

**ANALISIS PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN KEPUASAN
KONSUMEN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PADA RUMAH
MAKAN SPESIAL SAMBAL DI PABELAN**



NASKAH PUBLIKASI

**Diajukan Untuk Memenuhi Tugas Dan Syarat-Syarat Guna Memperoleh
Gelar sarjana Ekonomi Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis**

Universitas Muhammadiyah Surakarta

Oleh:

KIKI MEI DEVANTI SARI

B 100 090 106

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA

2013



UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

Jl. A. Yani Tromol Pos 1 Pabelan kartasura Telp. (0271) 717417 Fax.715448 Surakarta – 57102

Surat Persetujuan Artikel Publikasi

Yang bertanda tangan di bawah ini, pembimbing skripsi / tugas akhir :

Nama : Drs. Farid Wajdi, MM, Ph.D

NIP / NIK :

Telah membaca mencermati naskah artikel publikasi, yang merupakan ringkasan skripsi (tugas akhir) dari mahasiswa :

Nama : Kiki mei devanti sari

NIM : B 100 090 137

Program Studi : Ekonomi dan Bisnis

Judul Skripsi : ANALISIS PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN
KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP LOYALITAS
PELANGGAN PADA RUMAH MAKAN SPESIAL SAMBAL
DI PABELAN

Naskah artikel tersebut, layak dan dapat disetujui untuk dipublikasikan. Demikian persetujuan yang dibuat, semoga dapat digunakan sepenuhnya.

Surakarta, 15 Maret 2013

Pembimbing

(Drs. Farid Wajdi, MM, Ph.D)

ABSTRACT

ANALYSIS OF INFLUENCE OF SERVICE QUALITY AND CUSTOMER SATISFACTION OF CUSTOMER LOYALTY IN HOME EATING SPECIAL SAMBAL IN PABELAN

**Kiki Mei Devanti Sari, B 100 090 137, Faculty of Economic and Business
Muhammadiyah University of Surakarta, 2013, 61 pages**

The purpose of this study were: 1) To determine the effect of service quality on customer loyalty at home eating Special Sambal on Pabelan. 2) To determine the effect of customer satisfaction on customer loyalty in the house eating Special Sambal Pabelan. 3) To determine the quality of service and customer satisfaction affects customer loyalty at home eating Special Sambal on Pabelan. The study took a sample of 100 respondents, data collection methods using questionnaires and data collection methods using Non Probability Sampling. The results validity and reliability of all items valid and reliable questionnaire. Ttest test it was found that the variables of service quality has a significant effect on customer loyalty due tcount values of 6.588 and 1.985 TTable then thitung ttabel greater than the value of alpha of 0.05. Consumer satisfaction variables had a significant effect on customer loyalty because tcount of 4.00 is greater than 1.984 for the thitung ttabel greater than alpha0, 05. F test showed that the quality of service and customer satisfaction together have an influence on customer loyalty in the House Eat Special Sambal on Pabelan, because the value of 56.656 Fhitung greater than F table of 3.07. Test R2 coefficient of 5.39% means that Customer Loyalty is affected by the variable quality of service and customer satisfaction sebesar5, 39%. Test data normality is not normal spread, Multicollinearity test variables of service quality and customer satisfaction does not happen multicollinearity, test Heteroskedasitas Heteroskedasitas not occur.

Keywords: Quality of Service, Customer Satisfaction and Customer Loyalty.

A. PENDAHULUAN

1. Latar Belakang

Dewasa ini perkembangan usaha tumbuh dengan pesat. Hal ini memicu semakin tajamnya persaingan antar industri maupun antar perusahaan. Dalam suatu industri, yang berproduksi barang maupun jasa.

Kualitas pelayanan menjadi salah satu kunci utama keberhasilan. Hal tersebut sependapat dengan pendapat kualitas pelayanan menurut Tjiptono (2005) dimana kualitas pelayanan adalah upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaiannya untuk mengimbangi harapan pelanggan .

Kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang berasal dari perbandingan antara kesannya terhadap kinerja (hasil) sesuatu produk dengan harapannya. Kepuasan adalah semacam langkah perbandingan antara pengalaman dengan hasil evaluasi, dapat menghasilkan Kotler (2000). Rumah makan Spesial Sambal atau yang sering disebut dengan rumah makan SS merupakan sebuah warung atau tempat makan yang pertama kali berdiri di Jogjakarta. Rumah makan SS ini menyajikan berbagai macam makanan dengan lauk yang bervariasi serta dilengkapi dengan berbagai macam jenis sambal yang bisa dipesan sesuai dengan tingkat kepedasan yang diinginkan. Menyadari peran penting konsumen dan pengaruh kepuasan konsumen terhadap loyalitas pelanggan, perusahaan berupaya mencari cara yang dapat meningkatkan kualitas pelayanan.

2. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisa Kualitas Pelayanan (X1) terhadap Loyalitas Pelanggan di Rumah Makan Spesial Sambal di Pabelan dan untuk menganalisa pengaruh Kepuasan Pelanggan (X2) terhadap Loyalitas Pelanggan di Rumah Makan Spesial Sambal di Pabelan.

B. TINJAUAN PUSTAKA

1. Kualitaas Layanan

Kualitas pelayanan adalah upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggannya. Tjiptono (1998) mengemukakan bahwa pelayanan atau jasa adalah tingkat keunggulan yang di harapkan sebagai pengendalian atas tingkat keunggulan untuk memenuhi keinginan para pelanggan.

2. Kepuasan Pelanggan

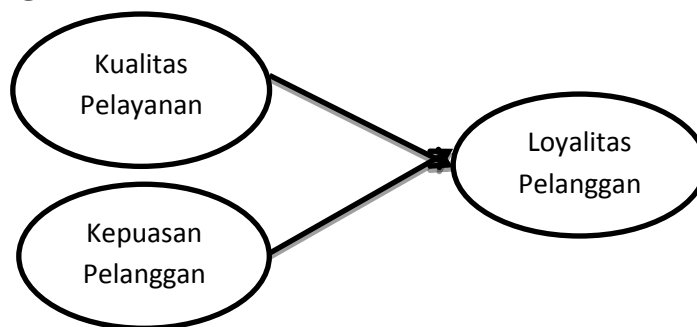
Philip Kotler (1997) mengemukakan bahwa kepuasan konsumen adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang dirasakan dibandingkan dengan harapan.

3. Loyalitas Pelanggan

Loyalitas itu tergantung dari puas dan tidaknya pelanggan dalam menerima kinerja suatu produk dan harapan-harapan yang dicarinya (Kotler, 1997 : 36-37). Loyalitas berlanjut manakala pelanggan merasa dipuaskan, dan sebaliknya jika produk jasa diterima tidak seperti yang diharapkan, maka pelanggan menjadi tidak loyal.

C. METODE PENELITIAN

1. Kerangka Pemikiran



Gambar I Kerangka Pemikiran

2. Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah pelanggan Rumah Makan Spesial Sambal Di Pabelan. Yang dijadikan sampel dalam penelitian ini yaitu sebagian pelanggan yang berkunjung di Rumah Makan Spesial Sambal di Pabelan dan mengambil sampel sebanyak 100 responden.

3. Metode Pengambilan Sampel

Metode pengambilan sampel yang di gunakan adalah Non Probability Sampling, dimana elemen-elemen populasi tidak mempunyai kesempatan yang sama untuk terpilih menjadi sampel. (Indriantoro dan Supomo,2002;130). Pengambilan sampel sebanyak 100 responden pelanggan Rumah makan Spesial Sambal.

4. Jenis dan Sumber Data

Jenis dan sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer. Metodenya adalah dengan melakukan survey konsumen, yaitu melalui penyebaran kuesioner kepadapelanggan Rumah Makan Spesial Sambal di Pabelan sebanyak 100 responden.

5. Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data pada penelitian ini dengan menyebarkan kuesioner. Kuesioner merupakan pengumpulan data dengan mengajukan suatu daftar yang berisikan pertanyaan mengenai suatu hal kepada responden kemudian diisi oleh responden tanpa bantuan peneliti.

D. HASIL PENELITIAN

Deskripsi Responden

1. Jenis Kelamin

Tabel 1

Karkteristik Jenis Kelamin

No	Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase
1.	Perempuan	58	58%
2.	Laki-laki	42	42%
Jumlah		100	100%

Sumber: Data primer diolah, 2013

2. Umur responden

Tabel II

No	Umur	Jumlah	Persentase
1.	<17 Tahun	22	22%
2.	18 – 25 Tahun	19	19%

3.	26 – 35 Tahun	36	36%
4.	> 35Tahun	23	23%
Jumlah		100	100%

Sumber: Data primer diolah, 2013

3. Pendidikan Terakhir Responden

Tabel III

No	Pendidikan	Jumlah	Persentase
1.	SD	-	-
2.	SMP	27	27%
3.	SMA	36	36%
4.	S1	34	34%
5.	S2	3	3%
Jumlah		100	100%

Sumber: Data primer diolah, 2013

Hasil Analisis Data

1. Pengujian instrumen penelitian

a. Hasil Uji Validitas

1) Kualitas Pelayanan

Tabel IV

Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Pelayanan (X_1)

No	r_{hitung}	r_{tabel}	P	Status
1.	0,862	0,195	0,000	Valid
2.	0,803	0,195	0,000	Valid
3.	0,819	0,195	0,000	Valid
4.	0,804	0,195	0,000	Valid
5.	0,821	0,195	0,000	Valid

Sumber: data primer diolah 2013

2) Kepuasan Pelanggan

Tabel V

Hasil Uji Validitas Variabel Kepuasan Konsumen (X_2)

No	r_{hitung}	r_{tabel}	P	Status
1.	0,838	0,195	0,000	Valid
2.	0,894	0,195	0,000	Valid
3.	0,885	0,195	0,000	Valid
4.	0,802	0,195	0,000	Valid
5.	0,867	0,195	0,000	Valid

Sumber: data primer diolah 2

3) Loyalitas Pelanggan

Tabel VI

Hasil Uji Validitas Variabel Loyalitas Pelanggan (Y)

No	r_{hitung}	r_{tabel}	P	Status
1.	0,811	0,195	0,000	Valid
2.	0,850	0,195	0,000	Valid
3.	0,963	0,195	0,000	Valid
4.	0,964	0,195	0,000	Valid
5.	0,958	0,195	0,000	Valid

Sumber: data primer diolah 2013

b. Uji Reliabilitas

Tabel VII

Hasil Uji Reliabilitas

No	Nama Variabel	α <i>Cronbach</i>	Nunnally	Status
1.	Kualitas Pelayanan (X_1)	0,878	0,60	Reliabel
2.	Kepuasan Konsumen (X_2)	0,909	0,60	Reliabel
3.	Loyalitas Pelanggan (Y)	0,948	0,60	Reliabel

Sumber: data primer diolah 2013

c. Asumsi Klasik

1) Uji Normalitas

Tabel VIII

Hasil Pengujian Normalitas

Variabel	Kolmogorov Smirnov Z	p_{value}	Keterangan
<i>Unstandardized Residual</i>	1,114	0,167	Normal

Sumber: Data primer diolah, 2013

2) Uji Multikolinearitas

Tabel IX

Hasil Pengujian Multikolinearitas

No	Variabel	Tolerance	VIF	Keterangan
1.	Kualitas Pelayanan	0,635	1,574	Tidak Terjadi Multikolinearitas
2.	Kepuasan Konsumen	0,635	1,574	Tidak Terjadi Multikolinearitas

Sumber: data primer diolah, 2013

3) Uji Heteroskedastisitas

Tabel X

Hasil Pengujian Heteroskedastisitas

No	Variabel	t_{hitung}	Sig.	Keterangan
1.	Kualitas Pelayanan	-0,727	0,469	Tidak Terjadi Heteroskedastisitas
2.	Kepuasan Konsumen	-1,435	0,155	Tidak Terjadi Heteroskedastisitas

Sumber: data sekunder diolah, 2013

Metode analisis data

1) Analisis Regresi Berganda

Tabel XI

Hasil Pengujian Regresi Linier Berganda

Variabel	Coefficient	Beta	t_{hitung}	p
(Constant)	3,764		2,243	0,027

Kualitas Pelayanan	0,596	0,570	6,588	0,000
Kepuasan Konsumen	0,237	0,232	3,076	0,009
$R^2 = 0,539$ $F_{hitung} = 56,656$ $F_{tabel} = 3,07$ $t_{tabel} = 1,985$				

Sumber: data primer diolah 2013

$$Y = 3,764 + 0,596X_1 + 0,237X_2 + e$$

Berdasarkan persamaan regresi di atas, dapat dibuat interpretasi sebagai berikut:

$$\beta_0 = 3,764$$

Nilai konstan untuk persamaan regresi adalah 3,764 dengan parameter positif. Hal ini berarti bahwa tanpa adanya kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen, maka loyalitas pelanggan rumah makan Special Sambal di Pabelan tetap akan mengalami peningkatan.

2) Uji t

a. Kualitas Pelayanan (X1)

Berdasarkan tabel 4.12 hasil pengolahan data untuk variabel kualitas pelayanan (X1) diperoleh nilai thitung sebesar 6,588. Oleh karena nilai thitung lebih besar dari ttabel (6,588 > 1,985) dengan probabilitas $0,000 < 0,05$; maka H1 diterima, yang berarti bahwa kualitas pelayanan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan rumah makan Special Sambal di Pabelan.

b. Kepuasan Konsumen (X2)

Berdasarkan tabel 4.12 hasil pengolahan data untuk variabel kepuasan konsumen (X2) diperoleh nilai thitung sebesar

3,076. Oleh karena nilai thitung lebih besar dari ttabel($3,076 > 1,984$) dengan probabilitas $0,009 < 0,05$; maka H2 diterima, yang berarti bahwa kepuasan konsumen secara parsial berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan rumah makan Special Sambal di Pabelan.

3) Uji F

Uji ini digunakan untuk menguji signifikansi koefisien regresi secara bersama-sama apakah terdapat pengaruh antara kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen (variabel bebas) dengan loyalitas pelanggan (variabel terikat), dengan menggunakan derajat keyakinan 5% diperoleh nilai Ftabel pada df: 2; 97 sebesar 4,00.

Berdasarkan hasil analisis uji F pada tabel 4.12 diperoleh nilai Fhitung sebesar $56,656 > 3,07$ dengan probabilitas sebesar $0,000 < 0,05$ maka H3 diterima, hal ini berarti bahwa kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan rumah makan Special Sambal di Pabelan.

4) Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi yaitu untuk mengukur proporsi atau presentasi sumbangan dari seluruh variabel bebas (X) yang terdapat dalam model regresi terhadap variabel terikat (Y). Hasil perhitungan untuk nilai R^2 dengan bantuan program SPSS 18.0 *for windows*, dalam analisis regresi berganda sebagaimana terlihat pada tabel 4.12 diperoleh angka koefisien determinasi atau R^2 sebesar 0,539. Hal ini berarti variasi perubahan pada loyalitas pelanggan rumah makan Special Sambal di Pabelan dapat dijelaskan oleh perubahan pada kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen sebesar 53,9%, sementara sisanya sebesar 46,1% diterangkan oleh faktor lain yang tidak ikut terobservasi.

E. SIMPULAN DAN SARAN

1. Simpulan

Berdasarkan hasil analisa tentang pengaruh kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen terhadap loyalitas pelanggan rumah makan Special Sambal di Pabelan dapat ditarik dari hasil uji t variabel kualitas layanan berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas pelanggan rumah makan Special Sambal di Pabelan. Variabel kepuasan konsumen berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan rumah makan Special Sambal di Pabelan. Berdasarkan hasil uji F variabel kualitas layanan dan kepuasan pelanggan secara bersama-sama berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas pelanggan rumah makan Special Sambal di Pabelan.

2. Saran

Bagi rumah makan Special Sambal di Pabelan lebih memperhatikan pada masalah kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen, sehingga loyalitas pelanggan rumah makan Special Sambal di Pabelan semakin mengalami peningkatan. Bagi penelitian selanjutnya diharapkan agar lebih memperluas jangkauan penelitian dengan menambahkan sampel serta mencari faktor-faktor lain yang dapat berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan.

DAFTAR PUSTAKA

- Fandy Tjiptono, 1996, *Manajemen Jasa*, Penerbit Andi, Yogyakarta.
- Fandy Tjiptono, 1997, *Strategi Pemasaran*, Edisi 1, Penerbit Andi, Yogyakarta.
- Fitzsimmons, 2001 : chapter 13, *Services Management, Strategi and Informasi Technology*. New York: Mac Grow-Hill International Edition.
- Griffin, Jill. 2003. “*Customer Loyalty Menumbuhkan dan Mempertahankan Kesetiaan pelanggan*”. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip, 1997, “*Perencanaan Manajemen Pemasaran, Analisis dan Pengendalian*”. Jakarta : Erlangga
- Kotler, Philip, 2000, *Manajemen Pemasaran*. Edisi Milenium. Jakarta: Salemba Empat.
- Kotler, Philip, and Gary Amstrong, 2001, *Principles of Marketing*. Prentice Hall Int, Inc., ninth Edition, Englewood Cliffs, New Jersey.
- Kuncoro, Mudrajat, 2003, *Metode Riset untuk Bisnis & Ekonomi, Bagaimana Meneliti & Menulis Tesis?*, Erlangga, Jakarta.
- Morgan, Robert M. and Shelby D. Hunt. 2004. The Commitment Trust Theory of Relationship Marketing. *Journal of Marketing*.
- Nur Indriantoro dan Bambang Supomo, 2002, *Metodologi Penelitian Bisnis*. BPFE Yogyakarta.
- Siagian, Dergibson dan Sugiarto, (2000). *Metode Statistika Untuk Bisnis Dan Ekonoml* Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama
- Singarimbun, Masri. Sofyan Effendy. 1995. *Metode Penelitian Survei*. Jakarta : LP3ES.
- Subagyo, Pangestu dan Djarwanto, 2005, *Statistika Induktif*. Yogyakarta:BPFE.
- Sugiyono. 2001. *Perilaku Pembelian Konsumen dan Komunikasi Pemasaran*. Rosda: Bandung
- Sugiyono, Dr. 2010. *Metode penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, Penerbit ALFABETA

Tjiptono, Fandy, 1997, *Strategi Pemasaran*, Edisi Kedua, Penerbit Andi-Offset, Yogyakarta.

Tjiptono, Fandy, (2004), *Strategi pemasaran*. Edisi Kedua. Yogyakarta: Penerbit Andi.

Tjiptono, Fandy, 2005, *Strategi Pemasaran*. Edisi Pertama. Cetakan Pertama. Yogyakarta: Penerbit Andi Offset.

Tjiptono, Fandy, (2008). *Service management: mewujudkan layanan prima*. Yogyakarta: Penerbit Andi.