

Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan di Fortunate Coffee Cemara Asri Medan

¹Meilywy Meilywy, ^{*2}Arwin Arwin, ³Lisa Lisa

¹Manajemen Pemasaran Internasional, Politeknik Cendana, Medan, Indonesia

^{2,3}Manajemen Perusahaan Politeknik Cendana, Medan, Indonesia

Email: 1meilywytan3@gmail.com, *2arwin.my@live.com, 3lisazhang185@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan pengaruh kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan di Fortunate Coffee Cemara Asri, Medan. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan melakukan observasi, mengisi kuesioner. Variabel dalam penelitian ini meliputi kualitas pelayanan, kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan. Populasi penelitian ini adalah pelanggan Fortunate Coffee Cemara Asri, Medan. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 75 responden yang diambil menggunakan sampel insidental dan metode pengumpulan data menggunakan kuesioner. Hasil uji hipotesis ditemukan bahwa secara simultan kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan di Fortunate Coffee Cemara Asri, Medan. Hasil uji hipotesis ditemukan bahwa secara parsial kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada pelanggan Fortunate Coffee Cemara Asri, Medan. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwasanya terdapat pengaruh yang signifikan antara kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan di Fortunate Coffee Cemara Asri, Medan.

KataKunci: Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pelanggan, dan Loyalitas Pelanggan

1. PENDAHULUAN

Pemasaran merupakan serangkaian kegiatan yang dilakukan oleh suatu organisasi atau perusahaan untuk mempromosikan dan menjual produk atau jasa mereka kepada konsumen atau pelanggan (Yuliana et al., 2019). Perusahaan harus dapat menentukan strategi pemasaran yang tepat agar dapat bertahan dan memenangi persaingan, sehingga tujuan dari perusahaan tersebut dapat tercapai (Williamson et al., 2021). Kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan merupakan faktor yang sangat penting dalam membentuk loyalitas pelanggan (Irawan et al., 2022; Martono et al., 2021; Setyawati et al., 2022). Kualitas pelayanan dapat mempengaruhi persepsi pelanggan tentang perusahaan atau produk yang ditawarkan. Semakin tinggi kualitas pelayanan yang diberikan, semakin tinggi pula kepuasan pelanggan terhadap perusahaan atau produk tersebut. Kepuasan pelanggan yang tinggi akan cenderung meningkatkan niat pelanggan untuk membeli kembali produk atau jasa yang ditawarkan dan merekomendasikan perusahaan atau produk tersebut kepada orang lain (Nugroho et al., 2021).

Tujuan penulis untuk melandasi peneliti ini adalah penulis ingin mengetahui apakah ada pengaruh kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan di Fortunate Coffee Cemara Asri, Medan. Dikarenakan dari informasi atau hasil wawancara yang ditemukan oleh penulis di Fortunate Coffee Cemara Asri, Medan bahwa pelayanan yang diberikan terhadap pelanggan tidak sesuai, contohnya waktu tunggu yang terlalu lama, harga yang terlalu mahal atau tidak sesuai dengan kualitas makanan atau minuman dapat membuat pelanggan merasa tidak puas, dan kurangnya inovasi seperti kafe yang tidak memperbarui menu atau konsep dapat menjadi membosankan bagi pelanggan yang loyal dan menyebabkan mereka mencari alternatif lain.

Berdasarkan latar belakang permasalahan yang terjadi di dalam kafe, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian pada kafe ini dengan judul "Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan di Fortunate Coffee Cemara Asri, Medan".

2. TINJAUAN TEORITIS

Penelitian ini terbagi menjadi kualitas pelayanan dilambangkan dengan (X1), kepuasan pelanggan dilambangkan dengan (X2) dengan variabel independen dan loyalitas pelanggan dilambangkan dengan (Y) sebagai variabel dependen.

Menurut (Armaniah et al., 2019) Kualitas pelayanan adalah sesuatu tingkat layanan yang berhubungan dengan terpenuhinya harapan dan kebutuhan pelanggan atau penggunaannya. Terdapat empat indikator dalam kualitas pelayanan yaitu *intangibility*, *variability*, *inseparability*, dan *perishability*.

Menurut Oliver (dalam Indrasari, 2019), kepuasan pelanggan adalah rangkuman kondisi psikologis yang

dihasilkan ketika emosi yang mengelilingi harapan tidak cocok dan dilipat gandakan oleh perasaan-perasaan yang terbentuk mengenai pengalaman pengkonsumsian. Kepuasan pelanggan memiliki tiga indikator yaitu kesesuaian harapan, minat berkunjung kembali, dan kesediaan merekomendasikan. Sedangkan menurut (Halim, 2021), loyalitas pelanggan merupakan komitmen tinggi dari pelanggan untuk membeli kembali dikemudian hari, meskipun ada pengaruh yang dan upaya-upaya pemasaran yang berpotensi untuk perilaku berpindah. Dan juga menyatakan terdapat tiga indikator yaituterus menerus melakukan *word of mouth communication*, tidak mempunyai keinginan untuk berpindah ke pesaing, dan membeli lebih banyak produk dari perusahaan.

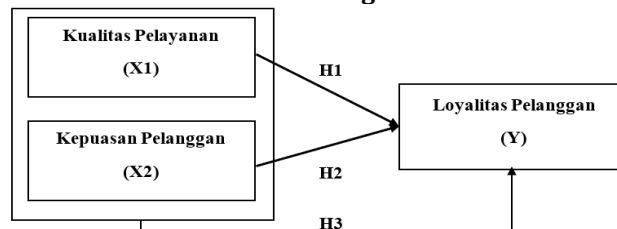
Penelitian terdahulu pertama adalah dasar dalam penyusunan penelitian, yang berguna dalam perbandingan dan rujukan bagi penelitian kedepannya. Penelitian yang dilakukan oleh (Tsalatsa & Sudarwanto, 2021) dengan judul “Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Diskusi Kopi Kafe Gresik”. Penggunaan teknik analisis berupa analisis linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan variabel kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan dengan nilai sig 0,043. Dengan nilai Adjusted R Square 0,211 yang berarti sebesar 21,1% loyalitas pelanggan dipengaruhi oleh kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan.

Penelitian kedua yang dilakukan oleh (Hanny & Krisyana, 2022) dengan judul “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Citra Merek Dan Kepuasan regresi Kelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Kafe Di Kota Batam”. Penerapan teknik analisis linier berganda. Variabel kualitas pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas pelanggan dikarenakan hasil nilai sig adalah 0.001. Sedangkan, beta menunjukkan kualitas pelayanan berpengaruh positif karena nilainya sebesar 0.170. Selanjutnya ada hasil uji T untuk variabel citra merek. Hasilnya menunjukkan citra merek secara signifikan berpengaruh positif pada loyalitas pelanggan. Karena nilai sig sebesar 0.000 dan nilai beta 0.174. Dan yang terakhir, hasil uji T dilakukan pada variabel kepuasan pelanggan menunjukkan nilai sig sebesar 0.000 dan nilai beta 0.543.

Persamaan penulis dengan kedua peneliti diatas adalah meneliti pengaruh kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan. Sedangkan, perbedaannya adalah subjek peneliti. Subjek peneliti pertama adalah Diskusi Kopi Kafe Gresik. Sementara subjek peneliti kedua adalah Kafe Di Kota Batam. Dan subjek penulis adalah Fortunate Coffee Cemara Asri, Medan.

Kerangka pikir penulis adalah sebagai berikut :

Gambar 1. Kerangka Pikir



Sumber: Penulis 2023

Hipotesis penelitian sebagai berikut :

- Hipotesis Alternatif (Ha), di mana variabel bebas memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel terikat. Dalam penelitian ini yaitu kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan memiliki pengaruh terhadap loyalitas pelanggan di Fortunate Coffee Cemara Asri, Medan.
Ha: kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan => loyalitas pelanggan
- Nol Hipotesis (Ho), di mana variabel bebas tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel terikat. Dalam penelitian ini yaitu kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan tidak memiliki pengaruh terhadap loyalitas pelanggan di Fortunate Coffee Cemara Asri, Medan.
Ho: kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan ≠ loyalitas pelanggan
- Hipotesis Alternatif (Ha1), di mana variabel bebas memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel terikat. Dalam penelitian ini yaitu kualitas pelayanan memiliki pengaruh terhadap loyalitas pelanggan di Fortunate Coffee Cemara Asri, Medan.
Ha1: kualitas pelayanan => loyalitas pelanggan
- Nol Hipotesis (Ho1), di mana variabel bebas tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel terikat. Dalam penelitian ini yaitu kualitas pelayanan tidak memiliki pengaruh terhadap loyalitas pelanggan di Fortunate Coffee Cemara Asri, Medan.
Ho1: kualitas pelayanan ≠ loyalitas pelanggan
- Hipotesis Alternatif (Ha2), di mana variabel bebas memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel terikat. Dalam penelitian ini yaitu kepuasan pelanggan memiliki pengaruh terhadap loyalitas pelanggan di Fortunate Coffee Cemara Asri, Medan.
Ha2: kepuasan pelanggan => loyalitas pelanggan

6. Nol Hipotesis (Ho2), di mana variabel bebas tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel terikat. Dalam penelitian ini yaitu kepuasan pelanggan tidak memiliki pengaruh terhadap loyalitas pelanggan di Fortunate Coffee Cemara Asri, Medan.
Ho2: kepuasan pelanggan \neq loyalitas pelanggan

3. METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Variabel Penelitian dan Jenis Penelitian

Berdasarkan variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan di Fortunate Coffee Cemara Asri, Medan. Penulis juga melakukan penelitian dengan menggunakan metode penelitian kuantitatif dengan pendekatan asosiatif.

3.2 Populasi dan Sampel

Menurut (Sugiyono, 2021), menyatakan populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek/subyek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian di tarik kesimpulannya. Jumlah populasi pelanggan dalam penelitian ini adalah pelanggan yang pernah melakukan transaksi pembelian di Fortunate Coffee Cemara Asri, Medan. Dalam penelitian ini penulis mempersempit populasi yaitu jumlah pelanggan sebanyak kurang lebih 300 orang dengan menghitung ukuran sampel yang dilakukan dengan menggunakan rumus Slovin.

Penulis juga menggunakan rumus slovin, menurut (Sujarweni, 2022) dapat dirumuskan, sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1 + (N \times e^2)}$$

Dimana:

n = ukuran sampel yang akan dicari

N = ukuran populasi

e = *margin of error*

Kalkulasi dari formula tersebut yaitu:

$$n = \text{Sampel}$$

$$n = \frac{300}{1 + 300 (0.1)^2}$$

$$n = 75$$

Jumlah sampel dalam penelitian ini adalah 10% dari total populasi, yaitu 75 pelanggan.

3.3 Teknik Analisis Data

1. Uji Validitas

Menurut (Duli, 2019), menyatakan validitas adalah kriteria yang paling kritis dan menunjukkan sejauh mana suatu instrumen mengukur apa yang seharusnya diukur. Menurut (Sugiyono, 2019), untuk mengetahui valid atau tidaknya setiap butir pernyataan, maka dapat mengkorelasikan antara skor butir pernyataan dengan skor total (Y). Suatu dikatakan valid apabila nilai korelasi minimum mencapai 0,3.

Dari hasil perhitungan dengan SPSS 26, yang dapat dilihat pada kolom pearson correlation dari variabel kualitas pelayanan, kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan, dengan ketentuan jika corrected item lebih dari 0.3 dapat dikatakan semua valid.

Pembagian kuesioner untuk melakukan pre-test yang di lakukan kepada 30 responden diluar dari sampel yaitu Teko Healthy Resto, Medan. Analisis dilakukan untuk mengetahui validitas setiap pertanyaan dengan menggunakan SPSS 26 yang dimana hasil validitas dari kualitas pelayanan, kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan dapat dilihat pada rincian di bawah ini:

Tabel 1. Hasil Uji Validitas Kualitas Pelayanan

No. Pernyataan	Corrected Items	Keterangan
X1	0.386	Valid
X2	0.413	Valid
X3	0.727	Valid
X4	0.349	Valid
X5	0.740	Valid
X6	0.738	Valid
X7	0.375	Valid

X8	0.595	Valid
----	-------	-------

Berdasarkan pengujian tabel 1. diketahui bahwa terdapat 8 item pernyataan pada variabel kualitas pelayanan (X1) dinyatakan valid karena nilai corrected item > 0.3 .

Tabel 2. Hasil Uji Validitas Kepuasan Pelanggan

No. Pernyataan	Corrected Items	Keterangan
X1	0.652	Valid
X2	0.814	Valid
X3	0.497	Valid
X4	0.492	Valid
X5	0.827	Valid
X6	0.811	Valid

Berdasarkan pengujian tabel 2. diketahui bahwa terdapat 6 item pernyataan pada variabel kepuasan pelanggan (X2) dinyatakan valid karena nilai corrected item > 0.3 .

Tabel 3. Hasil Uji Validitas Loyalitas Pelanggan

No. Pernyataan	Corrected Items	Keterangan
Y1	0.619	Valid
Y2	0.681	Valid
Y3	0.854	Valid
Y4	0.802	Valid
Y5	0.794	Valid
Y6	0.459	Valid

Berdasarkan pengujian tabel 3. diketahui bahwa terdapat 6 item pernyataan pada variabel loyalitas pelanggan (Y) dinyatakan valid karena nilai corrected item > 0.3 .

2. Uji Reliabilitas

Menurut (Duli, 2019), reliabilitas adalah alat uji untuk mengetahui sejauh mana hasil pengukuran tetap konsisten apabila dilakukan pengukuran dua kali atau lebih terhadap gejala yang sama dengan menggunakan alat ukur yang sama juga. Suatu variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai cronbach alpha > 0.60 . Semakin nilai alphanya mendekati 1 maka nilai reliabilitas datanya semakin terpecaya.

Berdasarkan hasil pengujian reliabilitas yang dilakukan, dalam penelitian ini masing – masing indikator yang telah melewati uji validitas akan diproses dengan menggunakan Cronbach Alpha. Pernyataan akan dinyatakan reliabel apabila nilai Cronbach Alpha $> 0,6$. Perhitungan *reliable* dengan menggunakan bantuan program SPSS 26. Penulis juga menggunakan pre-test sebanyak 30 responden diluar dari sampel yaitu Teko Healthy Resto, Medan. Hasil pengujian reliabilitas kualitas produk dalam penelitian ini akan ditunjukkan dalam tabel berikut ini :

Tabel 4. Hasil Uji Reliabilitas Kualitas Pelayanan
Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.630	8

Berdasarkan hasil pengujian pada tabel 4. dapat disimpulkan bahwa item pernyataan kuesioner pada variabel kualitas pelayanan dinyatakan reliabel karena $0.630 > 0.60$.

Tabel 5. Hasil Uji Reliabilitas Kepuasan Pelanggan
Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.767	6

Berdasarkan hasil pengujian pada tabel 5. dapat disimpulkan bahwa item pernyataan kuesioner pada variabel kepuasan pelanggan dinyatakan reliabel karena $0.767 > 0.60$.

Tabel 6. Hasil Uji Reliabilitas Loyalitas Pelanggan

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.777	6

Berdasarkan hasil pengujian pada tabel 6. dapat disimpulkan bahwa item pernyataan kuesioner pada variabel kepuasan pelanggan dinyatakan reliable karena $0.777 > 0.60$.

3. Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Menurut Widarjono (Duli, 2019), uji normalitas bertujuan untuk melihat apakah nilai residual terdistribusi normal atau tidak. Dasar pengambilan keputusan dalam uji normalitas yakni: jika nilai signifikansi lebih besar dari $\alpha = 0.05$ maka data tersebut berdistribusi normal.

Tabel 7. Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		75
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	.35608784
Most Extreme Differences	Absolute	.089
	Positive	.054
	Negative	-.089
Test Statistic		.089
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. This is a lower bound of the true significance.

Berdasarkan hasil uji normalitas diketahui nilai signifikansi $0.200 > 0.05$ maka dapat disimpulkan bahwa nilai residual berdistribusi normal.

b. Uji Multikolinearitas

Menurut (Duli, 2019), uji ini bertujuan untuk melihat ada atau tidaknya korelasi yang tinggi antara variabel-variabel bebas dalam suatu model regresi linear berganda. Jika nilai tolerance > 0.10 maka artinya tidak terjadi multikonearitas terhadap data yang diuji.

Tabel 8. Hasil Uji Multikolinearitas

Coefficients^a

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	Kualitas Pelayanan	.966	1.035
	Kepuasan Pelanggan	.966	1.035

a. Dependent Variable: Loyalitas Pelanggan

Pada tabel diatas dapat dilihat bahwa nilai korelasi untuk variabel nilai tolerance kualitas pelayanan $0.966 > 0.10$ dan nilai VIF kualitas pelayanan $1.035 < 10.00$, kepuasan pelanggan mempunyai nilai tolerance $0.966 > 0.10$ dan nilai VIF $1.035 < 10.00$. Dapat disimpulkan bahwa model regresi ini terbebas dari gejala multikolinearitas dan layak digunakan.

c. Uji Heteroskedastisitas

Menurut Widarjono (Duli, 2019), uji heteroskedastisitas adalah untuk melihat apakah terdapat ketidaksamaan varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika nilai signifikansi $> \alpha = 0.05$, kesimpulannya adalah tidak terjadi heteroskedastisitas.

Tabel 9. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Model		Coefficients ^a		Standardized Coefficients	t	Sig.
		Unstandardized Coefficients	Std. Error			
		B		Beta		
1	(Constant)	.703	.533		1.318	.192
	Kualitas Pelayanan	-.001	.008	-.020	-.172	.864
	Kepuasan Pelanggan	-.015	.016	-.113	-.949	.346

a. Dependent Variable: abs_reg

Pada tabel diatas dapat dilihat bahwa nilai korelasi untuk variabel nilai signifikan kualitas pelayanan $0.864 > 0.05$ dan kepuasan pelanggan mempunyai nilai signifikan $0.346 > 0.05$. Dapat disimpulkan bahwa model regresi ini terbebas dari gejala heteroskedastisitas dan layak digunakan.

d. Uji Koefisien Korelasi

Menurut (Qomusuddin & Romlah, 2021), analisis korelasi adalah analisis hubungan dua variabel atau lebih, yaitu antara variabel bebas dengan variabel terikat.

Tabel 10. Interpretasi Koefisien Korelasi Nilai r

Interval Koefisian	Tingkat Hubungan
0.00 – 0.199	Sangat Rendah
0.20 – 0.399	Rendah
0.40 – 0.599	Cukup Kuat
0.60 – 0.799	Kuat
0.80 – 1.000	Sangat Kuat

Tabel 11. Hasil Uji Koefisien Korelasi

Model	Model Summary ^b				Change Statistics				
	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	R Square Change	F Change	df1	df2	Sig. F Change
1	.961 ^a	.923	.921	.361	.923	434.061	2	72	.000

a. Predictors: (Constant), Kepuasan Pelanggan, Kualitas Pelayanan

b. Dependent Variable: Loyalitas Pelanggan

Dari hasil diatas dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas pelayanan (X1), kepuasan pelanggan (X2), dan loyalitas pelanggan (Y) berhubungan karena nilai menunjukkan hasil yang positif. Nilai korelasi (r) adalah 0.961 yang memiliki arti bahwa kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan memiliki hubungan yang sangat kuat terhadap loyalitas pelanggan.

e. Koefisiensi determinasi merupakan nilai yang menunjukkan besar kontribusi pengaruh yang diberikan oleh variabel bebas terhadap variabel terikat. Nilai koefisiensi Nagelkerk's R Square dapat di interpretasikan hampir mirip seperti nilai R Square dalam model regresi linier (Sugiyono, 2019).

$$Kd = r^2 \times 100\%$$

Keterangan :

Kd = Koefisien Determinasi

r = Koefisien Korelasi

Tabel 12. Hasil Uji Koefisien Determinasi X1 dan X2 Terhadap Y

Model	Model Summary ^b			
	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.961 ^a	.923	.921	.361

a. Predictors: (Constant), Kepuasan Pelanggan, Kualitas Pelayanan

b. Dependent Variable: Loyalitas Pelanggan

Berdasarkan tabel di atas diketahui nilai Adjusted R Square sebesar 0.921, hal ini mengandung arti bahwa pengaruh variabel kualitas pelayanan (X1) dan kepuasan pelanggan (X2) secara simultan terhadap variabel loyalitas pelanggan (Y) adalah sebesar 92.1% yang menyatakan besarnya pengaruh kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas

pelanggan di Fortunate Coffee Cemara Asri, Medan, dan sisanya 7.9% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

f. Uji Regresi Linear Berganda

Menurut (Qomusuddin & Romlah, 2021), regresi linier berganda berfungsi untuk mencari pengaruh dua atau lebih variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y).

Model regresi linear berganda dilukiskan dengan persamaan sebagai berikut:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_n$$

Keterangan :

Y = Variabel terikat atau variabel response

X = Variabel bebas atau variabel predictor

α = Konstanta

β = Slope atau koefisien estimate

Tabel 13. Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Model		Coefficients ^a		Standardized Coefficients Beta	t	Sig.
		Unstandardized Coefficients B	Std. Error			
1	(Constant)	5.514	.792		6.965	.000
	Kualitas Pelayanan	.334	.011	.977	29.448	.000
	Kepuasan Pelanggan	.106	.024	.148	4.458	.000

a. Dependent Variable: Loyalitas Pelanggan

Pada tabel diatas, diketahui pada Unstandarized Coefficients bagian B diperoleh persamaan regresi linear berganda yaitu dengan rumus berikut :

$$\text{Loyalitas pelanggan} = 5.514 + 0.334 \text{ kualitas pelayanan} + 0.106 \text{ kepuasan pelanggan}$$

Berdasarkan persamaan diatas maka dapat diuraikan sebagai berikut :

- Konstanta (α) = 5.514 menunjukkan nilai konstanta, jika nilai variabel bebas X1 yaitu kualitas pelayanan dan nilai variabel X2 yaitu kepuasan pelanggan bernilai 0 maka loyalitas pelanggan akan naik sebesar 5.514.
- Koefisien X1b1 = 0.334 menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan (X1) berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan sebesar 0.334. Artinya setiap peningkatan kualitas pelayanan (X1) sebesar 1 satuan, maka kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan akan meningkat sebesar 0.334.
- Koefisien X2b2 = 0.106 menunjukkan bahwa variabel kepuasan pelanggan (X2) berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan sebesar 0,106. Artinya setiap peningkatan kepuasan pelanggan (X2) sebesar 1 satuan, maka kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan akan meningkat sebesar 0.106.

4. Uji Hipotesis

a. Uji f (Simultan)

Uji Simultan (Uji F) digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen secara bersama-sama berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen (Mardiatmoko, 2020). Jika nilai sig < 0.05, atau F hitung > F tabel maka terdapat pengaruh variabel X secara simultan terhadap variabel Y.

Tabel 14. Hasil Uji F

Model		ANOVA ^a			F	Sig.
		Sum of Squares	df	Mean Square		
1	Regression	113.134	2	56.567	434.061	.000 ^b
	Residual	9.383	72	.130		
	Total	122.517	74			

a. Dependent Variable: Loyalitas Pelanggan

b. Predictors: (Constant), Kepuasan Pelanggan, Kualitas Pelayanan

Berdasarkan hasil uji di atas diketahui nilai signifikansi untuk pengaruh variabel kualitas pelayanan (X1) dan variabel kepuasan pelanggan (X2) secara simultan terhadap variabel loyalitas (Y) adalah sebesar 0.000 < 0.05 dan nilai F hitung 434.061 > F tabel 2.497, sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh kualitas pelayanan (X1) dan kepuasan pelanggan (X2) secara simultan terhadap loyalitas pelanggan (Y).

b. Uji T (Parsial)

(Mardiatmoko, 2020), menyatakan Uji Parsial (uji T) digunakan untuk mengetahui apakah model regresi variabel independen (variabel X) secara parsial berpengaruh positif dan signifikan

terhadap variabel dependen (variabel Y). Jika nilai $\text{sig} < 0.05$, atau $t \text{ hitung} > t \text{ tabel}$ maka terdapat pengaruh variabel X terhadap variabel Y.

Tabel 15. Hasil Uji T

		Coefficients ^a				
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	5.514	.792		6.965	.000
	Kualitas Pelayanan	.334	.011	.977	29.448	.000
	Kepuasan Pelanggan	.106	.024	.148	4.458	.000

a. Dependent Variable: Loyalitas Pelanggan

Berdasarkan hasil tabel di atas, terlihat bahwa angka probabilitas signifikan variabel kualitas pelayanan (X1) $0.000 < 0.05$ dan variabel kepuasan pelanggan (X2) $0.000 < 0.05$, nilai $t \text{ hitung}$ variabel kualitas pelayanan (X1) $29.448 > 1.993 t \text{ tabel}$, nilai $t \text{ hitung}$ variabel kepuasan pelanggan (X2) $4.458 > 1.993 t \text{ tabel}$ sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh kepuasan pelanggan (X2) terhadap pengaruh terhadap variabel loyalitas pelanggan (Y).

4. PEMBAHASAN

4.1 Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan

Dalam penelitian ini kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan di Fortunate Coffee Cemara Asri, Medan. Hasil dari penelitian ini sama dengan hasil penelitian menurut Fornell (dalam Halim, 2021), menyatakan bahwa apabila pelanggan puas terhadap barang atau kualitas layanan yang diberikan, maka akan menimbulkan kesetiaan pelanggan sehingga minat beli pelanggan meningkat dan membuat pelanggan loyal terhadap produk perusahaan. Dari hipotesis tersebut, kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan di Fortunate Coffee Cemara Asri, Medan diterima.

5. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil uji dan pembahasan, penulis dapat menarik kesimpulan bahwasanya terdapat pengaruh yang signifikan antara kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan di Fortunate Coffee Cemara Asri, Medan. Dari hasil korelasi antara variabel kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan sebesar 0.961 yang memiliki arti bahwa kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan memiliki hubungan yang sangat kuat terhadap loyalitas pelanggan. Nilai korelasi yang positif juga mengartikan kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan di Fortunate Coffee Cemara Asri, Medan meningkat maka loyalitas pelanggan juga akan meningkat. Koefisien determinasi yang memberikan nilai Adjusted R Square sebesar 92.1% yang menyatakan besarnya pengaruh kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan di Fortunate Coffee Cemara Asri, Medan, dan sisanya 7.9% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Hasil uji hipotesis ditemukan bahwa secara simultan kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan di Fortunate Coffee Cemara Asri, Medan. Hasil uji hipotesis ditemukan bahwa secara parsial kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada pelanggan Fortunate Coffee Cemara Asri, Medan.

DAFTAR PUSTAKA

- Armaniah, H., Marthanti, A. S., & Yusuf, F. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Bengkel Ahas Honda Tangerang. *Penelitian Ilmu Manajemen*, 2(2), 2614–3747.
- Duli, N. (2019). *Metodologi penelitian kuantitatif: beberapa konsep dasar untuk penulisan skripsi & analisis data dengan SPSS*. Yogyakarta: CV. Deepublish.
- Halim, F. (2021). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Medan: Yayasan Kita Menulis.
- Hanny, H., & Krisyana, K. (2022). Pengaruh kualitas pelayanan, citra merek dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan pada kafe di kota Batam. *Jesya (Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah)*, 5(1), 1115–1129. <https://doi.org/10.36778/jesya.v5i1.703>
- Indrasari, M. (2019). *PEMASARAN DAN KEPUASAN PELANGGAN*. Unitomo Press.
- Irawan, I., Yuliana, Y., Arwin, A., & Jovando, W. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Orang Tua Murid Di IEC, Medan. *INSOLOGI: Jurnal Sains Dan Teknologi*, 1(3), 332–339. <https://doi.org/10.55123/insologi.v1i3.411>
- Mardiatmoko, G. (2020). Pentingnya Uji Asumsi Klasik Pada Analisis Regresi Linier Berganda. *BAREKENG: Jurnal Ilmu Matematika Dan Terapan*, 14(3), 333–342. <https://doi.org/10.30598/barekengvol14iss3pp333-342>
- Martono, M., Arwin, A., Yuliana, Y., Lisa, L., & Hutabarat, F. A. M. (2021). Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Studi Kasus pada Pengangkutan TS Medan. *Seminar Nasional Sains Dan Teknologi Informasi (SENSASI)*, 3(1), 411–415. <http://prosiding.seminar-id.com/index.php/sensasi/article/view/609>
- Nugroho, N., Yuliana, Y., & Hutabarat, F. A. M. (2021). Pengukuran Tingkat Kepuasan Mahasiswa Politeknik Di Kota Medan Selama Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal E-Bis (Ekonomi-Bisnis)*, 5(1), 278–286. <https://doi.org/https://doi.org/10.37339/e-bis.v5i1.773>
- Qomusuddin, I. F., & Romlah, S. (2021). *Analisis data kuantitatif dengan program IBM SPSS statistic 20.0*. Yogyakarta: CV. Deepublish.
- Setyawati, Y., Arwin, A., Yuliana, Y., Williny, W., & Anggia, A. (2022). Analisis Kualitas Pelayanan Pada Karibia Boutique Hotel Medan. *SOSMANIORA: Jurnal Ilmu Sosial Dan Humaniora*, 1(2), 126–132. <https://doi.org/10.55123/sosmaniora.v1i2.401>
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (28th ed.). Alfabeta.
- Sugiyono. (2021). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D* (2nd ed.). Bandung: CV. Alfabeta.
- Sujarweni, W. (2022). *Metodologi penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press.
- Tsalatsa, M. A., & Sudarwanto, T. (2021). *42041-Article Text-66682-1-10-20210719 (1)*.
- Willianson, K., Yuliana, Y., Arwin, A., Lan, W. P., & Hutabarat, F. A. M. (2021). Strategi Pemasaran di Cendana Homestay Medan. *Seminar Nasional Ilmu Sosial Dan Teknologi-SANISTEK*, 216–221. <https://www.prosiding.politeknikcendana.ac.id/index.php/sanistek/article/view/60>
- Yuliana, Y., Lisa, L., Nancy, N., Chandra, W., & Aigan, W. (2019). Analisis Penerapan Promosi Pada PT. Adam Dani Lestari Medan. *Seminar Nasional Teknologi Komputer & Sains (SAINTEKS)*, 106–108. <http://prosiding.seminar-id.com/index.php/sainteks/article/view/133>