

## The Effect of Service Quality and Customers' Satisfaction toward Loyalty of Customers at Cafe Bro & Sis Bengkulu City

### Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Di Cafe Bro & Sis Kota Bengkulu

Septiana Sari<sup>1)</sup> Ratnawili<sup>2)</sup>

<sup>1,2)</sup> Management Study Program, Economics and Business Faculty, Muhammadiyah University of Bengkulu

Email: <sup>1)</sup> [septisari224@gmail.com](mailto:septisari224@gmail.com)

#### ARTICLE HISTORY

Received [9 September 2021]

Revised [10 September 2021]

Accepted [21 September 2021]

#### KEYWORDS

Service Quality, Customers' Satisfaction and Customers' Loyalty

This is an open access

article under the [CC-BY-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/) license



#### ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Di Cafe Bro & Sis Kota Bengkulu, baik secara parsial maupun simultan. Ada beberapa faktor yang akan dibahas dalam penelitian ini, diantaranya Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan. Obyek dalam penelitian ini adalah pengunjung di Cafe Bro & Sis Kota Bengkulu yang berjumlah 96 orang. Dalam penelitian ini penulis menggunakan metode pengumpulan data dengan cara observasi, wawancara, penyebaran angket atau kuisioner. Ada beberapa teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini, menggunakan uji instrument, uji asumsi klasik, analisis tanggapan responden, analisis regresi linier berganda, koefisien determinan, dan juga uji hipotesis. Dari hasil uji regresi linier berganda didapat persamaan regresinya yaitu sebagai berikut :  $Y = 5.158 + 0.134(X_1) + 0.850(X_2)$  Hasil pengujian yang telah dilakukan dapat diketahui bahwa variabel Kepuasan Pelanggan ( $X_1$ ) menunjukkan  $t_{hitung} > t_{tabel}$  ( $2.061 > 1.98580$ ) dengan tingkat signifikan ( $0.042 < 0.050$ ), dan variabel Kualitas Pelayanan ( $X_2$ ), menunjukkan  $t_{hitung} > t_{tabel}$ , yaitu sebesar  $14.925 > 1.98580$  dan  $sig < \alpha$  ( $0.000 < 0.050$ ). Hasil uji F menunjukan nilai  $F_{hitung} > F_{tabel}$ , ( $124.992 > 3.099$ ) dan  $sig < 0.050$ . Sehingga dapat disimpulkan bahwa Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan berpengaruh secara parsial maupun simultan terhadap Loyalitas Pelanggan Di Cafe Bro & Sis Kota Bengkulu.

#### ABSTRACT

This study aimed to determine the effect of service quality and customers' satisfaction toward loyalty of customer at Cafe Bro & Sis Bengkulu City. The object of this study were visitors at Cafe Bro & Sis Bengkulu City, totaling 96 people. The data was collected by using observation and questionnaire. The data analysis technique of this study used instrument tests, classical assumption tests, analysis of respondents' responses, multiple linear regression analysis, determinant coefficients, and also hypothesis testing. The result of the study show that in line with the results of multiple linear regression, the regression equation is obtained as follows:  $Y = 5.158 + 0.134(X_1) + 0.850(X_2)$ . The variable Customer Satisfaction ( $X_1$ ) shows  $t_{count} > t_{table}$  ( $2.061 > 1.98580$ ) with a significant level ( $0.042 < 0.050$ ), and the Service Quality variable ( $X_2$ ), showing  $t_{count} > t_{table}$ , which is  $14.925 > 1.98580$  and  $sig < \alpha$  ( $0.000 < 0.050$ ). The results of the F test show the value of  $f_{count} > f_{table}$ , ( $124.992 > 3.099$ ) and  $sig < 0.050$ . Based on the finding above can be concluded that service quality and customers' satisfaction partially or simultaneously effect toward loyalty of customers at Cafe Bro & Sis Bengkulu City.

## PENDAHULUAN

Setiap organisasi atau perusahaan selalu berusaha supaya loyalitas pelanggan dapat ditingkatkan. Untuk itu perusahaan perlu mencari cara dan solusi guna menimbulkan loyalitas pelanggan yang lebih baik. Agar dapat mencerminkan kesetiaan yang mendalam terhadap perusahaan, serta dapat meningkatkan dan mengembangkan suatu organisasi atau perusahaan. Oleh sebabnya, loyalitas pelanggan sangat penting bagi suatu perusahaan guna mempertahankan kelangsungan perusahaan. Loyalitas merupakan komitmen yang di pegang secara mendalam untuk mendukung kembali produk atau jasa yang disukai dimasa depan meski pengaruh situasi dan usaha pemasaran berpotensi menyebabkan pelanggan beralih (Kolter & Keller, 2009). Tjiptono dan Chandra (2011) menyatakan loyalitas pelanggan sebagai komitmen pelanggan terhadap suatu merek, toko, pemasok berdasarkan sikap yang sangat positif tercerminkan dalam pembelian ulang yang konsisten. Dan menurut Mowen dan Minor dalam Aditya (2008) menyatakan bahwa loyalitas sebagai kondisi dimana pelanggan mempunyai sikap positif terhadap suatu merek, mempunyai komitmen terhadap merek tersebut, dan bermaksud meneruskan pembeliannya dimasa mendatang.

Tentunya bukanlah suatu hal yang mudah dalam mempertahankan dan meningkatkan loyalitas pelanggan mengingat beberapa perubahan dapat terjadi setiap saat, baik perubahan pada pelanggan seperti selera maupun aspek yang lainnya, oleh sebab itu dalam meningkatkan loyalitas pelanggan harus memperhatikan faktor, banyak faktor dalam meningkatkan loyalitas pelanggan diantaranya kepuasan pelanggan, dan kualitas pelayanan agar pelanggan dapat loyal terhadap perusahaan.

Yang pertama adalah kualitas pelayanan. kualitas pelayanan merupakan suatu bentuk penilaian konsumen terhadap tingkat layanan yang dipersepsikan (perceived service) dengan tingkat pelayanan yang diharapkan (expected service) (Kotler, 2000). Kualitas pelayanan telah didefinisikan sebagai tingkat dan arah antara harapan pelayanan dan persepsi konsumen. Selanjutnya juga dapat dilihat sebagai seberapa baik pelayanan dari perusahaan untuk memenuhi harapan konsumen (Saravanakumar, 2014). pelayanan diartikan dengan jasa, Suatu pembahasaan yang sangat komplet karena penilaian kualitas layanan berbeda dengan kualitas produk, terutama sifatnya yang tidak nyata (intangible), produksi dan konsumsi berjalan secara stimulan. Sehingga kualitas layanan adalah bagaimana tanggapan pelanggan terhadap jasa yang dikonsumsi dan dirasakan (Jasfar, 2005).

Maka dari itu kualitas adalah kunci dalam menciptakan kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan. Perusahaan memperoleh banyak manfaat dengan tercapainya tingkat kepuasan yang tinggi, yakni selain meningkatkan loyalitas pelanggan tapi juga dapat mencegah terjadinya perputusan pelanggan, mengurangi biaya kegagalan pemasaran, mengurangi biaya observasi yang diakibatkan oleh meningkatnya jumlah pelanggan atau konsumen, meningkatkan efektifitas iklan dan meningkatkan reputasi perusahaan.

Yang kedua adalah kepuasan pelanggan, Menurut Kotler dan Keller 2009 menyatakan bahwa kepuasan(satisfaction) adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang di persepsikan atau hasil terhadap ekspektasi mereka.

kepuasan adalah perasaan puas atau kecewa perusahaan yang dihasilkan dari perbandingan kinerja produk atau hasil yang diharapkan jika kinerja kurang dari harapan maka pelanggan akan kecewa dan jika sesuai dengan harapan pelanggan akan merasa puas. Perusahaan yang berfokus pada kepuasan pelanggan akan dapat meningkatkan kepuasan pelanggan dan di waktu yang sama akan membantu perusahaan memiliki citra yang positif Felix, 2017

Salah satunya Cafe Bro & Sis, Cafe yang berlokasi di Jalan Dempo 7, Sawah Lebar, Kota Bengkulu. Cafe Bro & Sis menawarkan produk minuman seperti coffe, teh, aneka jus dan masih banyak menu yang lainnya, dan untuk memenuhi selera pelanggan, cafe Bro & Sis juga menyediakan berbagai makanan seperti nasi goreng, pizza, aneka masakan ayam, mie dan masih banyak menu lainnya.

Namun setelah melakukan wawancara dengan bapak Mahendra selaku manajer Cafe Bro & Sis Kota Bengkulu pada tanggal 30 november 2020, terdapat keterangan bahwa kunjungan pelanggan yang datang ke cafe tidak stabil setiap harinya dan mengalami penurunan pengunjung akhir-akhir ini, hal ini bisa dikatakan bahwa loyalitas pelanggan terhadap Cafe masih sangat kurang dan akan menjadi suatu ancaman perusahaan.

Setelah peneliti melakukan wawancara ke pelanggan Cafe Bro & Sis yakni Tika, Santi dan Priska terdapat keterangan bahwa rendahnya loyalitas pelanggan terjadi karna pelayanan yang kurang baik dilihat dari karyawan kurang sigab, kurang ramah dan lama dalam melayani pelanggan, serta pelanggan kurang puas disebabkan karena lahan sempit dan parkir kurang memadai sehingga pelanggan ada yang harus parkir di bibir jalan.

## LANDASAN TEORI

### Loyalitas Pelanggan

Loyalitas merupakan komitmen yang di pengang secara mendalam untuk mendukung kembali produk atau jasa yang disukai dimasa depan meski pengaruh situasi dan usaha pemasaran berpotensi menyebarkan pelanggan beralih kolter & keller ,2009. Tjiptono dan Chandra 2011 menyatakan loyalitas pelanggan sebagai komitmen pelanggan terhadap suatu merek, toko, pemasok berdasarkan sikap yang sangat positif tercermin dalam pembelian ulang yang konsisten. Alrubaiee dan Al-Nazer 2010 dalam penelitiannya mendeskripsikan loyalitas sebagai fungsi dari kepuasan pelanggan, pelanggan yang loyal mungkin tidak selalu puas namun pelanggan yang puas adalah pelanggan yang loyal. Menurut cannon 2008 menyatakan bahwa loyalitas pelanggan didefinisikan sebagai besarnya kemungkinan pelanggan membeli kembali dan kesediaan mereka untuk menjadi partner perusahaan.

### Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan merupakan suatu bentuk penilaian konsumen terhadap tingkat layanan yang dipersepsikan (perceived service) dengan tingkat pelayanan yang diharapkan (expected service) kotler 2000. Pelayanan diartikan dengan jasa. Suatu pembahasaan yang sangat komplet karena penilaian kualitas pelayanan berbeda dengan kualitas produk, terutama sifatnya

yang tidak nyata (intangible), produksi dan konsumsi berjalan secara stimulan. Sehingga kualitas pelayanan adalah bagaimana tanggapan pelanggan terhadap jasa yang dikonsumsi dan dirasakan jasfar 2005.

Kualitas pelayanan menurut parasuraman 2001 menyatakan bahwa konsep kualitas pelayanan adalah suatu pengertian yang kompleks tentang mutu, tentang memuaskan, atau tidak memuaskan. Konsep kualitas pelayanan dikatakan tidak bermutu apabila pelayanan apabila pelayanan yang diharapkan lebih kecil dari pada pelayanan yang dirasakan (bermutu). Dikatakan konsep kualitas memenuhi harapan, apabila pelayanan yang diharapkan sama dengan yang dirasakan (memuaskan). Demikian pula dikatakan persepsi tidak memenuhi harapan apabila pelayanan yang diharapkan lebih besar dari pada pelayanan yang dirasakan (tidak bermutu).

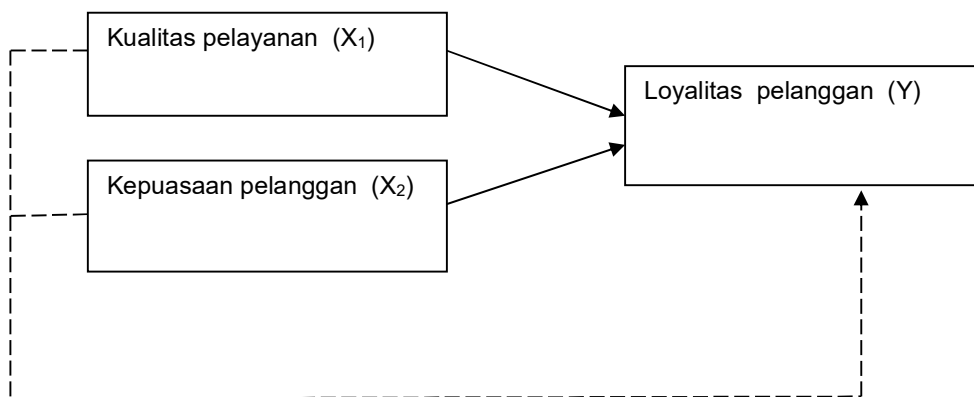
Menurut parasuraman dalam lupiyoadi 2013 mengatakan bahwa kualitas pelayanan yaitu seberapa jauh perbedaan antara kenyataan dan harapan pelanggan atas pelayanan yang mereka terima dan menurut chang dan yeh 2017 mendefinisikan bahwa kualitas pelayanan memiliki efek jangka panjang dalam membentuk kepuasan pelanggan dan akan membuat pelanggan menjadi loyal terhadap perusahaan.

## Kepuasan Pelanggan

Menurut kotler dan keller 2016 menyatakan bahwa kepuasan(satisfaction) adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang di persepsikan atau hasil terhadap ekspektasi mereka. Kepuasan adalah perasaan puas atau kecewa perusahaan yang dihasilkan dari perbandingan kinerja produk atau hasil yang diharapkan jika kinerja kurang dari harapan maka pelanggan akan kecewa dan jika sesuai dengan harapan pelanggan akan merasa puas. Perusahaan yang berfokus pada kepuasan pelanggan akan dapat meningkatkan kepuasan pelanggan dan di waktu yang sama akan membantu perusahaan memiliki citra yang positif felix, 2017.

Menurut kotler 2009kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara harapan dengan kenyataan yang diperoleh. Sedangkan Menurut lovelock dan wirtz 2011 kepuasan adalah suatu sikap yang diputuskan berdasarkan pengalaman yg didapatkan. Kepuasan penilaian mengenai ciri atau keistimewaan produk atau jasa, atau produk itu sendiri, yang menyediakan tingkat kesenangan konsumen berkaitan dengan pemenuhan kebutuhan konsumsi konsumen. Kepuasan konsumen dapat diciptakan melalui kualitas, pelayanan dan nilai. Kunci untuk menghasilkan kesetiaan pelanggan adalah memberikan nilai pelanggan yang tinggi.

Kerangka teoristik dalam penelitian menggambarkan hubungan dari variabel independen terhadap variabel dependen. Adapun kerangka teoristik yang digunakan adalah sebagai berikut:



Gambar 1. Kerangka Teoristik

## METODE PENELITIAN

### Metode Analisis

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kuantitatif, yaitu penelitian empiris yang datanya berbentuk angka-angka. Penelitian kuantitatif adalah metode penelitian yang menghasilkan penemuan-penemuan yang dapat dicapai dengan menggunakan prosedur statistik atau cara lain dari kuantitatif (pengukuran).

Penelitian kuantitatif menurut Sugiyono 2012 yaitu metode penelitian berdasarkan terhadap filsafat positivis, digunakan dalam meneliti terhadap sampel dan populasi peneliti, tehnik pengambilan sampel umumnya dilakukan dengan acak atau random sampling, sedangkan pengumpulan data dilakukan dengan cara memanfaatkan instrumen penelitian yang dipakai, analisis data yang digunakan bersifat kuantitatif atau bisa diukur dengan tujuan menguji hipotesis yang ditetapkan sebelumnya.

Menurut sugiyono 2012, analisis regresi linear berganda ini digunakan untuk meramalkan bagaimana variabel dependen dipengaruhi oleh variabel independen. Analisis ini dilakukan apabila jumlah variabel independenya minimal dua. Dalam penelitian ini variabel dependen yaitu Loyalitas Pelanggan (Y) dipengaruhi variabel Kualitas Pelayanan (X1) dan Kepuasan Pelanggan (X2) . Persamaannya sebagai berikut:

$$Y = a + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + e$$

Keterangan:

Y : Loyalitas pelanggan

$\alpha$  : Konstanta

b1 : Koefisien regresi kualitas pelayanan(X1)

b2 : Koefisien regresi kepuasan pelanggan(X2)

X1 : Kualitas pelayanan

X2 : Kepuasan pelanggan

e : Error

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Hasil dan Pembahasan

Analisis regresi linier berganda bertujuan untuk mengukur sejauh mana kemampuan variabel independen (x) dalam mempengaruhi variabel dependen (y). Dengan mengasumsikan variabel lainnya dianggap tetap atau konstan. Hasil analisis regresi linier berganda dapat dilihat pada tabel 1.

**Tabel 1. Hasil Analisis Regresi Linier Berganda**

**Coefficients<sup>a</sup>**

| Model              | Unstandardized Coefficients |            | Standardized Coefficients | t      | Sig. |
|--------------------|-----------------------------|------------|---------------------------|--------|------|
|                    | B                           | Std. Error | Beta                      |        |      |
| 1 (Constant)       | 5.158                       | .998       |                           | 5.166  | .000 |
| Kualitas Pelayanan | .850                        | .057       | .903                      | 14.925 | .000 |
| Kepuasan Pelanggan | .134                        | .065       | .125                      | 2.061  | .042 |

a. Dependent Variable: Loyalitas Pelanggan

Sumber: Olah Data SPSS 2021

Berdasarkan tabel 4.12 di atas maka persamaan regresi yang didapatkan adalah sebagai berikut:  $Y = 5.158 + 0.850(X_1) + 0.134(X_2)$ . Berdasarkan persamaan regresi linier berganda diatas dapat diartikan bahwa:

1. Nilai (*constant*) sebesar 5.158 mempunyai arti bahwa apabila variable Kualitas Pelayanan( $X_1$ ) dan Kepuasan Pelanggan( $X_2$ ) sama dengan nol maka variabel Loyalitas Pelanggan (Y) akan tetap sebesar 5.158.
2. Koefisien regresi Kualitas Pelayanan( $X_1$ ) sebesar 0.850 menyatakan bahwa setiap peningkatan satu satuan nilai variabel Kualitas Pelayanan dapat meningkatkan nilai variabel Loyalitas Pelanggan (Y) sebesar 0.850, dengan asumsi jika variabel Kepuasan Pelanggan( $X_2$ ) dianggap tetap atau konstant.
3. Koefisien regresi Kepuasan Pelanggan( $X_2$ ) sebesar 0.134 menyatakan bahwa setiap peningkatan satu satuan nilai variabel Kepuasan Pelanggan dapat meningkatkan nilai variabel Loyalitas Pelanggan (Y) sebesar 0.134, dengan asumsi jika variabel Kualitas Pelayanan( $X_1$ ) dianggap tetap atau konstant.

## Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Koefisien determinasi bertujuan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai ( $R^2$ ) yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen dengan sangat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel independen (Ghozali, 2001). Hasil uji koefisien determinasi dapat dilihat dari tabel 2.

**Tabel 2. Uji Koefisien Determinasi**

**Model Summary<sup>b</sup>**

| Model | R                 | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate | Durbin-Watson |
|-------|-------------------|----------|-------------------|----------------------------|---------------|
| 1     | .854 <sup>a</sup> | .729     | .723              | 1.21630                    | 2.194         |

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

b. Dependent Variable: Loyalitas Pelanggan

Sumber: Olah Data SPSS 2021

Berdasarkan tabel 4.13 di atas terlihat bahwa koefisien determinasi yang disesuaikan (R Square) sebesar 0.729 memberi pengertian bahwa variasi yang terjadi pada variabel Y (Loyalitas Pelanggan) adalah 72,9 % ditentukan oleh variabel Kualitas Pelayanan ( $X_1$ ) dan Kepuasan Pelanggan ( $X_2$ ). Selebihnya sebesar (100% – 72,9% = 27,1%) ditentukan oleh faktor-faktor lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian ini.

## Uji Hipotesis

Untuk membuktikan hipotesis yang diduga sebelumnya, dilakukan pengujian hipotesis. Pengujian hipotesis dilakukan baik secara parsial maupun secara simultan yang meliputi uji t dan uji f.

## Uji t (parsial)

Uji t dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen secara parsial. Hasil uji t dapat dilihat pada tabel 3.

**Tabel 3. Uji Statistik t**

**Coefficients<sup>a</sup>**

| Model              | Unstandardized Coefficients |            | Standardized Coefficients | $t_{hitung}$ | $t_{tabel}$ | Sig. |
|--------------------|-----------------------------|------------|---------------------------|--------------|-------------|------|
|                    | B                           | Std. Error | Beta                      |              |             |      |
| 1 (Constant)       | 5.158                       | .998       |                           | 5.166        |             | .000 |
| Kualitas Pelayanan | .850                        | .057       | .903                      | 14.925       | 1.98580     | .000 |
| Kepuasan Pelanggan | .134                        | .065       | .125                      | 2.061        | 1.98580     | .042 |

a. Dependent Variable: Loyalitas Pelanggan

Sumber: Olah Data SPSS 2021

Berdasarkan pada tabel 4.14 di atas, maka dapat diartikan bahwa:

1. Variabel Kualitas Pelayanan ( $X_1$ ) menunjukkan hasil  $t_{hitung} > t_{tabel}$ , yaitu sebesar  $14.925 > 1.98580$  dan  $sig < \alpha$  ( $0.000 < 0.050$ ). Hal ini berarti terdapat pengaruh yang signifikan antara Kualitas Pelayanan ( $X_1$ ) terhadap Loyalitas Pelanggan (Y) di Cafe Bro & Sis Bengkulu.
2. Variabel Kepuasan Pelanggan ( $X_2$ ) menunjukkan hasil  $t_{hitung} > t_{tabel}$ , yaitu sebesar  $2.061 > 1.98580$  dan  $sig < \alpha$  ( $0.042 < 0.050$ ). Hal ini berarti terdapat pengaruh yang signifikan antara Kepuasan Pelanggan ( $X_2$ ) terhadap Loyalitas Pelanggan (Y) di Cafe Bro & Sis Bengkulu.

**Uji Hipotesis F (Simultan)**

Uji F dilakukan untuk mengetahui pengaruh variabel bebas secara bersama-sama atau simultan terhadap variabel terikat. Hasil uji F dapat dilihat pada tabel 4 sebagai berikut.

**Tabel 4. Uji Hipotesis F**

| ANOVA <sup>b</sup> |                |    |             |                     |                    |                   |
|--------------------|----------------|----|-------------|---------------------|--------------------|-------------------|
| Model              | Sum of Squares | Df | Mean Square | F <sub>hitung</sub> | F <sub>tabel</sub> | Sig.              |
| 1 Regression       | 369.823        | 2  | 184.912     | 124.992             | 3.099              | .000 <sup>a</sup> |
| Residual           | 137.583        | 93 | 1.479       |                     |                    |                   |
| Total              | 507.406        | 95 |             |                     |                    |                   |

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

b. Dependent Variable: Loyalitas Pelanggan

Sumber: Olah Data SPSS 2021

Dari tabel di atas dapat dilihat bahwa nilai sig <  $\alpha$  yaitu  $0,000 < 0,050$  dan  $F_{hitung} > F_{tabel}$ , ( $124.992 > 3.099$ ), dari hasil pengelolaan data maka dapat disimpulkan bahwa semua variabel independen yaitu variabel Kualitas Pelayanan ( $X_1$ ) dan Kepuasan Pelanggan ( $X_2$ ) secara simultan atau bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen yaitu Loyalitas Pelanggan ( $Y$ ) di Cafe Bro & Sis Bengkulu.

**Pembahasan**

Berdasarkan hasil penelitian dan pengelolaan data mentah yang dilakukan pada Pelanggan di Cafe Bro & Sis Bengkulu., melalui penyebaran kuesioner terhadap 96 orang responden yang telah diuji sehingga dapat diketahui pengaruh Kualitas Pelayanan ( $X_1$ ) dan Kepuasan Pelanggan ( $X_2$ ) terhadap Loyalitas Pelanggan ( $Y$ ) di Cafe Bro & Sis Bengkulu.

**Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan**

Hasil penelitian menyatakan bahwa adanya pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan di Cafe Bro & Sis Bengkulu. Artinya apabila kualitas pelayanan yang diberikan itu baik dan maksimal maka para pelanggan akan merasa puas dan senang saat datang. Hal inilah yang kemudian dapat memberikan dampak yang positif bagi peningkatan loyalitas pelanggan di Cafe Bro & Sis Bengkulu. Kualitas pelayanan merupakan tingkat kondisi baik buruknya sajian yang diberikan oleh provider dalam rangka memuaskan pelanggan. Dengan meningkatkan kualitas pelayanan, pelanggan akan memiliki sikap loyal terhadap perusahaan.

Hasil penelitian ini sejalan dengan hasil dari beberapa penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Desan Henriawan (2015), Dedi Setiawan dkk, (2015), Antony Hartanto (2019) dan Devia Sri Astuti (2019). Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan memberikan pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas pelanggan.

Hal ini senada dengan pendapat Widjono berpendapat bahwa salah satu yang mempengaruhi tingkat loyalitas pelanggan adalah kualitas pelayanan (Widjono et.al., 2014). Lovelock (2017) menyatakan bahwa kualitas layanan adalah persepsi konsumen dalam jangka panjang dan merupakan evaluasi kognitif dari transfer jasa. Hubungan antara kualitas pelayanan dengan loyalitas pelanggan telah dibuktikan oleh Feibe Permatasari Karundeng (2013) yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan.

**Pengaruh Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan**

Hasil penelitian menyatakan bahwa adanya pengaruh Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan di Cafe Bro & Sis Bengkulu. Artinya bahwa apabila pelanggan merasa puas saat berkunjung ke Cafe Bro & Sis Bengkulu maka loyalitas pun juga akan ikut meningkat. Kepuasan pelanggan digunakan untuk mengukur sejauh mana loyalitas konsumen terhadap perusahaan. Semakin tinggi kepuasan konsumen, maka akan semakin banyak konsumen yang loyal yang mampu mengangkat citra ataupun nama baik perusahaan.

Hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Dedi Setyawan dan Erni Masdupi (2015), Nely Novia dkk (2019), Nazarudin Aziz (2012) dan Dulkhatif dkk (2016). Hasil penelitian mereka menunjukkan bahwa variabel kepuasan pelanggan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan.



Zulian Yamit (2001) bahwa “seorang pelanggan, jika merasa puas dengan nilai yang diberikan oleh produk atau jasa, sangat besar kemungkinan menjadi pelanggan dalam waktu yang lama. Kepuasan pelanggan merupakan faktor kunci bagi pelanggan dalam melakukan pembelian ulang. Memberikan kepuasan kepada pelanggan hanya dapat diperoleh kalau perusahaan memperhatikan apa yang diinginkan pelanggan. Tjiptono (2000) loyalitas pelanggan adalah komitmen pelanggan terhadap suatu merek, toko, pemasok berdasarkan sikap yang sangat positif dalam pembelian jangka panjang. Kotler dan Keller (2016) menyatakan bahwa kepuasan (*satisfaction*) adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang dipersepsikan atau hasil terhadap ekspektasi mereka.

## **Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan**

Hasil penelitian menyatakan bahwa adanya pengaruh antara Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan secara simultan atau bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan di Cafe Bro & Sis Bengkulu. Hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Desan Henriawan (2015), Erni Masdupi (2015), Dedi Setiawan dkk, (2015), Antony Hartanto (2019), Devia Sri Astuti (2019), Nely Novia dkk (2019), Nazarudin Aziz (2012). Hasil menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan memberikan pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas pelanggan, oleh sebab itu pihak muftin dapat memberikan peningkatan secara bersamaan dari sisi kualitas pelayanan dan kualitas pelayanan muftin untuk memberikan dampak positif untuk loyalitas pelanggan yang dimiliki para pelanggan muftin.

## **KESIMPULAN DAN SARAN**

### **Kesimpulan**

1. Kualitas Pelayanan berpengaruh secara positif dan signifikan Terhadap Loyalitas Pelanggan Di Cafe Bro & Sis Kota Bengkulu.
2. Kepuasan Pelanggan berpengaruh secara positif dan signifikan Terhadap Loyalitas Pelanggan Di Cafe Bro & Sis Kota Bengkulu.
3. Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan secara simultan atau bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan Terhadap Loyalitas Pelanggan Di Cafe Bro & Sis Kota Bengkulu.

### **Saran**

1. Berdasarkan hasil tanggapan responden Terhadap variabel Kualitas Pelayanan (X1), memiliki nilai terendah pada pernyataan (Karyawan Cafe Bro & Sis Kota Bengkulu mampu melayani dan berkomunikasi yang baik kepada saya) diangka 3,39. Ini biasanya terjadi pada pelayanan yang baru masuk sehingga masih butuh waktu untuk beradaptasi. Disarankan bagi pihak Cafe Bro & Sis Kota Bengkulu untuk terus memberikan arahan pada setiap karyawannya agar mereka bisa lebih baik lagi dalam memberikan pelayanan pada setiap pelanggan yang datang.
2. Berdasarkan hasil tanggapan responden Terhadap variabel Kepuasan Pelanggan (X2), memiliki nilai terendah pada pernyataan (Saya berminat berkunjung kembali ke Cafe Bro & Sis Kota Bengkulu karena makanan yang dihidangkan memuaskan) diangka 3,36. Hal ini menunjukkan bahwa para pelanggan masih ada yang belum puas dengan makanan yang dihidangkan di cafe tersebut. Disarankan pada pihak Cafe Bro & Sis Kota Bengkulu untuk lebih memperhatikan lagi mengenai makanan yang mereka tawarkan, agar dapat memenuhi selera para pelanggannya.
3. Berdasarkan hasil tanggapan responden Terhadap variabel Loyalitas Pelanggan (Y), memiliki nilai terendah pada pernyataan (Jika Cafe Bro & Sis Kota Bengkulu mengeluarkan produk baru saya bersedia membelinya) diangka 3,94. Hal terjadi biasanya dikarenakan minimnya promosi yang dilakukan mengenai produk baru yang akan dikeluarkan. Sehingga para pelanggan belum mengetahui tentang produk baru tersebut. Disarankan pada pihak Cafe Bro & Sis Kota Bengkulu untuk lebih aktif lagi dalam mempromosikan ataupun mengenalkan setiap produk yang akan mereka luncurkan.
4. Bagi peneliti selanjutnya yang ingin meneliti tentang faktor-faktor yang mempengaruhi Loyalitas Pelanggan diharapkan mencari faktor lain diluar (Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan) serta dapat menambah jumlah sampel penelitian, agar hasilnya nanti bisa lebih baik lagi.

## **DAFTAR PUSTAKA**

- Alrubaiee, L., & Al-Nazer, N. 2010. *Investigate the impact off relationship marketing orientation on customer loyalty: the customer's perspective. Internatinal Journal of Marketing*, vol.2 no. 1, pp 155-174.
- A. Parasuraman. 2001. *The Behaviorial Consequenses of Service Quality. Jurnal of Marketing. Vol 0*

- Arikunto, S. 2006. *Metode Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Bumi Aksara
- A.W. Masrum. (2005). *Restoran dan segala permasalahannya*. Edisi Empat. Yogyakarta: Andi.
- Basu, Swasta dan Irawan. 2008 *manajemen pemasaran modern*. Yogyakarta : Liberty
- Cannon, Joseph P., William D. Perreault Jr. Dan Jerone McCarthy. 2008. Alih bahasa : Diana Angelica dan Ria Cahyani. *Dasar-dasar Pemasaran : Pendekatan Manajerial Global*. Buku 2. Edisi 16. Salemba Empat. Jakarta.
- Dulkhatif, Andi, T. H., dan Moh M. W. 2016. Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pelanggan, dan Lokasi Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Penyedia Jasa Internet Study PT Noken Mulia Tama Semarang.
- Farida Jasfar, 2005, *Manajemen Jasa Pendekatan Terpadu*, Ciawi Bogor, Ghalia Indonesia.
- Felix, R. (2017). Service quality and customer satisfaction in selected banks in Rwanda. *Journal of business & Financial Affairs*, V1(1), 246-256.
- Griffin, Jill, 2005. *Customer Loyalty: Menumbuhkan & Mempertahankan Kesetiaan Pelanggan*. Jakarta : Erlangga.
- Ghozali, Imam. 2005. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan SPSS*. Semarang: Badan Penelitian UNDIP.
- Hidayat, Rahmat. 2009. *Pengaruh Kualitas Produk dan Nilai pelanggan terhadap kepuasan dan Loyalitas Pelanggan Nasabah Bank Mandiri*. Jurnal Bisnis dan Ekonomi. Vol. V Tahun 2009
- Kolter, Philip dan A.B. Susanto. 2000. *Manajemen Pemasaran di Indonesia*, Salemba Empat, Jakarta
- Kotler, Philip dan Keller Kevin Lane. 2009. *Manajemen Pemasaran*, edisi 13 jilid 1 PT. Indeks Kelompok Gramedia. Jakarta
- \_\_\_\_\_. 2009. *Manajemen pemasaran jilid 1*. Edisi ketiga belas. Terjemahan Bob Sabran. MM. Jakarta: Penerbit Erlangga
- Mailani Ulfa, Riri Mayliza. 2016. Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan PDAM Kota Padang.
- Mowen, J. C., & Minor, M. (2005). *Consumer Behaviour*. Boston: Irwin.
- Saravanakumar, G., 2014. *Effect of service quality on customer loyalty: empirical evidence from co-operative bank*. Int. J. Bus. Adm. Res. Rev. 2, 87-94.
- Sarjono, Haryadi & Julianita, Winda. 2011. *SPSS VS LISREL sebuah pengantar aplikasi untuk riset*. Salemba Empat. Jakarta.
- Setyo, P. E. 2017. *Pengaruh kualitas produk dan harga terhadap kepuasan pelanggan "BEST AUTOWORK"*. Jurnal manajemen, 1, 755-764
- Sugiyono, 2002. *Metode Penelitian Administrasi R&D*, Bandung: Alfabeta.
- \_\_\_\_\_. 2012. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung : Alfabeta.
- \_\_\_\_\_. 2016. *Metode Penelitian Kuantitatif, kualitatif dan R&D*. Bandung : Alfabeta.
- Tjiptono, Fandy. (2002). *Strategi Pemasaran*. Andi, Yogyakarta.
- \_\_\_\_\_. (2007). *Strategi Pemasaran*. Edisi pertama. Yogyakarta: Andi Offset.
- \_\_\_\_\_. (2011). *Service, quality and satisfaction (3rd ed)*. Yogyakarta: Andi.