

## Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan

Felicia<sup>1</sup>, Nagjudin Nugroho<sup>2,\*</sup>, Yuliana<sup>2</sup>, Fauzi Akbar Maulana Hutabarat<sup>2</sup>

<sup>1</sup>Program Studi Manajemen Perusahaan, Politeknik Cendana, Medan

Jl. Willièm Iskandar No.261, Sidorejo Hilir, Kec. Medan Tembung, Kota Medan, Sumatera Utara, Indonesia

<sup>2</sup>Program Studi Manajemen Pemasaran Internasional, Politeknik Cendana, Medan

Jl. Willièm Iskandar No.261, Sidorejo Hilir, Kec. Medan Tembung, Kota Medan, Sumatera Utara, Indonesia

Email: <sup>1</sup>feliciaalwi@gmail.com, <sup>2\*</sup>nugroho.cendana@gmail.com, <sup>3</sup>yuliana\_njo@yahoo.com, famhutabarat@gmail.com

Email Penulis Korespondensi: nugroho.cendana@gmail.com

**Abstrak**—Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan di PT Cahaya Tiga Samudera, Medan. Penulis menggunakan metode penelitian kuantitatif asosiatif. Penelitian asosiatif adalah metode penelitian yang bersifat menanyakan antara 2 variabel atau lebih. Kualitas pelayanan merupakan evaluasi konsumen terhadap kesesuaian antara tingkat pelayanan yang diterima dan harapan yang mereka miliki. Teknik pengumpulan data yang di gunakan penulis dalam penelitian ini adalah menggunakan kuesioner. Sampel yang digunakan adalah pelanggan PT Cahaya Tiga Samudera, Medan yang berjumlah 37 orang. Instrumen penelitian yang digunakan adalah uji validitas dan reliabilitas. Teknik analisis data yang digunakan adalah regresi linier sederhana. Berdasarkan perhitungan yang dilakukan oleh penulis dengan aplikasi program SPSS, ternyata diperoleh hasil korelasi kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan yang memberikan indikasi bahwa variabel kualitas pelayanan dengan loyalitas pelanggan terdapat hubungan yang positif dan kuat. Dari hasil R square didapatkan bahwa kualitas pelayanan memberikan pengaruh terhadap loyalitas pelanggan sedangkan sisanya di pengaruhi faktor lainnya.

**Kata Kunci:** Kualitas Pelayanan; Loyalitas Pelanggan; Keadalan; Daya Tanggap; Jaminan

**Abstract**—The aim of this research is to determine the effect of service quality on customer loyalty at PT Cahaya Tiga Samudera, Medan. The author uses associative quantitative research methods. Associative research is a research method that asks questions between 2 or more variables. Service quality is a consumer's evaluation of the suitability between the level of service received and the expectations they have. The data collection technique used by the author in this research was a questionnaire. The sample used was 37 customers of PT Cahaya Tiga Samudera, Medan. The research instrument used was validity and reliability testing. The data analysis technique used is simple linear regression. Based on calculations carried out by the author using the SPSS program application, it turns out that the results of the correlation between service quality and customer loyalty are obtained, which gives an indication that the service quality variable and customer loyalty have a positive and strong relationship. From the R square results, it is found that service quality has an influence on customer loyalty, while the rest is influenced by other factors.

**Keywords:** Service Quality; Customer Loyalty; Reliability; Responsiveness; Guarantee

### 1. PENDAHULUAN

Pertumbuhan yang terjadi pada berbagai sektor bisnis pada saat ini terlihat sangat pesat. Hal ini disebabkan oleh perkembangan ekonomi yang semakin maju (Devi et al., 2020; Fathurrahman et al., 2022; Mustikasari et al., 2023). Persaingan yang ketat dapat dilihat pada hampir semua sektor bisnis, seperti sektor bisnis perumahan, perhotelan, bisnis kuliner, begitu pula pada bisnis perdagangan barang impor (Abdurrohman & Nita, 2020; Aini et al., 2020). Perusahaan dituntut untuk memiliki pelayanan yang berkualitas agar dapat bersaing dalam mendapatkan dan mempertahankan pelanggan (Nasfi et al., 2020; Wulandari et al., 2020).

Loyalitas pelanggan harus diperoleh agar dapat tetap bersaing dalam lingkungan bisnis yang berkembang dengan sangat pesat. Memelihara loyalitas pelanggan merupakan tuntutan bagi sebuah perusahaan untuk tetap bertahan dan ikut dalam perkembangan bisnis yang sedang terjadi. Upaya dalam menciptakan dan memelihara loyalitas pelanggan akan berpengaruh positif bagi perusahaan dalam mempertahankan pelanggan yang sebelumnya pernah melakukan transaksi dengan perusahaan yang terkait (Pandaleke et al., 2021; Setiobudi et al., 2021).

Kualitas pelayanan yang diberikan kepada pelanggan akan selalu dikenang oleh pelanggan yang bersangkutan. Pelayanan yang bagus dengan sistem customer service yang bagus akan membuat pelanggan nyaman dan merasa senang untuk terus bertransaksi pada perusahaan yang sama. Kualitas pelayanan yang bagus akan menciptakan lingkungan yang ideal untuk memelihara loyalitas pelanggan. Apabila seorang konsumen merasa puas dengan kualitas pelayanan yang diberikan, maka ia cenderung akan terus melakukan pembelian kembali (Yohana, 2021).

PT Cahaya Tiga Samudera, Medan merupakan perusahaan yang bergerak di bidang perdagangan barang impor. Perusahaan ini didirikan pada tahun 2019 dengan kantor yang beralamat di Jalan Timor No. 119-121 Gg. Buntu, Medan Timur. Sebagai perusahaan yang sedang berkembang, tentu saja kualitas pelayanan sangat penting untuk mendorong perkembangan perusahaan. Akan tetapi pada saat penulis melakukan observasi mengenai kualitas pelayanan di PT Cahaya Tiga Samudera, Medan, penulis menemukan bahwa loyalitas pelanggan di perusahaan tersebut menurun. Hal ini dapat dilihat dari beberapa pelanggan yang enggan untuk bertransaksi kembali dan juga tidak berniat untuk merekomendasikan PT Cahaya Tiga Samudera kepada orang lain (Amrina et al., 2022; Mawardi & Hasmawaty, 2021; Wulandari et al., 2020).

Kesimpulan yang didapat dari penelitian ini adalah kualitas pelayanan dan citra merek secara simultan (bersama-sama) berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan transportasi online (Studi kasus pada Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Negeri Makassar. Penelitian lainnya menunjukkan bahwa loyalitas pelanggan pada PT Surya Samudera Logistik secara signifikan dan simultan dipengaruhi oleh kualitas pelayanan dan citra merek. Pada penelitian berikutnya mendapatkan hasil penelitian bahwa kualitas pelayanan tidak memberikan pengaruh yang signifikan

terhadap loyalitas nasabah. Pada penelitian lainnya, dimana hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan tidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah (Bahrudin et al., 2020; Mustikasari et al., 2023; Nicolas et al., 2021; Qi et al., 2024).

Kualitas pelayanan dapat dijelaskan sebagai fokus pada pemenuhan kebutuhan dan persyaratan, serta kepatuhan terhadap waktu untuk memenuhi harapan pelanggan. Konsep kualitas pelayanan berlaku untuk segala jenis layanan yang disediakan oleh perusahaan saat pelanggan berada di tempat tersebut. Kualitas pelayanan adalah komponen penting yang harus diperhatikan dalam memberikan pelayanan yang unggul. Kualitas pelayanan menjadi titik sentral bagi perusahaan karena memiliki pengaruh terhadap kepuasan pelanggan, dan kepuasan pelanggan dapat terwujud jika kualitas pelayanan diberikan dengan baik. Berdasarkan teori-teori diatas, dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan adalah sebuah komponen penting yang harus selalu dalam kondisi yang prima saat disajikan kepada pelanggan agar dapat memenuhi atau melebihi harapan pelanggan dan membuat pelanggan merasa nyaman untuk melakukan transaksi kembali (Anggraeni et al., 2021; Fernando et al., 2021; Setiobudi et al., 2021).

Indikator yang digunakan dalam mengukur kualitas pelayanan yaitu: (1) Tangibles (Berwujud), (2) Reliability (Keandalan), (3) Responsiveness (Daya tanggap), (4) Assurance (Jaminan), (5) Empathy (Kepedulian)

Peran loyalitas pelanggan dalam sebuah perusahaan dapat dijelaskan sebagai berikut: Loyalitas mengacu pada sejauh mana seorang pelanggan melakukan pembelian ulang suatu jasa atau produk. Pelanggan yang menunjukkan kecenderungan positif terhadap penyedia jasa, serta hanya menggunakan layanan dari penyedia jasa tersebut, dianggap loyal. Seorang pelanggan dianggap loyal jika mereka melakukan pembelian secara berulang dan memiliki pandangan positif terhadap perusahaan tersebut, serta menginformasikan perusahaan kepada teman atau pelanggan lainnya.

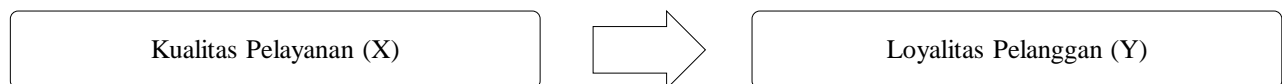
Loyalitas pelanggan merupakan dorongan yang sangat penting untuk menciptakan penjualan. Loyalitas pelanggan dapat dijelaskan sebagai komitmen yang kuat untuk secara berulang membeli jasa atau produk dari suatu perusahaan secara konsisten, baik dalam waktu sekarang maupun di masa depan, meskipun faktor-faktor seperti kondisi pasar dan upaya pemasaran dapat mempengaruhi perilaku pelanggan. Jika pelanggan merasakan kepuasan dari jasa atau produk yang diberikan oleh perusahaan, mereka cenderung menjadi setia dan loyal terhadap perusahaan tersebut. Loyalitas pelanggan dapat didefinisikan sebagai keinginan pelanggan untuk secara berulang membeli jasa atau produk secara konsisten di masa depan, meskipun dipengaruhi oleh faktor-faktor pasar yang berubah (Fachrudin et al., 2020; Hadi Pratama et al., 2023; Setiobudi et al., 2021).

Kesimpulan dari teori-teori diatas mengenai pengertian loyalitas pelanggan adalah jika pelanggan merasa puas akan pengalaman mereka selama bertransaksi, maka pelanggan berkemungkinan akan menjadi pelanggan yang loyal dimana pelanggan akan terus kembali membeli dari perusahaan yang sama, merekomendasikan perusahaan kepada kenalan, dan menolak menggunakan produk atau jasa dari perusahaan lain. Loyalitas pelanggan sangat penting dalam meningkatkan penjualan secara jangka panjang dan konsisten. Loyalitas pelanggan dapat dilihat dari beberapa indikator, yaitu: (1) Pembelian Berulang, (2) Memberikan Referensi kepada Orang Lain, (3) Penolakan terhadap Produk Pesaing (Kesetiaan). Tujuan penelitian ini adalah Untuk mengetahui adakah pengaruh antara kualitas pelayanan dan loyalitas pelanggan di PT Cahaya Tiga Samudera, Medan.

## 2. METODE PENELITIAN

### 2.1 Desain Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan jenis penelitian asosiatif. Penulis melakukan penelitian di PT Cahaya Tiga Samudera, Medan yang berlokasi di Jalan Timor No. 119-121 Gg. Buntu, Medan Timur dan penulis melakukan penelitian dari bulan Maret 2023 – Juni 2023. Terdapat 2 variabel yang digunakan yaitu Kualitas Pelayanan (X) sebagai variabel bebas dan Loyalitas Pelanggan (Y) variabel terikat. Berikut ini kerangka pemikiran yang dipakai dalam penelitian:



**Gambar 1.** Kerangka Pemikiran

Dalam penelitian ini, kualitas pelayanan sebagai variabel X akan diuji hubungannya dengan loyalitas pelanggan sebagai variabel Y. Hipotesis yang digunakan dalam penelitian adalah:

H<sub>a</sub>: Kualitas Pelayanan memberikan pengaruh yang signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan pada PT. Cahaya Tiga Samudera.

H<sub>0</sub>: Kualitas Pelayanan tidak memberikan pengaruh yang signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan pada PT. Cahaya Tiga Samudera.

### 2.2 Populasi dan Sampel Penelitian

Populasi dalam penelitian ini adalah sebanyak 37 orang yang merupakan pelanggan dari PT Cahaya Tiga Samudera, Medan. Dalam penelitian ini, penulis akan mengambil semua jumlah populasi sebagai sampel yaitu 37 orang pelanggan PT Cahaya Tiga Samudera, Medan. Selain itu, penulis akan menggunakan sensus sampling dimana semua populasi akan

diambil sebagai sampel. Teknik Sensus sampling (sampling jenuh) menurut (Sugiyono, 2018) yaitu teknik penentuan sampel bila semua anggota populasi digunakan sebagai sampel sehingga dapat dikatakan juga bahwa Sensus adalah proses pengumpulan data dari setiap anggota populasi.

### 2.3 Sumber Data

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sumber data primer dan data sekunder dimana untuk sumber data primer yang digunakan berupa kuesioner dan pelaksanaan observasi sedangkan untuk sumber data sekunder yang digunakan adalah dengan pelaksanaan studi pustaka dan studi dokumentasi. Dalam penelitian ini, penulis menggunakan kuesioner tertutup dan menerapkan skala likert dalam kuesioner. Menurut (Sugiyono, 2018), skala likert yaitu skala yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial.

### 2.4 Metode Analisis Data

#### 1. Uji Normalitas

Menurut (Priyatno, 2023), uji normalitas digunakan untuk mengevaluasi apakah data mengikuti distribusi normal atau tidak. Keberadaan distribusi normal dalam data sangat penting karena data yang mengikuti distribusi normal dianggap dapat mewakili populasi secara lebih akurat. Dalam penelitian ini, penulis menggunakan metode uji normalitas Kolmogorov-Smirnov untuk menguji apakah data tersebut mengikuti distribusi normal. Tahap-tahap uji normalitas dengan Kolmogorov-Smirnov :

##### a. Merumuskan hipotesis

Ho : Data berdistribusi normal

Ha : Data berdistribusi tidak normal

##### b. Kriteria pengujian

Jika signifikan  $<0,05$ , maka Ho di tolak

Jika signifikan  $>0,05$ , maka Ho di terima

##### c. Membuat kesimpulan

#### 2. Uji Korelasi

Menurut (Siregar, 2017), koefisien korelasi merupakan suatu angka yang mengindikasikan seberapa kuat hubungan antara dua atau lebih variabel, serta dapat menentukan arah hubungan antara variabel-variabel tersebut. Analisis ini digunakan untuk mengetahui hubungan antara variabel independen yaitu Kualitas Pelayanan (X) terhadap variabel dependen yaitu Loyalitas Pelanggan (Y).

#### 3. Analisis Regresi Linier Sederhana

Berdasarkan pendapat (Priyatno, 2020), analisis regresi sederhana adalah analisis untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh yang signifikan antara variabel independen terhadap variabel dependen. Tujuan digunakan analisis regresi sederhana pada penelitian ini adalah untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat yang dapat dihitung dengan rumus sebagai berikut:

$$Y = a + bX + e \quad (1)$$

Keterangan :

Y = Loyalitas Pelanggan (dependent variabel)

X = Kualitas Pelayanan (independent variabel)

a = Konstanta

b = Koefisien regresi

e = Persentase kesalahan (10%)

#### 4. Koefisien Determinasi (R<sup>2</sup>)

Menurut (Ariawan, dkk 2019), Suatu sifat penting R<sup>2</sup> adalah nilainya merupakan fungsi yang tidak pernah menurun dari banyaknya variabel bebas yang ada dalam model. Oleh karenanya, untuk membandingkan dua R<sup>2</sup> dari dua model, harus memperhitungkan banyaknya variabel bebas yang ada dalam model. Ini dapat dilakukan dengan menggunakan Adjusted R Square. Istilah penyesuaian berarti nilai R<sup>2</sup> sudah disesuaikan dengan banyaknya variabel (derajat bebas) dalam model. Memang, R<sup>2</sup> yang disesuaikan ini juga akan meningkat bersamaan meningkatnya jumlah variabel, tetapi peningkatannya relatif kecil. Sering kali juga disarankan, jika variabel bebas lebih dari dua, sebaiknya menggunakan Adjusted R Square. Adapun rumus koefisien determinasi adalah sebagai berikut ini:

$$KD = r^2 \times 100\% \quad (2)$$

Keterangan:

KD = Nilai Koefisien Determinasi

R<sup>2</sup> = Nilai Koefisien Korelasi

#### 5. Uji Hipotesis

Menurut (Jaya, 2020), uji Z adalah pengujian yang dilakukan untuk mengetahui hubungan variabel bebas terhadap variabel terikat secara parsial. Taraf signifikan adalah 5%.

Kriteria:

Jika Zhitung > Ztabel, Ho ditolak dan Ha diterima.

Jika  $Z_{hitung} < Z_{tabel}$  Ho diterima dan  $H_a$  ditolak.

Atau:

Jika  $p < 0,05$ , Ho ditolak dan  $H_a$  diterima.

Jika  $p > 0,05$  Ho diterima dan  $H_a$  ditolak.

Dimana:

$H_a$ : Kualitas pelayanan mempunyai pengaruh terhadap loyalitas pelanggan di PT Cahaya Tiga Samudera.

$H_o$ : Kualitas pelayanan tidak mempunyai pengaruh terhadap loyalitas pelanggan di PT Cahaya Tiga Samudera.

### 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

#### 3.1 Uji Normalitas

Uji Normalitas adalah sebuah uji yang dilakukan dengan tujuan untuk menilai sebaran data pada sebuah kelompok data atau variabel, apakah sebaran data tersebut berdistribusi normal ataukah tidak. Uji Normalitas berguna untuk menentukan data yang telah dikumpulkan berdistribusi normal atau diambil dari populasi normal. Metode klasik dalam pengujian normalitas suatu data tidak begitu rumit. Hasil pengujian One Sample Kolmogorov-Smirnov dapat dilihat pada tabel 1.

**Tabel 1.** Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		Unstandardized Residual
N		37
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	.23960214
Most Extreme Differences	Absolute	.134
	Positive	.134
	Negative	-.076
Test Statistic		.134
Asymp. Sig. (2-tailed)		.091 <sup>c</sup>
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		
c. Lilliefors Significance Correction.		

Pada tabel 1 di atas, dapat dilihat bahwa hasil pengujian normalitas Kolmogorov-smirnov membuktikan bahwa nilai tingkat signifikan yang dihasilkan lebih besar dari 0,05 yaitu sebesar 0,091 maka dapat disimpulkan bahwa pengujian statistik normalitas tergolong berdistribusi normal.

#### 3.2 Uji Korelasi

Berikut ini pengujian korelasi dapat dilihat pada tabel 2.

**Tabel 2.** Uji Korelasi

		Kualitas pelayanan	Loyalitas pelanggan
Kualitas pelayanan	Pearson Correlation	1	.664**
	Sig. (2-tailed)		.000
	N	37	37
Loyalitas pelanggan	Pearson Correlation	.664**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	
	N	37	37

Berdasarkan pada tabel di atas, dapat diketahui bahwa nilai korelasi yang didapatkan adalah sebesar 0,664 yang menandakan bahwa korelasi antara Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan adalah sebesar 66,4%.

#### 3.3 Analisis Regresi Linier Sederhana

Hasil untuk pengujian analisis regresi linier sederhana dapat dilihat pada tabel 3 berikut.

**Tabel 3.** Hasil Uji Analisis Regresi Linier Sederhana

Model	Coefficients <sup>a</sup>		T	Sig.	
	Unstandardized Coefficients				Standardized Coefficients
	B	Std. Error			Beta
1 (Constant)	4.124	.795	5.187	.000	
Kualitas Pelayanan	.177	.034	.664	.000	

a. Dependent Variable: Loyalitas Pelanggan

$$\text{Loyalitas Pelanggan} = 4,124 + 0,177 \text{ Kualitas Pelayanan} + e \tag{3}$$

Berdasarkan persamaan yang telah diperoleh di atas, maka dapat diuraikan sebagai berikut :

- Konstanta ( $\alpha$ ) = 4,124 menunjukkan nilai konstanta, jika nilai variabel bebas (X) yaitu Kualitas Pelayanan bernilai 0 maka Loyalitas Pelanggan adalah tetap sebesar 4,124.
- Koefisien X( $\beta$ ) = 0,177 menunjukkan bahwa variabel Kualitas Pelayanan (X) berpengaruh positif terhadap Loyalitas Pelanggan sebesar 0,177. Artinya setiap peningkatan Kualitas Pelayanan (X) sebesar 1 satuan, maka Loyalitas Pelanggan akan meningkat sebesar 17,7%.

### 3.4 Pengujian Hipotesis

Hasil pengujian hipotesis Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan pada penelitian ini dapat dilihat pada perhitungan uji Z dengan menggunakan rumus dibawah ini:

$$z = \frac{0,664}{\frac{1}{\sqrt{37-1}}} = \frac{0,664}{\frac{1}{6}} = \frac{0,664}{0,166} = 4,00 \tag{4}$$

Dari perhitungan diatas terlihat bahwa 4,00 masih diatas 1,96 (Ztabel), dengan demikian dapat disimpulkan Hipotesis Nol ( $H_0$ ) ditolak dan Hipotesis Alternatif ( $H_a$ ) diterima.

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

Hasil pengujian menggunakan koefisien determinasi dapat dilihat pada tabel 4.

**Tabel 4. Model Summary**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.664 <sup>a</sup>	.440	.424	1.532

a. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan

Nilai R Square atau koefisien determinasi yang diperoleh sebesar 0,440 artinya variabel Loyalitas Pelanggan dapat dijelaskan oleh variabel Kualitas Pelayanan sebesar 44% sedangkan sisanya 56% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang berasal dari luar model penelitian ini.

### 3.6 Pembahasan

Berdasarkan hasil pengujian didapatkan bahwa tujuan penelitian ini adalah Untuk mengetahui adakah pengaruh antara kualitas pelayanan dan loyalitas pelanggan di PT Cahaya Tiga Samudera, Medan. Hasil pengujian hipotesis Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan pada penelitian ini dapat dilihat pada perhitungan uji Z mendapatkan hasil bahwa 4,00 masih diatas 1,96 (Ztabel), dengan demikian dapat disimpulkan Hipotesis Nol ( $H_0$ ) ditolak dan Hipotesis Alternatif ( $H_a$ ) diterima. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Awalludin, 2019). Kesimpulan yang didapat dari penelitian ini adalah kualitas pelayanan dan citra merek secara simultan (bersama-sama) berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan transportasi online (Studi kasus pada Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Negeri Makassar. Hasil penelitian ini sejalan dengan teori Menurut (Arianto, 2018), kualitas pelayanan dapat dijelaskan sebagai fokus pada pemenuhan kebutuhan dan persyaratan, serta kepatuhan terhadap waktu untuk memenuhi harapan pelanggan. Konsep kualitas pelayanan berlaku untuk segala jenis layanan yang disediakan oleh perusahaan saat pelanggan berada di tempat tersebut. Menurut (Aria dan Atik, 2018) berpendapat bahwa kualitas pelayanan adalah komponen penting yang harus diperhatikan dalam memberikan pelayanan yang unggul. Kualitas pelayanan menjadi titik sentral bagi perusahaan karena memiliki pengaruh terhadap kepuasan pelanggan, dan kepuasan pelanggan dapat terwujud jika kualitas pelayanan diberikan dengan baik. Berdasarkan teori-teori diatas, dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan adalah sebuah komponen penting yang harus selalu dalam kondisi yang prima saat disajikan kepada pelanggan agar dapat memenuhi atau melebihi harapan pelanggan dan membuat pelanggan merasa nyaman untuk melakukan transaksi kembali.

## 4. KESIMPULAN

Berdasarkan pada hasil penelitian dan pembahasan penelitian yang dilakukan, maka dengan demikian penulis membuat kesimpulan bahwa Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan. Dari perhitungan pengujian hipotesis terlihat bahwa 4,00 masih diatas 1,96 (Ztabel), dengan demikian dapat disimpulkan Hipotesis Nol ( $H_0$ ) ditolak dan Hipotesis Alternatif ( $H_a$ ) diterima. Nilai R Square atau koefisien determinasi yang diperoleh sebesar 0,440 artinya variabel Loyalitas Pelanggan dapat dijelaskan oleh variabel Kualitas Pelayanan sebesar 44% sedangkan sisanya 56% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang berasal dari luar model penelitian ini.

## REFERENCES

- Abdurrohman, V., & Nita, S. (2020). Rancang Bangun Sistem Informasi Penjualan Smartphone Berbasis Web. Seminar Nasional Teknologi Informasi Dan Komunikasi, 43–48.
- Aini, P., Purnama, I., & Irmayani, D. (2020). Sistem Informasi Penjualan Handphone Dan Accessories Pada Toko Nisa Ponsel Berbasis

- Web. Journal of Computer Science and Information Systems, 1(1), 19–23.
- Amrina, A., Aprison, W., Sesmiarni, Z., M., Iswantir, & Mudinillah, A. (2022). Sekolah Ramah Anak, Tantangan dan Peluangnya dalam Pembentukan Karakter Siswa di Era Globalisasi. *Jurnal Obsesi : Jurnal Pendidikan Anak Usia Dini*, 6(6), 6803–6812. <https://doi.org/10.31004/obsesi.v6i6.2130>
- Anggraeni, L. D., Toby, Y. R., & Rasmada, S. (2021). Analisis Asupan Zat Gizi Terhadap Status Gizi Balita. *Faletehan Health Journal*, 8(02), 92–101. <https://doi.org/10.33746/fhj.v8i02.191>
- Bahrudin, A., Jupriyadi, & Permata. (2020). Optimasi Arsip Penyimpanan Dokumen Foto Menggunakan Algoritma Kompresi Deflate (Studi Kasus :Studio Muezzart). *Jurnal Ilmiah Infrastruktur Teknologi Informasi*, 1(2), 14–18. <https://doi.org/10.33365/jiiti.v1i2.582>
- Devi, Sunoto, A., & Hendrawan. (2020). Perancangan Sistem Informasi Penjualan Pada. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Sistem Informasi*, 2(2), 133–144.
- Fachrudin, Pahlevi, M. R., Ismail, M., Rasywir, E., & Pratama, Y. (2020). Analisis Usability Pada Implementasi Sistem Pengelolaan Keuangan Masjid Menggunakan USE Questionnaire. *Jurnal Media Informatika Budidarma*, 4, 1216–1224. <https://doi.org/10.30865/mib.v4i4.2518>
- Fathurrahman, Kumalasari, D., Susanto, H., Nurholipah, & Saliman. (2022). Implementasi Pembentukan Karakter Peduli Lingkungan Melalui Program Adiwiyata. *Jurnal Pendidikan Dan Konseling*, 4(6), 13038–13044.
- Fernando, R., Assegaf, S., & Rohaini, E. (2021). Perancangan Aplikasi Sistem Informasi Geografis Pelayanan Publik Di Sungai Bahar Utara Berbasis Android. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Teknik Informatika*, 3(2), 124–125.
- Hadi Pratama, M. D., Al Kautsar, K., Hidayat, R., Melistiana, V., & Tiarapuspa. (2023). Analisis Bisnis Strategi Nasi Padang 99. *Jurnal Ekonomi Trisakti*, 3(1), 601–610. <https://doi.org/10.25105/jet.v3i1.15519>
- Mawardi, A., & Hasmawaty, A. R. (2021). Pengaruh Pelayanan Digital dan Pelayanan Konvensional terhadap Kepuasan Nasabah Bank Sumsel Babel Cabang Prabumulih. *Jurnal Nasional Manajemen Pemasaran & SDM*, 2(3), 126–137.
- Mustikasari, M., I., Hanim, W., I., Mardiana, S., I., Haryadi, Y., I., Nurrahman, A., I., Kirana, L. C., I., Shafwan, A. Z., (2023). Analisis Kepuasan Mustahik Terhadap Pelayanan Badan Zakat Nasional (BAZNAS) Kota Bandung. *Jurnal Ilmu Multidisplin* (Juli-September 2023), Vol. 2 No.(2), 14. <https://greenpub.org/JIM/article/view/314>
- Nasfi, N., Rahmad, R., & Sabri, S. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Perbankan Syariah. *EKONOMIKA SYARIAH : Journal of Economic Studies*, 4(1), 19. <https://doi.org/10.30983/es.v4i1.3146>
- Nicolas, P. P., Soetanto, H., Wahyudi, W., & Rossi, A. (2021). Sistem Pendukung Keputusan Pemilihan Karyawan Terbaik pada PT. XYZ dengan Metode Profile Matching dan Interpolasi. *Jurnal Sistem Dan Teknologi Informasi (Justin)*, 9(2), 121. <https://doi.org/10.26418/justin.v9i2.44159>
- Pandaleke, R. B., Tinangon, J. J., & Wangkar, A. (2021). Penerapan Balanced Scorecard Sebagai Alternatif Pengukuran Kinerja Pada Pt. Bank Sulutgo Cabang Ratahan. *Emba*, 9(3), 1018–1028.
- Qi, L., Liu, Y., Yu, Y., & Chen, L. (2024). Current Status and Future Trends of Meter-Level Indoor Positioning Technology : A Review. 1–24.
- Setiobudi, A., Sudyasjayanti, C., & Danarkusuma, A. A. (2021). Pengaruh Pengalaman Pelanggan, Kualitas Layanan Dan Kepercayaan Pelanggan Terhadap Kesiapan Untuk Membayar. *JBMI (Jurnal Bisnis, Manajemen, Dan Informatika)*, 17(3), 238–252. <https://doi.org/10.26487/jbmi.v17i3.12442>
- Wulandari, F., Jusia, P. A., & Jasmir, J. (2020). Klasifikasi Data Mining Untuk Mendiagnosa Penyakit ISPA Menggunakan Metode Naïve Bayes Pada Puskesmas Jambi Selatan. *Jurnal Manajemen Teknologi Dan Sistem Informasi (JMS)*, 2(3), 214–227.
- Yohana, C. (2021). Pengaruh Pengalaman Pelanggan Terhadap Niat Membeli Kembali Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Pengguna Zalora DKI Jakarta). 1–25.