

## **PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN KEPUASAN PELANGGAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PADA PT. CAHAYA WIRA SEJAHTERA**

**Akhmad Jalaluddin Assuyuty<sup>1</sup>, Edy sulistiyawan<sup>2</sup>**

Universitas PGRI Adi Buana Surabaya<sup>1,2</sup>

Co-Author: jalaluddinahmad349@gmail.com

### **ABSTRAK**

Konsumen menjadi target utama dari seorang produsen selama proses bisnis berlangsung, kebutuhan konsumen yang semakin bervariasi pada saat ini membuat para produsen menjadi semakin tertantang untuk memenuhi segala kebutuhan konsumen itu, tentu saja dari sisi bisnis juga akan meningkatkan permintaan dan keuntungan. Produsen harus selalu mengikuti perkembangan usaha yang semakin modern, para pebisnis harus menyesuaikan diri dengan berbagai bentuk perubahan yang akan terus terjadi setiap waktunya. Pada penelitian ini menggunakan sampel 50 orang yang pernah menjadi pembeli produk PT. cahaya wira sejahtera. Hasil penelitian menunjukkan terdapat pengaruh positif dan signifikan pada variabel kualitas pelayanan dan variabel kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan PT Cahaya Wira Sejahtera baik secara parsial dan simultan.

Kata kunci: Kualitas pelayanan, kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan.

### **ABSTRACT**

Consumers become the main target of a producer during the business process, the varying needs of consumers at this time make producers increasingly challenged to meet all of these consumer needs, of course from a business perspective it will also increase demand and profits. Manufacturers must always keep abreast of increasingly modern business developments, business people must continue to adapt to various forms of change that will occur every time. In this study using a sample of 50 people who have been buyers of PT. heroic light. The results showed that there was a positive and significant influence on the service quality variable and customer satisfaction variable for PT Cahaya Wira Sejahtera customers either partially or simultaneously.

Keywords: Service quality, buyer's quality and buyer's loyalty.

## **PENDAHULUAN**

Sebuah perusahaan selalu memiliki strateginya masing-masing untuk tetap bisa menjadi yang terbaik bagi para pelanggannya. Strategi-strategi yang digunakan sebuah perusahaan memiliki tujuan untuk memberi kepuasan bagi para pelanggannya, salah satu cara untuk dilakukan perusahaan dalam menjaga citra suatu perusahaan terus terjaga adalah dengan menjaga kualitas pelayanan perusahaan tersebut. Pimpinan perusahaan menjadi posisi terpenting dalam struktur organisasi untuk membawa perusahaan dapat berkembang dan bersaing dengan kompetitor.

Kesan menjadi salah satu poin penting yang harus diterima oleh para pelanggan, karena itu setiap pelaku usaha harus memberikan pelayanan terbaiknya agar memberi kesan yang melekat dihati para pelanggan. Respon pelanggan menjadi indikasi utama keberhasilan suatu usaha ketika berhasil menjalankan strategi bisnisnya, karena itu untuk merancang strategi bisnis memerlukan suatu pemikiran yang matang dan hati-hati.

Nurdin (2019) menjelaskan secara singkat apabila kualitas pelayanan dilakukan suatu perusahaan kepada pelanggannya tentu akan membuat para pelanggan merasa nyaman dan memberikan umpan balik yang baik berupa kepuasan terhadap layanan yang diberikan. Kualitas layanan yang baik ialah bentuk layanan yang diberikan mampu memberikan rasa aman serta nyaman kepada para pelanggan tanpa ada suatu keluhan, tentu saja untuk memberikan kualitas pelayanan yang baik harus memperhatikan seluruh aspek secara detail agar tidak menjadi masalah dikemudian hari yang tentu saja dapat berdampak buruk bagi usaha yang sedang dijalankan.

Kepuasan pelanggan sendiri menurut Fitzsimmons dalam (Hardiansyah, 2018) merupakan respon positif yang diberikan setelah merasakan produk yang telah dibelinya. Kepuasan pelanggan menjadi poin penting suatu usaha dikatakan berhasil, sebab setiap usaha yang dijalankan akan menemui berbagai macam jenis pelanggan. Semakin sengitnya persaingan usaha akan memunculkan berbagai macam masalah bisnis, hal tersebut lumrah terjadi pada era saat ini yang dimana semua orang berkesempatan untuk memulai bisnisnya dengan berbagai macam konsep yang akan diterapkan untuk dapat bersaing dengan para kompetitor, sehingga semua pelaku usaha harus menyiapkan strategi bisnisnya masing-masing agar dapat mempertahankan usahanya.

Daga (2017) menyebutkan loyalitas pelanggan ialah suatu bentuk dorongan untuk melakukan perilaku pembelian berulang-ulang. Loyalitas pelanggan merupakan kegiatan yang sangat diperlukan suatu organisasi atau perusahaan agar pelanggan terus menggunakan produknya secara terus menerus, tetapi tidak hanya itu saja loyalitas pelanggan juga berkenaan dengan bagaimana perasaan pelanggan dalam menggunakan produk barang atau jasa suatu perusahaan.

Ketika memulai suatu bisnis memerlukan beberapa hal penting yang harus diperhatikan agar bisnis yang dijalankan dapat berkembang, pelaku usaha atau produsen perlu menyiapkan modal usaha dan ilmu pengetahuan terkait bidang usaha yang akan dijalankan, hal ini sangat penting untuk menjalankan bisnis jangka panjang agar mendapatkan pelanggan yang banyak, semakin banyak pelanggan artinya usaha yang dijalankan juga akan semakin dikenal secara luas yang tentu saja akan menjadi keuntungan untuk membentuk loyalitas pelanggan.

## METODOLOGI

Penelitian ini dilakukan pada Pelanggan PT. Cahaya Wira Sejahtera. Sampel penelitian yang digunakan oleh peneliti sejumlah 50 orang. Peneliti menggunakan metode pengambilan sampel secara strata atau tingkatan dalam populasi.

## HASIL

Tabel 1. Uji validitas Kualitas Pelayanan

Variabel	Item Soal	r-hitung	r-tabel	ket
Kualitas Pelayanan	Soal 1	0,871534		
	Soal 2	0,797754		
	Soal 3	0,881558		
	Soal 4	0,680744		
	Soal 5	0,844234		
	Soal 6	0,876565		
	Soal 7	0,758977	0,468	Valid
	Soal 8	0,770968		
	Soal 9	0,748439		
	Soal 10	0,84071		
	Soal 11	0,731586		
	Soal 12	0,801178		
	Soal 13	0,828039		
	Soal 14	0,896468		
	Soal 15	0,749912		

Tabel 2. Uji validitas Kepuasan Pelanggan

Variabel	Item Soal	r-hitung	r-tabel	ket
Kepuasan Pelanggan	Soal 16	0,896006		
	Soal 17	0,80679		
	Soal 18	0,804948		
	Soal 19	0,85195		
	Soal 20	0,870573		
	Soal 21	0,835654	0,468	Valid
	Soal 22	0,666005		
	Soal 23	0,791898		
	Soal 24	0,838973		
	Soal 25	0,821103		
	Soal 26	0,799988		
	Soal 27	0,83624		

Tabel 3. Uji validitas Loyalitas Pelanggan

Variabel	Item Soal	r-hitung	r-tabel	ket
Loyalitas Pelanggan	Soal 28	0,82394		
	Soal 29	0,880019		
	Soal 30	0,826078		
	Soal 31	0,791986		
	Soal 32	0,671664		
	Soal 33	0,768197	0,468	Valid
	Soal 34	0,610775		
	Soal 35	0,801056		
	Soal 36	0,756285		
	Soal 37	0,822501		
	Soal 38	0,684824		
	Soal 39	0,870339		

Tabel 4. Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	standar reliabilitas	Ket
Kualitas Pelayanan	0,963445		
Kepuasan Pelanggan	0,956512	0,6	Reliabel
Loyalitas Pelanggan	0,945268		

Tabel 5. Uji Normalitas

No	Asymp. Sig. (2-Tailed)	Signifikansi Yang Disyaratkan	Ket
1	0,200	>0,05	Terdistribusi Normal

Tabel 6. Uji Multikolinieritas

Variabel	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
X1	0,182	5,487
X2	0,182	5,487

Didapatkan nilai VIF = 5.487 < 10, dan nilai Tolerance = 0,182 > 0,10. Sehingga data terbebas dari multikolinieritas.

Tabel 7. Uji Heteroskedastisitas

Variabel	Sig	Keterangan
Kualitas Pelayanan	0,069	Tidak Terjadi Heterokedestisitas
Kepuasan Pelanggan	0,216	Tidak Terjadi Heterokedestisitas

Disimpulkan sesuai hasil diatas bahwa tidak terjadi masalah heterokedestisitas.

Tabel 8. Uji Autokorelasi

No	Durbin Watson	dU <	< 4-dU	Keterangan
1.	1,912	1,62833	2,088	Bebas Autokorelasi

Nilai Durbin Watson 1,912, dimana nilai Durbin Watson ini tidak kurang dari 1,62833 dan tidak melebihi 2,088. Sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat autokorelasi.

Tabel 9. Uji Koefisiensi Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,931 <sup>a</sup>	,867	,862	2,153

Nilai Rsquare (R<sup>2</sup>) 0,867. Nilai loyalitas pelanggan pada PT Cahaya Wira Sejahtera dapat dijelaskan kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan dengan persentase 86,7%.

## KESIMPULAN

1. Disimpulkan ada pengaruh variabel kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan PT Cahaya Wira Sejahtera.
2. Disimpulkan terbukti ada pengaruh variabel kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan PT Cahaya Wira Sejahtera.
3. Disimpulkan terbukti ada pengaruh kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan secara simultan terhadap loyalitas pelanggan PT Cahaya Wira Sejahtera.

## DAFTAR PUSTAKA

- Aambarpurwari, Y. O. (2018). *PENGARUH REKRUTMEN TERHADAP KINERJA KARYAWAN PADA CV. PRIMA TEKNIK DI KOTA CIMAHI (Doctoral dissertation, PERPUSTAKAAN)*.
- Asih, A. A. K. S., & Azizah, D. O. N. (2018). Pengaruh Rekrutmen Dan Penempatan Terhadap Kinerja Karyawan Pada Pt. Pangan Lestari Cabang Denpasar. *Sekolah Tinggi Ilmu (STIE) Ekonomi Triatma Mulya*, 24(2), 214–229. Retrieved from <http://triatmamulya.ejurnal.info/index.php/triatmamulya/article/view/116>
- Marjuni. (2015). *Manajemen Sumber Daya Manusia* (1st ed.; Haerani, ed.). Makasar: CV. SAH MEDIA.
- Medan, D. S. I. (2019). *PENGARUH PERFORMANCE, ORIENTASI DAN PENGEMBANGAN KARIR TERHADAP PRODUKTIVITAS KERJA PADA PT. GUDANG GARAM TBK. CABANG MEDAN*. 5(1).
- Muntu, S. D., Sepang, J. L., & Koleangan, R. A. M. (2019). Pengaruh Lingkungan Kerja Dan Pengembangan Karir Terhadap Kinerja Karyawan Pada Pt. Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk, Cabang Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 6(4), 4153–4162. <https://doi.org/10.35794/emba.v6i4.22248>
- Oktaviyani, F. (2019). BAB I Pengaruh Motivasi Kerja Dan Pengembangan Karir Terhadap Produktivitas Kerja Karyawan (Studi pada PT. Asuransi Jiwa Syariah Bumiputera Cabang Serang) (Doctoral dissertation, UIN SMH BANTEN). *BENEFIT Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 10, 1–16.
- Rio, A., Qomari, N., & Negoro, B. K. (2017). PELATIHAN TERHADAP KINERJA KARYAWAN PADA PT . UNILEVER INDONESIA , Tbk. *Jurnal Manajemen Branchmark*, 3(3), 489–505.
- Romadloni, D. T., Setyariningsih, E., & Kasnowo, K. (2019). *PENGARUH RECRUITMENT, PLACEMENT DAN PENGGUNAAN STRUKTUR ORGANISASI FUNGSIONAL TERHADAP PRODUKTIVITAS KARYAWAN (STUDI PADA PT. WASA MITRA ENGINEERING CABANG SMELTING GRESIK)*. (May), 1–9.