yang tidak memberikan peluang/kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel (Sugiyono, 2005).

Analisis data dalam penelitian ini menggunakan alat analisis *Structural Equation Modeling (SEM)*. Struktural equation modeling (SEM) adalah sekumpulan teknik-teknik statistical yang memungkinkan pengujian sebuah rangkaian hubungan yang relatif rumit secara simultan (Ferdinand, 2005:7). Hubungan yang rumit itu dapat dibangun antara satu atau beberapa variabel dependen dengan satu atau beberapa variabel independen. Masing-masing variabel dependen dan independen dapat dibentuk faktor atau konstruk yang dibangun dari beberapa variabel indikator atau berbentuk sebuah variabel tunggal yang diobservasi langsung dalam sebuah prosespenelitian pada dasarnya SEM adalah kombinasi antara analisis faktor dan analisis regresi berganda (Fredinand, 2005:8; Santosa, 2007:1).

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil penelitian tentang pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan dengan kepuasan pelanggan sebagai variabel moderating diperoleh hasil sebagai berikut:



Gambar 1
Hasil Pengujian Hipotesis Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Pelanggan

Untuk menganalisis lebih jelas tentang pengaruh sikap pada pekerjaan terhadap kepuasan pekerjaan dan semangat kerja karyawan dapat dilihat pada tabel 1.

Tabel 1
Hasil Pengujian Hipotesis Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Pelanggan

Hubungan Variabel			Estimate	S.E	C.R.	P	Keterangan
Kepuasan	<---	Pelayanan	0,940	0,147	6,391	0,000	H_1 diterima
Loyalitas	<---	Kepuasan	0,434	0,201	2,160	0,031	H_2 diterima
Loyalitas	<---	Pelayanan	0,511	0,213	2,405	0,016	H_3 diterima

Sumber: Data olahan (Lampiran)

1. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan

Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan diperoleh nilai koefisien sebesar 0,940 dengan C.R = 6,391 dan p = 0,000. Nilai koefisien yang positif menunjukkan bahwa kualitas pelayanan memberikan kontribusi positif terhadap kepuasan pelanggan, sedangkan dengan nilai C.R = 6,391> 1,96 dengan p = 0,000 < 0,05 maka H_1 diterima, artinya kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Kualitas pelayanan merupakan hal yang sangat penting bagi setiap perusahaan. Warung Makan Bebek Goreng Haji Slamet Kartasura yang merupakan sebuah usaha penyedia jasa pelayanan rumah makan senantiasa berupaya melaksanakan kualitas pelayanan yang semaksimal mungkin dalam melayani setiap konsumen. Hal ini terbukti dari setiap karyawan di Warung

Makan Bebek Goreng Haji Slamet Kartasura yang sangat handal dalam melayani setiap konsumen, karyawan juga tanggap terhadap permintaan dari setiap konsumen, mereka berusaha memberikan jaminan kenikmatan dari setiap hidangan yang disajikan dan memberikan perhatian bagi seluruh konsumen serta mempunyai bukti fisik bangunan yang indah dan nyaman untuk digunakan bagi setiap konsumen dalam menikmatik setiap hidangan yang disajikan. Adanya pelayanan yang baik ini mampu meningkatkan kepuasan konsumen dalam berkunjung di Warung Makan Bebek Goreng Haji Slamet Kartasura.

Kualitas pelayanan merupakan dasar dari pemasaran jasa, karena inti produk adalah suatu kinerja (yang berkualitas),dan kinerjalah yang dibeli oleh pelanggan, oleh karena itu kualitas kinerja pelayanan merupakan dasar dari pemasaran jasa. Konsep pelayanan yang baik akan memberikan peluang bagi perusahaan untuk bersaing dalam merebut konsumen. Sedangkan kinerja yang baik (berkualitas) dari sebuah konsep pelayanan menimbulkan situasi yang kompetitif dimana hal tersebut dapat diimplementasikan melalui stretegi untuk menyakinkan pelanggan, memperkuat image tentang merk,iklan, penjualan dan penentuan harga.

Strategi inovator terhadap kualitas layanan biasanya sulit ditiru dibandingkan dengan Sekedar konsep layanan itu sendiri. Hal tersebut disebabkan karena kualitas layanan berasal dari kepemimpinan yang terinspirasi melalui organisasi, budaya perusahaan yang berorientasi pada pelanggan, desain sistem layanan prima,penggunaan informasi dan teknologi yang efektif, serta faktor-faktor lainnya yang dikembangkan oleh organisasi. Menurut Parasuraman, *et al.* (dalam Lupiyoadi, 2001:148) *service quality* didefinisikan sebagai seberapa jauh perbedaan antara kenyataan dan harapan pelanggan atas layanan yang mereka terima atau peroleh.

2. Pengaruh Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan

Pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan diperoleh nilai koefisien sebesar 0,434 dengan C.R = 2,160 dan p = 0,031. Nilai koefisien yang positif menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan memberikan

kontribusi positif terhadap loyalitas pelanggan, sedangkan dengan nilai C.R = 2,160> 1,96 dengan p = 0,031< 0,05 maka H_2 diterima, artinya kepuasan pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan.

Kepuasan pelanggan akan kualitas jasa yang diberikan setiap perusahaan penyediaan jasa makanan merupakan salah satu tujuan utama. Setiap pelanggan menghendaki adanya kepuasan dalam menikmati makanan yang disajikan. Kepuasan pelanggan Warung Makan Bebek Goreng Haji Slamet Kartasura tentunya sudah tidak diragukan oleh oleh setiap pelanggan. Hal ini dapat dilihat dengan intensitas kunjungan dari setiap pelanggan pada setiap harinya. Kepuasan pelanggan ini menjadi salah satu keuntungan penting bagi Warung Makan Bebek Goreng Haji Slamet Kartasura karena setiap konsumen akan merekomendasikan kepada orang lain tentang kepuasan yang mereka dapatkan sebagi bentuk loyalitas pada Warung Makan Bebek Goreng Haji Slamet Kartasura. Sehingga tingginya tingkat kepuasan pelanggan akan membentuk loyalitas pada diri konsumen.

Kotler (2004) berpendapat bahwa kepuasan pelanggan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja (atau hasil) yang ia rasakan dibandingkan dengan harapannya. Fokus diperlukan untuk menciptakan nilai kepuasan pelanggan pada keunggulan bersaing yang dimiliki perusahaan. Fokus pada kebutuhan dan keinginan pelanggan terhadap penawaran yang bersaing, diperlukan untuk mempertahankan keunggulan yang membedakan dengan pesaing. Tidak ada perusahaan yang dapat beroperasi dengan baik, pada setiap level pasar yang luas dengan memberikan nilai kepuasan yang semaksimal mungkin bagi konsumen.

Kepuasan konsumen oleh Nirwana (2004)diartikan sebagai sesuatu yang dipengaruhi oleh nilai-nilai suatu layanan (*service*) yang disuguhkan pegawai kepada pelanggan. Nilai pelanggan tersebut tercipta karena tingkat kepuasan, loyalitas, dan produktifitas yang disumbangkan oleh pegawai. Adanya kepuasan kerja yang dinikmati oleh para pegawai merupakan upaya yang mendukung terciptanya kualitas layanan yang prima, serta kebijakan

perusahaan yang baik akan memungkinkan pegawai memberikan layanan terbaik kepada para pelanggan.

Pada dasarnya kepuasan merupakan tingkat perasaan konsumen setelah membandingkan antara kinerja layanan yang diterimanya dengan kinerja layanan yang diharapkannya. Ini berarti bahwa tingkat kepuasan merupakan fungsi dari perbedaan antara harapan dengan kinerja layanan. Apabila kinerja layanan di bawah harapan, maka konsumen akan kecewa. Bila kinerja layanan sesuai dengan harapan, maka konsumen akan merasa puas. Patut diinggat pula bahwa layanan yang memuaskan merupakan bagian masa depan perusahaan (Budiyono, 2004).

3. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelangan

Pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan diperoleh nilai koefisien sebesar 0,511 dengan C.R = 2,405 dan p = 0,016. Nilai koefisien yang positif menunjukkan bahwa kualitas pelayanan memberikan kontribusi positif terhadap loyalitas pelanggan, sedangkan dengan nilai C.R = 2,405 > 1,96 dengan p = 0,016 < 0,05 maka H_3 diterima, artinya kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan.

Jasa pelayanan yang diberikan dengan baik merupakan srategi keuntungan karena akan dapat menghasilkan lebih banyak yang baru. Jasa pelayanan dapat membangun kultur organisasi yang baik dimana manusia yang terlibat didalamnya dapat mengembangkan potensi mereka, serta jasa merupakan komponen kunci untuk mendorong suksesnya suatu perusahaan disamping memaksimalkan manfaat dan meminimalkan beban bukan harga untuk konsumen. Kepuasan konsumen akan mendorong meningkatnya profit, konsumen yang puas akan bersedia membayar lebih untuk produk yang diterima. Hal ini tentunya akan meningkatkan keuntungan bagi perusahan dan kesetiaan pada perusahaan. Konsumen yang puas biasanya akan melakukan pembelian ulang sehingga berpotensi menjadi pelanggan yang loyal.

4. **Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan dengan Kepuasan Pelanggan sebagai Variabel Moderating**

Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan dengan kepuasan pelanggan sebagai variabel moderating diperoleh nilai C.R = 2,024 > 1,96, maka H_4 diterima, artinya koefisien kepuasan pelanggan signifikan yang berarti ada pengaruh mediasi. Sehingga ada pengaruh yang positif dan signifikan antara kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan atau kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan dengan kepuasan pelanggan sebagai variabel moderating.

Kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan merupakan hal yang tidak pernah terpisahkan, karena semakin baik kualitas pelayanan akan semakin meningkatkan kepuasan pelanggan. Warung Makan Bebek Goreng Haji Slamet Kartasura senantiasa menekankan peningkatkan kepuasan pelanggan melalui pemberian kualitas pelayanan yang terbaik, sehingga dengan adanya kepuasan pada diri konsumen akan mampu membentuk rasa loyalitas konsumen. Sehingga kepuasan pelanggan menjadi faktor moderating yang mempengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan.

Dick & Basu (dalam Tjiptono, 2005) loyalitas pelanggan didefinisikan sebagai komitmen pelanggan terhadap suatu merek dan pemasok, berdasarkan sifat yang sangat positif dan tercermin dalam pembelian ulang yang konsisten. Menurut Fornell (dalam Tjiptono, 2005) loyalitas pelanggan merupakan fungsi dari kepuasan pelanggan, rintangan pengalihan dan keluhan pelanggan. Pelanggan yang puas akan dapat melakukan pembelian ulang pada waktu yang akan datang dan memberikan kepada orang lain atas produk atau jasa yang dirasakan. Loyalitas diartikan sebagai suatu perilaku yang diharapkan atas suatu produk atau layanan yang antara lain meliputi kemungkinan pembelian lebih lanjut atau perubahan perjanjian pelayanan atau sebaliknya seberapa besar kemungkinan pelanggan akan beralih kepada merk atau penyedia jasa lainnya (Aaker,1997).

Loyalias dapat terbentuk apabila pelanggan merasa puas dengan merek atau tingkat layanan yang di terima dan berniat untuk terus melanjutkan

hubungan. Dengan demikian loyalitas pelanggan adalah salah satu variabel yang sangat penting karena loyalitas pelanggan secara positif mempengaruhi laba perusahaan melalui efek pengurangan biaya dan penambahan pendapat perpelanggan. Mempertahankan loyalitas pelanggan berarti perusahaan mengeluarkan biaya lebih sedikit daripada harus memperoleh satu pelanggan yang baru. Loyalitas akan memberikan banyak keuntungan bagi perusahaan, termasuk didalamnya perulangan pembelian dan rekomendasi mengenai merk tersebut kepada teman dan kenalan (Tjiptono, 2005).

KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil penelitian tentang pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan dengan kepuasan pelanggan sebagai variabel moderating dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan diperoleh nilai koefisien sebesar 0,940 dengan C.R = 6,391 dan p = 0,000. Nilai koefisien yang positif menunjukkan bahwa kualitas pelayanan memberikan kontribusi positif terhadap kepuasan pelanggan, sedangkan dengan nilai C.R = 6,391 > 1,96 dengan p = 0,000 < 0,05 maka H_1 diterima, artinya kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.
2. Pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan diperoleh nilai koefisien sebesar 0,434 dengan C.R = 2,160 dan p = 0,031. Nilai koefisien yang positif menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan memberikan kontribusi positif terhadap loyalitas pelanggan, sedangkan dengan nilai C.R = 2,160 > 1,96 dengan p = 0,031 < 0,05 maka H_2 diterima, artinya kepuasan pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan.
3. Pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan diperoleh nilai koefisien sebesar 0,511 dengan C.R = 2,405 dan p = 0,016. Nilai koefisien yang positif menunjukkan bahwa kualitas pelayanan memberikan kontribusi positif terhadap loyalitas pelanggan, sedangkan dengan nilai C.R = 2,405 > 1,96 dengan p = 0,016 < 0,05 maka H_3 diterima, artinya kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan.

4. Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan dengan kepuasan pelanggan sebagai variabel moderating diperoleh nilai C.R = 2,024 > 1,96, maka H_4 diterima, artinya koefisien kepuasan pelanggan signifikan yang berarti ada pengaruh mediasi. Sehingga ada pengaruh yang positif dan signifikan antara kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan atau kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan dengan kepuasan pelanggan sebagai variabel moderating.

Adanya berbagai keterbatasan dan kekurangan dari penelitian ini, maka penulis memberikan saran sebagai berikut:

1. Sebaiknya Warung Makan Bebek Goreng Haji Slamet senantiasa meningkatkan kualitas pelayanan bagi pelanggan, sehingga dengan terciptanya kepuasan pada diri pelanggan akan membentuk loyalitas pelanggan untuk melakukan pembelian ulang.
2. Bagi para pelanggan diharapkan lebih kritis dan teliti dalam memilih warung makan sebagai tempat favorit bersama keluargauntuk menikmati makanan dengan lebih memperhatikan kualitas pelayanan, sehingga akan mendapatkan kepuasan dalam menikmati makanan.
3. Bagi penelitian selanjutnya diharapkan lebih meningkatkan dan mempeluas penelitian dengan menambahkan obyek penelitian serta faktor-faktor yang mampu meningkatkan loyalitas pelanggan.

DAFTAR PUSTAKA

Aaker, David, A. 1997. *Manajemen Ekuitas Merek: Memanfaatkan nilai dari suatu merek.* Terjemahan Aris Ananda. Jakarta: Spektrum.

Assael, Henry. 2001. *Consumer Behavior & marketing Action,* 6th Edition. New York University. Thomson Learning.

Azwar, Saefuddin. 2000. *Validitas dan Reliabilitas*. Yogyakarta : Penerbit Pustaka Pelajar.

Budiyono, 2004, *Statistik Untuk Penelitian,* Sebelas Maret University Press, Surakarta.

Cooper, D. R. & Schindler, P. S. 2003. *Business Research Methods.* 9th ed. Boston : Mc. Grow Hill Book Co.

Cooper, R. Donald dan Emory. William L. 1996. *Metode Penelitian Bisnis,* edisi 5. Jilid 1. Erlangga. Jakarta

Dharmesta, B. S., 2005. Loyalitas Pelanggan, Sebuah Kajian Konseptual sebagai panduan bagi peneliti, *Jurnal Ekonomi & Bisnis*, Vol. 14, No. 3, P 77-88.

Dharmmesta, B. S. 2005. *Kontrihusi Involvement dan Trust in Brand dalam Membangun Loyalitas Pelanggan*. Jurnal Ekonomi dan Bisnis Indonesia, vol 20, No. 3.

Ghozali, Imam, 2005, *Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*, Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Gujarati, DN., 2003. *Basic Econometrics*, Third Edition, Mc Graw Hill, New York.

Irawan, Handi. 2003. *10 Prinsip Kepuasan Pelanggan*. Jakarta : PT. Gramedia Pustaka Utama.

Jogiyanto HM, Prof. 2008. *Metodologi Penelitian Sistem Informasi*. Andi, Yogyakarta.

Kartajaya, Hermawan. 2006. *Hermawan Kartajaya on Service*. Bandung : Mizan.

Kotler, Philip & Gary Amstrong. 2004. Dasar-Dasar Pemasaran. Edisi ke Sembilan, Jilid I. Gramedia, Jakarta.

Kotler, Philip. 2004. *Dasar-Dasar Pemasaran*. Prentice Hall International, int, New Jersey.

Lupioyadi, Rambat. 2001. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Salemba Empat.

Nirwana. 2004. *Prinsip-Prinsip Pemasaan Jasa.* Malang. Dioma.

Parasuraman, A,. Valerie A. Zeithaml, and Leonard L. Berry,. 1998. *SERVQUAL: A Multiple Item Scalefor measuring Consumer Perception of Service Quality*. Journal of Marketing, vol 64, p 12-40.

Payne, Andrian. 2000. *The Essence of Service Marketing : Pemasaran Jasa*. Andi. Yogyakarta.

Rangkuti. 2002. *The Power of Brand*. Jakarta : PT. Gramedia Pustaka Utama.

Sekaran, Uma. 2003. *Research Methods For Business 4th Edition*. New York: John Wily & Sons, Inc.

Staton, William J., et al. 2002. *Fundamentals of Marketing*. 10th Edition. Mc Graw Hill International. Singapore.

Subagyo, Pangestu dan Djarwanto. 2005. *Statistika Induktif.* Edisi 5.

Sugiyono. 2005. *Statistika Untuk Penelitian.* Bandung. CV. Alfa Beta.

Tjiptono, Fandy. 2005, "*Pemasaran Jasa*" Malang : Penerbit Bayumedia Publishing.

Zeithmal, A. Valerie and Marry Jo Bitner. 2000. *Service Marketing.* Mc Graw Hill. New Jersey.