

Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Saturasi *Coffee Dealer*

Eby Tetanisa Masunggang¹, Elin Apriani², Lusiana Martaria³, Sandri Zuntika⁴, Satrio Bimo Syahputro⁵
Prodi Manajemen, STIE Pembangunan Tanjungpinang

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui, dan menganalisis apakah kualitas pelayanan, dan kepuasan pelanggan mempunyai pengaruh terhadap loyalitas pelanggan pada Saturasi *Coffee Dealer*. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan teknik pengumpulan data yaitu kuesioner. Sampel pada penelitian ini 80 responden yang telah berkunjung ke *Coffee Dealer* Tanjungpinang lebih dari dua kali. Pengambilan sampel dilakukan dengan teknik *purposive sampling*. Hasil analisis data dan pembahasan 1. kualitas pelayanan memiliki pengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada Saturasi *coffee Dealer*. 2. Kepuasan pelanggan memiliki pengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan Saturasi *coffee Dealer*.

Kata Kunci:

Kualitas pelayanan, Kepuasan pelanggan, Loyalitas pelanggan, Saturasi *Coffee Dealer*

Abstract

This study aims to determine, and analyze whether service quality, and customer satisfaction have an influence on customer loyalty at Saturation Coffee Dealer. This study uses a quantitative approach with data collection techniques, namely questionnaires. The sample in this study were 80 respondents who had visited Coffee Dealer Tanjungpinang more than twice. Sampling was carried out using purposive sampling technique. The results of data analysis and discussion 1. service quality has a significant influence on customer loyalty at Saturation coffee Dealer. 2. Customer satisfaction has a significant influence on customer loyalty Saturation coffee Dealer.

Keywords:

service quality, customer satisfaction, customer loyalty, Saturasi Coffee Dealer

Pendahuluan

Seiring berkembangnya era globalisasi, banyak bermunculan variasi makanan dan minuman baru saat ini. Pada zaman dahulu, makanan hanya terdiri dari nasi, sayur-sayuran, buah-buahan dan daging. Saat ini, makanannya meliputi *steak*, *spaghetti*, roti, kue kering dan makanan ringan (*snack*). Minuman juga semakin berkembang menjadi *latte*, *smoothie*, *thai tea*, dan *milkshake*. Padahal sebelumnya mereka hanya minum air putih, kopi, susu, dan teh jahe.

Setiap orang kini memiliki *smartphone* dengan internet dan media sosial. Masyarakat akan mengikuti *trend* yang ada di luar negeri. Maka banyak bermunculan makanan dan minuman dengan inovasi, rasa baru dan tampilannya sangat menarik perhatian masyarakat. Perilaku konsumen di Indonesia yang cukup tinggi terhadap kopi membuat para pengusaha *coffee shop* melakukan inovasi terhadap kopi mereka. Namun karena harga secangkir kopi pada *coffee shop* ternama cukup tinggi atau mahal maka mulai bermunculan beberapa *coffee shop* baru yang menawarkan secangkir kopi dengan harga yang lebih murah. Bisnis *coffee shop* kini banyak ditemui di setiap sudut jalan, baik di kota maupun di desa. Semua bisnis menghadapi persaingan yang ketat dengan keunggulan berbeda yang ditawarkan. Hal ini mendorong konsumen untuk mengambil keputusan pembelian yang tepat di *coffee shop*. Semakin banyaknya pesaing, mempengaruhi kelangsungan bisnis *coffee shop*. Oleh karena itu, melihat fenomena yang terjadi loyalitas pelanggan sangat penting agar setiap *coffee shop* dapat terus unggul di pasar.

Untuk mencegah pelanggan memilih produk pesaing tentu tidak mudah. Ada beberapa hal yang perlu dilakukan perusahaan untuk merebut hati pelanggan agar tetap loyal terhadap produknya. Salah satunya adalah pelayanan terbaik bagi pelanggan. Konsumen akan mencari layanan dari perusahaan yang dapat memberikan kepuasan. Pelayanan terbaik tentunya memerlukan pemahaman yang jelas mengenai kebutuhan dan keluhan pelanggan. Untuk memperoleh kepuasan pelanggan, pelaku usaha memberikan kualitas pelayanan yang berkualitas baik kepada pelanggan. Kualitas pelayanan ini akan mempengaruhi kepuasan pelanggan terhadap pembelannya. Secara tidak langsung pelanggan akan loyal jika merasa puas terhadap kualitas pelayanan yang diberikan *coffee shop* sehingga tercipta pembelian ulang yang konsisten.

Menurut Arman & Shabbir dalam Suhandy & Widoatmodjo, (2022) Kualitas pelayanan adalah sejauh mana suatu layanan dapat memenuhi atau melampaui harapan konsumen. Setiap pembeli selalu mencari produk yang berkualitas dan pelayanan yang baik ketika membeli produk/jasa tersebut dan di era modern ini konsumen membutuhkan tingkat pelayanan yang lebih tinggi. Dari kualitas pelayanan maka konsumen akan merasakan kepuasan terhadap layanan yang diberikan kepada pelanggan.

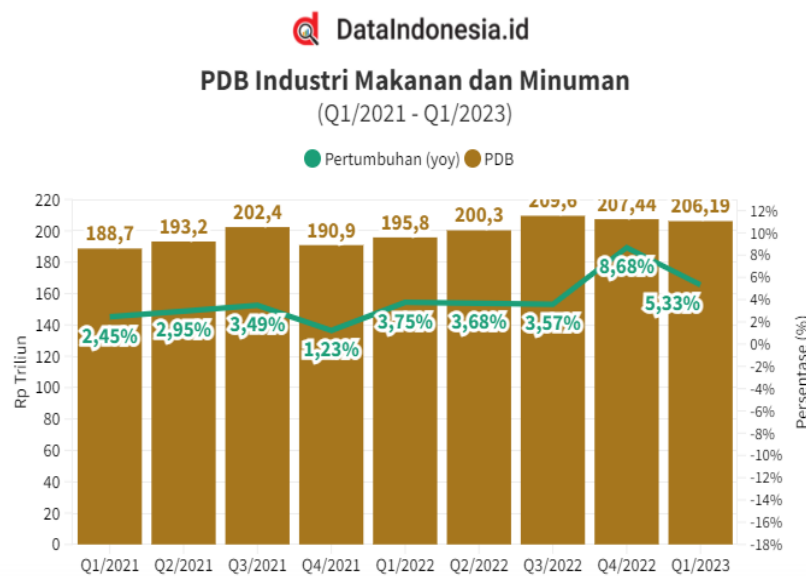
Kepuasan pelanggan merupakan perasaan puas atau kecewa yang timbul dari perbandingan antara kinerja suatu jasa atau produk yang diterima dengan harapannya. Pelanggan yang puas akan melakukan pembelian berulang pada jasa atau produk tersebut dan merekomendasikannya kepada orang lain berdasarkan pengalamannya. Menurut Susnita, (2020) Kepuasan pelanggan merupakan salah satu faktor penentu citra suatu perusahaan, kekecewaan pelanggan terhadap pelayanan yang diterima dapat berujung pada kebangkrutan perusahaan di kemudian hari. Untuk mempertahankan loyalitas pelanggan, tentu dengan memberikan pelayanan yang optimal dan menciptakan kepuasan pelanggan, perusahaan terpaksa melakukan banyak perubahan pada ketersediaan dan kualitas sumber daya manusia.

Kualitas pelayanan dan Kepuasan pelanggan yang dirasakan akan mempengaruhi pada pembelian secara terus menerus. Menurut Rahma Yulita *et al.*, (2022) Loyalitas pelanggan adalah komitmen pelanggan terhadap suatu merek, toko, atau pemasok, yang didasarkan pada sikap yang sangat positif dan tercermin dalam pembelian yang berulang dan konsisten. Dengan adanya loyalitas pelanggan, bisnis akan membangun hubungan jangka panjang dengan

pelanggan agar mampu bersaing dengan baik. Pelanggan merupakan hal yang paling penting dalam sebuah bisnis, namun mereka tidak bisa sama, terlepas dari ukuran bisnis aktual atau potensial.

Loyalitas memegang peranan penting dalam menghasilkan keuntungan penjualan, sehingga penting untuk terus ditingkatkan dalam jangka pendek dan jangka panjang. Laba merupakan penggerak utama dan diperlukan untuk menjaga kestabilan suatu usaha karena dengan adanya laba maka roda usaha mulai dari produk hingga jasa akan berjalan dengan lancar.

Di Indonesia industri bisnis dalam bidang *coffee shop* mengalami peningkatan. Hal ini terjadi banyak para wirausahawan yang membuka atau mengembangkan usaha *coffee shop* dan juga terjadi persaingan yang ketat antara satu *coffee shop* dengan yang lainnya.



Gambar 1. Pertumbuhan industri makanan dan minuman

Sumber : dataindonesia.id

Pada gambar 1 di atas merupakan pertumbuhan industri makan dan minuman menjadi yang terbesar keempat di antara subsektor industri pengolahan lainnya. Badan Pusat Statistik (BPS) mencatat, kinerja industri makanan dan minuman tumbuh 5,33% secara tahunan pada kuartal I/2023. Dengan mulai menjamurnya *coffee shop* yang ada di Indonesia terutama di Kota Tanjungpinang salah satu *coffee shop* yang cukup terkenal yaitu Saturasi *Coffee Dealer*. Saturasi *Coffee Shop Dealer* beralamat Jalan DI Pandjaitan, Air Raja, Kecamatan Tanjungpinang Timur.

Saturasi *Coffee Dealer* salah satu *coffee shop* yang ditempatkan dengan lokasi strategis yang dimana lokasi tersebut sangat banyak masyarakat Kota Tanjungpinang yang berlalu Lalang. Saturasi *Coffee Dealer* di *design* sebaik mungkin yang membuat para pelanggan merasa nyaman. *Coffee Shop* tersebut menyediakan dua ruangan *indoor* dan dua ruangan *outdoor*. Para pelanggan yang mengunjungi Saturasi *Coffee Dealer* semakin nyaman menghabiskan waktu santai sambil ditemani menu-menu bervariasi yang disediakan di *Coffee Shop* tersebut seperti Aneka Nasi, *Meals*, *New Era (Ice Coffee)*, *Non Coffee* dan juga *Timeless*. Adapun perumusan masalah dalam penelitian ini yaitu apakah kualitas pelayanan, dan kepuasan pelanggan mempunyai pengaruh terhadap loyalitas pelanggan pada Saturasi *Coffee Dealer*. Tujuan penelitian yaitu untuk

mengetahui, dan menganalisis apakah kualitas pelayanan, dan kepuasan pelanggan mempunyai pengaruh terhadap loyalitas pelanggan pada Saturasi *Coffee Dealer*.

Loyalitas Pelanggan

Menurut Kotler dan Keller dalam Sambodo Rio Sasongko, (2021) loyalitas merupakan komitmen yang dipegang secara mendalam untuk membeli atau mendukung kembali produk atau jasa yang disukai di masa depan meski pengaruh situasi dan usaha pemasaran berpotensi menyebabkan pelanggan beralih. Menurut Putri *et al.*, (2021) loyalitas pelanggan merupakan salah satu tujuan inti yang diupayakan dalam pemasaran modern. Hal ini dikarenakan dengan loyalitas diharapkan perusahaan akan mendapatkan keuntungan jangka panjang atas hubungan mutualisme yang terjalin dalam kurun waktu tertentu. Sedangkan loyalitas pelanggan menurut Septyarani & Nurhadi, (2023) adalah suatu kegiatan yang penting diperhitungkan oleh perusahaan karena sangat berhubungan dengan kelangsungan perusahaan dimasa depan. Menurut Fandy Tjiptono dalam Astuti & Lutfi, (2020), beberapa indikator loyalitas pelanggan, yaitu: 1. Pembelian Berulang 2. Memberikan Referensi kepada Orang Lain 3. Penolakan terhadap Produk Pesaing (Kesetiaan)

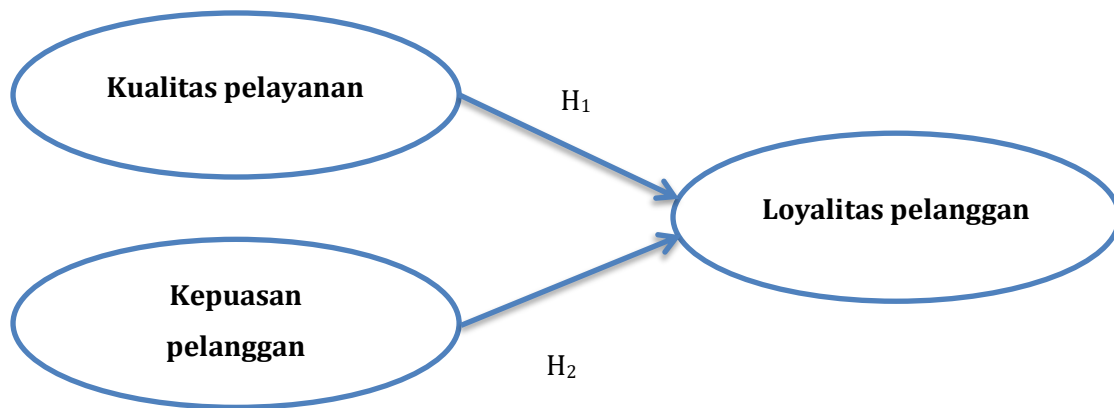
Kualitas Pelayanan

Menurut Septyarani & Nurhadi, (2023) kualitas layanan adalah ketidaksesuaian antara harapan atau keinginan konsumen dengan persepsi konsumen. Sedangkan menurut Putri *et al.*, (2021) kualitas pelayanan merupakan suatu perbuatan dan Tindakan pelaku usaha atau perusahaan untuk memberikan kepuasan kepada pelanggan. Kualitas layanan menurut Lubis & Andayani, (2018) merupakan sebuah kinerja yang dapat ditawarkan oleh seseorang kepada orang lain. Kinerja ini dapat berupa Tindakan yang dapat berwujud serta tidak berakibat pada kepemilikan barang apapun dan terhadap siapapun. Menurut Kotler dan Keller dalam Ratu Syifa Nabila Khansa, (2020) terdapat lima indikator kualitas pelayanan antara lain: 1. Keandalan (*Reliability*) merupakan kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan sesuai yang dijanjikan, terpercaya, akurat serta konsisten. 2. Ketanggapan (*Responsiveness*) merupakan suatu kemampuan untuk memberikan pelayanan ke pelanggan dengan cepat serta mendengar dan mengatasi keluhan pelanggan. 3. Jaminan (*Assurance*) merupakan mengukur kemampuan dan kesopanan karyawan serta sifat yang dapat dipercaya yang dimiliki karyawan. 4. Empati (*Empathy*) merupakan memberikan perhatian yang tulus dan bersifat individual atau pribadi yang diberikan kepada para konsumen dengan berupaya memahami keinginan konsumen. 5. Berwujud (*Tangibles*) merupakan penampilan fasilitas fisik, peralatan yang baik yang digunakan untuk memberikan pelayanan kepada konsumen.

Kepuasan Pelanggan

Menurut Almassawa, (2018) mendefinisikan kepuasan pelanggan sebagai perasaan yang dihasilkan dari proses evaluasi apa yang sudah diterima dibandingkan apa yang sudah diterima dibandingkan apa yang diharapkan termasuk keputusan membeli itu sendiri dan kebutuhan dan keinginan pelanggan dalam membeli. Menurut Irnandha & Utama, (2016) kepuasan pelanggan diartikan sebagai hasil dari berbagai upaya perusahaan demi memikat pelanggan. Kepuasan pelanggan diukur dari kesesuaian harapan, persepsi kinerja, penilaian pelanggan, harga, kualitas pelayanan dan kualitas produk. Sedangkan menurut Astuti & Lutfi, (2020) kepuasan pelanggan adalah tingkat dimana suatu pencapaian performa dari sebuah produk yang diterima oleh pelanggan sama dengan ekspektasi pelanggan itu sendiri. Menurut Tjiptono dalam Samara, (2023) indikator kepuasan pelanggan yaitu: 1. Kesesuaian harapan, 2. minat berkunjung kembali, 3. Ketersediaan merekomendasikan.

Kerangka pemikiran



Gambar 2

Kerangka pemikiran

Hipotesis penelitian

Berdasarkan kerangka penelitian diatas, dapat dirumuskan model hipotesis penelitian sebagai berikut :

H₁ : Kualitas pelayanan berpengaruh loyalitas pelanggan pada Saturasi *Coffee Dealer*.

H₂ : Kepuasan pelanggan berpengaruh pada loyalitas planggan pada Saturasi *Coffee Dealer*.

Metode

Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu Angket atau Kuesioner. Kuesioner menurut Sugiyono, (2018) merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab. Populasi adalah suatu wilayah umum yang terdiri dari subjek atau objek penelitian yang mempunyai jumlah dan karakteristik tertentu yang peneliti terapkan dalam penelitiannya dan kemudian ditarik kesimpulannya Sugiyono, (2018). Populasi pada penelitian ini merupakan seluruh pelanggan Saturasi *Coffee Dealer*. Sampel yang diambil penelitian ini hanya mewakili sebagian dari keseluruhan populasi. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pelaggan Saturasi *Coffee Dealer*. Pengambilan sampel dilakukan dengan teknik *purposive sampling* yang merupakan teknik penarikan sampel yang dilakukan berdasarkan karakteristik yang ditetapkan terhadap elemen populasi target, yang disesuaikan dengan tujuan atau masalah penelitian Sugiyono, (2018). Disini peneliti mengambil sampel sebanyak 80 responden yang telah berkunjung ke *Coffee Dealer* Tanjungpinang lebih dari dua kali.

Hasil dan Pembahasan

Peneliti melakukan penyebaran kuesioner kepada 80 responden yang telah berkunjung ke *Coffee Dealer* Tanjungpinang lebih dari dua kali dengan beberapa pernyataan yang diajukan.

Tabel 1. Kualitas Pelayanan

No	Pernyataan	Setuju	Tidak Setuju
1.	Karyawan Saturasi <i>Coffee Dealer</i> memberikan pelayanan dengan cepat dan tepat.	98,8%	1,2%
2.	Karyawan Saturasi <i>Coffee Dealer</i> cepat tanggap dalam melayani keluhan pelanggan.	95%	5%
3.	Karyawan Saturasi <i>Coffee Dealer</i> ramah dalam melayani konsumen, membuat konsumen lebih di hargai dan semakin puas.	100%	-
4.	Karyawan Saturasi <i>Coffee Dealer</i> melayani dan menghargai setiap pelanggan tanpa membeda-bedakan.	97,5%	2,5%
5.	Ruangan Saturasi <i>Coffee Dealer</i> selalu bersih	98,8%	1,2%

Sumber : data yang diolah, 2023

Berdasarkan tabel 1 di atas dapat disimpulkan bahwa responden 100% setuju bahwa karyawan Saturasi *Coffee Dealer* ini ramah dalam melayani konsumen, membuat konsumen merasa dihargai dan merasa puas. Responden juga merasa kualitas pelayanan yang di berikan oleh Karyawan Saturasi *Coffee Dealer* ini sesuai yang harapan mereka. Kualitas pelayanan akan mempengaruhi loyalitas pelanggan pada Saturasi *coffee Dealer*.

Tabel 2. Kepuasan Pelanggan

No	Pernyataan	Setuju	Tidak Setuju
1.	Pelayanan yang diperoleh di Saturasi <i>Coffee Dealer</i> sesuai dengan yang anda harapkan.	97,5%	2,5%
2.	Saya berminat untuk berkunjung kembali ke Saturasi <i>Coffee Dealer</i> .	100%	-
3.	Saya bersedia merekomendasikan Saturasi <i>Coffee Dealer</i> kepada teman atau kerabat saya.	97,5%	2,5%

Sumber : data yang diolah, 2023

Berdasarkan tabel 2 di atas dapat dilihat bahwa responden 97,5% merasa puas terhadap pelayanan yang diperoleh di Saturasi *coffee Dealer* sesuai yang di harapkan. responden juga 100% berminat untuk berkunjung kembali ke Saturasi *coffee Dealer*. Dan responden juga akan merekomendasikan Saturasi *coffee Dealer* kepada teman atau kerabat terdekat.

Tabel 3. Loyalitas Pelanggan

No	Pernyataan	Setuju	Tidak Setuju
1.	Saya melakukan pembelian ulang pada Saturasi <i>coffee Dealer</i>	96,3%	3,7%
2.	saya akan merekomendasikan kepada orang lain	98,8%	1,2%
3.	saya tidak mudah tertarik oleh tawaran/promosi dari <i>coffee</i>	90%	10%

	<i>shop yang lain</i>		
--	-----------------------	--	--

Sumber : data yang diolah, 2023

Berdasarkan tabel 3 di atas dapat disimpulkan bahwa 96,3% pelanggan akan melakukan pembelian ulang pada Saturasi *coffee Dealer*. pelanggan 98,8% akan merekomendasikan *coffee shop* Saturasi kepada orang lain dan 90% pelanggan juga tidak mudah tertarik oleh tawaran ataupun promosi dari *coffee shop* lainnya. Maka membuktikan bahwa pengunjung tersebut loyal terhadap Saturasi *coffee Dealer*.

Kesimpulan

Kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan. jika kualitas pelayanan baik maka loyalitas pelanggan juga akan meningkat namun sebaliknya jika kualitas pelayanan buruk maka loyalitas pelanggan akan menurun. Kualitas pelayanan pada Saturasi *coffee Dealer* mampu memberikan loyalitas pada para pelanggan. kepuasan pelanggan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan. Jika pelanggan merasa puas dengan pelayanan dari Saturasi *coffee Dealer* maka loyalitas pelanggan juga akan meningkat begitu juga sebaliknya, jika pelanggan merasa tidak puas atas pelayanan yang diberikan maka loyalitas akan menurun. Untuk meningkatkan loyalitas pelanggan, maka Saturasi *coffee Dealer* harus bisa memfokuskan dua variabel yang telah diteliti yaitu kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan yang dimana variabel tersebut sangat mempengaruhi loyalitas pelanggan dan dapat meningkatkan penjualan pada Saturasi *coffee Dealer*. Penelitian selanjutnya bisa lebih di kembangkan dengan mengetahui dampak lainnya, serta bisa menambahkan variabel lainnya.

Daftar Referensi

- Almassawa, Syafieq Fahlevi. 2018. "Pengaruh Kualitas Pelayanan, Citra Perusahaan Dan Implikasi Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan." *KREATIF: Jurnal Ilmiah Prodi Manajemen Universitas Pamulang* 6(3):69. doi: 10.32493/jk.v6i3.y2018.p69-84.
- Astuti, Davia Sri, and Mohamad Lutfi. 2020. "Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan." *Jurnal Ekobis : Ekonomi Bisnis & Manajemen* 9(2):132-44. doi: 10.37932/j.e.v9i2.64.
- Irnandha, Aris, and Agung Utama. 2016. "Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Yang Dimediasi Oleh Kepuasan Pelanggan Jasa Pengiriman Jalur Darat (Studi Kasus Kepuasan Pelanggan JNE Cabang Hijrah Sagan Yogyakarta)." *Jurnal Manajemen Bisnis Indonesia (JMBI)* 5(6):660-69.
- Lubis, Alfi Syahri, and Nur Rahmah Andayani. 2018. "Pengaruh Kualitas Pelayanan (Service Quality) Terhadap Kepuasan Pelanggan Pt. Sucofindo Batam." *Journal of Applied Business Administration* 1(2):232-43. doi: 10.30871/jaba.v1i2.619.
- Putri, Fifana Kusuma, Altje L. Tumbel, and Woran Djemly. 2021. "Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada PT. Matahari Department Store Di Mantos 2." *Jurnal EMBA* 9(1):1428-38.
- Rahma Yulita, Safrizal, and Susi Aritonang. 2022. "Pengaruh Kualitas Layanan Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Bengkel Parna Jaya Motor." *Jurnal Akuntansi Dan Manajemen Bisnis* 2(2):141-48. doi: 10.56127/jaman.v2i2.243.
- Ratu Syifa Nabila Khansa. 2020. "Pengaruh Kualitas Pelayanan, Fasilitas, Dan Promosi Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Rockstar Gym (Studi Kasus Cabang Lippo Mall Purijakarta Barat)." *Jurnal STEI Ekonomi* 20(Xx):2.
- Samara, Aldi. 2023. "Pengaruh Kemudahan Penggunaan , Pengalaman Pengguna Dan Kepuasan Pelanggan

Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Penggunaan Aplikasi Dompot Digital (E-Wallet) Di Kalangan Mahasiswa Universitas Buddhi Dharma." 1(2).

Sambodo Rio Sasongko. 2021. "Faktor-Faktor Kepuasan Pelanggan Dan Loyalitas Pelanggan (Literature Review Manajemen Pemasaran)." *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan* 3(1):104-14. doi: 10.31933/jimt.v3i1.707.

Septyarani, Tiara Azalia, and Nurhadi Nurhadi. 2023. "Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan." *Widya Cipta: Jurnal Sekretari Dan Manajemen* 7(2):218-27. doi: 10.31294/widyacipta.v7i2.15877.

Sugiyono, prof. Dr. 2018. *Metode Penelitian Kuantitatif*. 1st ed. edited by M. P. setiyawami, S.H. Alfabeta, Bandung.

Suhandy, Willy, and Sawidji Widoatmodjo. 2022. "Pengaruh Kualitas Pelayanan, Citra Merek, Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Janji Jiwa." *Jurnal Manajemen Bisnis Dan Kewirausahaan* 6(2):201.

Susnita, Tia Aprilia. 2020. "Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Hotel Libra Kadipaten Kabupaten Majalengka." 3.