

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN DENGAN KEPUASAN PELANGGAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING PADA EVONY COFFEE SHOP SIANTAR

¹Imelda Gultom, ²Alexander Samosir.

¹Universitas Efarina,

²Universitas Efarina,

imeldagultom0305@gmail.com, arya.samosir@gmail.com

ABSTRACT : *This study aims to determine: (1) impact of service quality on customer loyalty in Evony Coffee Shop Siantar, (2) the effect of service quality on customer satisfaction in Evony Coffee Shop Siantar, (3) the impact of customer satisfaction on customer loyalty in Evony Coffee Shop Siantar, (4) the effect of service quality on customer loyalty with customer satisfaction as an intervening variable at the Evony Coffee Shop Siantar. This research is a quantitative survey method . The population in this study were all Evony Coffee Shop Siantar customer. The sampling technique used purposive sampling with a sample size of 50 people . Data collection techniques using questionnaires that have been tested for validity and reliability . Data analysis techniques used to answer the hypothesis is path analysis (path) with the aid of simple regression and test Sobel. The results of this study indicate that: (1) service quality has a positive effect on customer loyalty by 7,040 with a significance value of 0,000 <0.05; and a regression coefficient of 0.409; (2) service quality has a positive effect on customer satisfaction by 5,001 with a significance value of 0,000 <0.05; and a regression coefficient of 0.479; (3) customer satisfaction has a positive effect on customer loyalty of 5.873 with a significance value of 0.000 <0.05; and a regression coefficient of 0.282; and (4) service quality has no effect on customer loyalty with customer satisfaction as an intervening variable at Evony Coffee Shop Siantar because the intervening coefficient of 0.0887 is smaller than the direct effect value of 0.409.*

Keywords: *Quality of Service, Customer Loyalty, Customer Satisfaction*

Abstrak: Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui: (1) pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan di *Evony Coffee Shop Siantar*, (2) pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan di *Evony Coffee Shop Siantar*, (3) pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan di *Evony Coffee Shop Siantar*, (4) pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan dengan kepuasan pelanggan sebagai variabel intervening pada *Evony Coffee Shop Siantar*. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan metode survei. Populasi pada penelitian ini adalah seluruh konsumen *Evony Coffee Shop Siantar*. Teknik pengambilan sampel menggunakan purposive sampling dengan jumlah sampel sebanyak 50 orang. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner yang telah diuji validitas dan reliabilitasnya. Teknik analisis data yang digunakan untuk menjawab hipotesis adalah analisis jalur dengan bantuan regresi sederhana dan uji sobel. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa: (1) kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan sebesar 7,040 dengan nilai signifikansi 0,000 <0,05; dan koefisien regresi sebesar 0,409; (2) kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan sebesar 5,001 dengan nilai signifikansi 0,000 < 0,05; dan koefisien regresi sebesar 0,479; (3) kepuasan pelanggan berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan sebesar 5,873 dengan nilai signifikansi 0,000 < 0,05; dan koefisien regresi sebesar 0,282; dan (4) kualitas pelayanan tidak berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan dengan kepuasan pelanggan sebagai variabel intervening pada *Evony Coffee Shop Siantar* karena koefisien intervening sebesar 0,0887 lebih kecil dari nilai pengaruh langsung sebesar 0,409.

Kata kunci: *Kualitas Layanan, Loyalitas Pelanggan, Kepuasan Pelanggan*

I. PENDAHULUAN

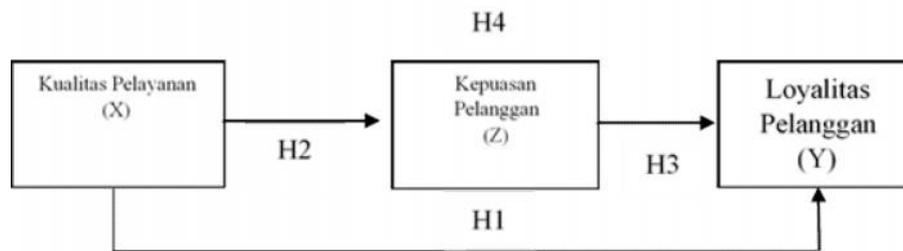
Bicara mengenai kebutuhan dan keinginan manusia yang terus berkembang dan tidak terbatas seiring dengan perkembangan jaman serta teknologi membuat dunia bisnis semakin berkembang pesat. Pada saat ini, banyak sekali kebudayaan di Indonesia yang telah dipengaruhi oleh budaya luar negeri. Salah satu contoh, budaya ngopi atau meminum kopi. *Evony Coffee Shop* Siantar merupakan kafe yang bergerak di bidang food and beverage. Semakin sengitnya persaingan dalam memenuhi tuntutan konsumen, *Evony Coffee Shop* selalu berupaya melakukan strategi yang efektif agar mampu memenangkan persaingan antar kafe sejenis dan mampu menjadi kafe yang unggul dimata konsumen. Komitmen yang dimiliki *Evony Coffee Shop* adalah melayani dengan sepenuh hati sehingga membuat konsumen merasa senang ketika datang, dan merasa lebih senang ketika pergi. Selain itu pelanggan yang loyal dapat mendorong perkembangan perusahaan dengan memberikan ide atau saran kepada perusahaan agar meningkatkan kualitas produknya (Lovelock & Wirtz, 2011). Kualitas pelayanan menjadi suatu keharusan yang harus dilakukan *Evony Coffee Shop* Siantar agar dapat mampu bertahan dan tetap mendapat kepercayaan pelanggan. Menurut (Goetsch & Davis, 2003) kualitas pelayanan merupakan suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk jasa, manusia, proses dan lingkungan yang mampu memenuhi dan melebihi harapan pelanggan. Setiap kafe dituntut untuk membuat pelanggan merasa puas dengan memberikan penawaran dan pelayanan yang lebih baik, mengingat perusahaan harus mampu untuk mempertahankan posisi pasarnya ditengah persaingan yang semakin ketat. Kepuasan pelanggan menurut (P. Kotler & Keller, 2009) adalah “perasaan seseorang yang muncul setelah membandingkan antara hasil produk yang dipikirkan terhadap kinerja yang diharapkan”.

Sesuai dengan rumusan masalah yang ada, maka yang menjadi tujuan penelitian ini, yaitu : 1) Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan *Evony Coffee Shop* Siantar, 2) Untuk mengetahui kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan di *Evony Coffee Shop* Siantar, 3) Untuk mengetahui pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan di *Evony Coffee Shop* Siantar, 4) Untuk mengetahui kepuasan pelanggan merupakan variabel intervening pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan di *Evony Coffee Shop* Siantar.

II. KAJIAN TEORI DAN HIPOTESIS

Menurut (Griffin R. W, 2003) loyalitas pelanggan tampaknya merupakan ukuran yang lebih dapat diandalkan untuk memprediksi pertumbuhan penjualan keuangan. Menurut Supranto (2006), kualitas pelayanan adalah sebuah kata yang bagi penyedia jasa merupakan sesuatu yang harus dikerjakan dengan baik. Kepuasan menurut (K. Kotler, 2014) adalah “perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara hasil produk yang dipikirkan terhadap kinerja yang diharapkan”. Penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Hygid Starini (2013) tentang pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas konsumen dengan kepuasan sebagai variabel mediasi (studi pada Toko Basuki Jaya Yogyakarta). Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Penelitian yang dilakukan oleh Dwi Aryani (2010) tentang “Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan dalam Membentuk Loyalitas Pelanggan”, menyatakan bahwa pembentuk kualitas layanan terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Dan jurnal penelitian (Rian Adriana, 2013) “Pengaruh Experiential Marketing Dan Kualitas Pelayanan Menciptakan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Produk *Blackberry Study* Kasus Pada Pengguna *Blackberry* Di Kota Bandung “, menyatakan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan, experiential market juga memberikan pengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan, dan kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan.

Pengaruh kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan secara sistematis dapat digambarkan sebagai berikut :



Sumber : Christin Susilowati (2012)

Dari penjabaran tentang kualitas pelayanan, loyalitas pelanggan dan kepuasan pelanggan di atas maka hipotesis pada penelitian ini sebagai berikut : H1:Kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan, H2:Kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan, H3:Kepuasan pelanggan berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan, H4:Kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan yang diintervening oleh kepuasan pelanggan.

III. METODE PENELITIAN

Populasi dan Sampel

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri dari objek atau subjek penelitian yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang diterapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2018). Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pelanggan Evony Coffee Shop. Penelitian ini populasinya tidak terbatas, oleh karena itu, jumlah sampel sebesar 50 responden. Penentuan jumlah sampel ditentukan berdasarkan pendapat (Solimun, 2005) mengemukakan bahwa untuk analisis multivariate besarnya sampel adalah antara 100 hingga 200 dengan minimumnya adalah 50, dan sama dengan jumlah parameter dalam model penelitian.

Teknik Pengumpulan Data

Data Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan angket atau kuesioner. Kuesioner menurut (Sugiyono, 2018) “Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya”. Kuesioner tersebut disusun dengan menggunakan 5 (lima) alternatif jawaban, yaitu: sangat setuju (ss), setuju (s), netral (n), tidak setuju (ts) dan sangat tidak setuju (sts)” (Sugiyono, 2018).

Metode Analisis

Analisis data dilakukan dengan menggunakan analisis regresi sederhana dan analisis jalur (path analysis). Sebelum melakukan analisis data untuk mencari pengaruh antar variabel yang dipakai untuk penelitian, dilakukan uji asumsi yaitu uji normalitas, uji linieritas, dan uji heteroskedastisitas. Pelaksanaan uji prasyarat dilakukan dengan SPSS 20.

Variabel Operasional

Variabel - variabel dalam penelitian ini adalah:1) Variabel bebas adalah variabel yang dapat memengaruhi atau menjadi penyebab bagi variabel lainnya. Pada penelitian ini variabel bebasnya yaitu kualitas pelayanan. Kualitas pelayanan adalah suatu aktivitas atau serangkaian aktivitas yang bersifat tidak kasat mata yang terjadi sebagai akibat adanya interaksi antara konsumen dengan karyawan atau hal - hal lain yang disediakan oleh perusahaan pemberi pelayanan yang dimaksud untuk memecahkan permasalahan konsumen/pelanggan. Instrumen yang digunakan untuk mengukur kualitas pelayanan berdasarkan instrumen yang dikembangkan oleh (Lupiyoadi, 2016). 2) Variabel intervening adalah variabel penyalah/ antara yang terletak diantara variabel independen dan variabel dependen, sehingga variabel independen tidak langsung mempengaruhi berubahnya atau timbulnya variabel dependen (Sugiyono, 2018) Variabel dependen atau variabel terikat (Y) pada penelitian ini adalah loyalitas pelanggan. Loyalitas pelanggan memiliki peran penting dalam sebuah perusahaan, mempertahankan mereka berarti meningkatkan kinerja keuangan dan mempertahankan kelangsungan hidup

perusahaan, hal ini menjadi alasan utama bagi sebuah perusahaan untuk menarik dan mempertahankan pelanggan. Instrumen yang digunakan untuk mengukur loyalitas pelanggan berdasarkan instrumen yang dikembangkan oleh (Griffin R. W, 2003).

IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

Karakteristik Responden

Hasil deskripsi karakteristik responden tersebut disajikan berikut:

Tabel Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

| JenisKelamin | Frekuensi | Persentase % |
|--------------|-----------|--------------|
| Laki-Laki | 21 | 42,0 |
| Perempuan | 29 | 58,0 |
| Jumlah | 50 | 100,0 |

Tabel di atas menunjukkan bahwa responden dengan jenis kelamin laki-laki sebanyak 21 orang (42%) dan responden dengan jenis kelamin perempuan sebanyak 29 orang (58%). Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas yang menjadi responden berjenis kelamin perempuan (58%).

Tabel Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

| Usia | Frekuensi | Persentase % |
|-------------|-----------|--------------|
| 18-28 tahun | 17 | 34,0 |
| 29-39 tahun | 25 | 50,0 |
| >39 tahun | 8 | 16,0 |
| Jumlah | 50 | 100,0 |

Tabel di atas menunjukkan bahwa responden yang berusia antara 18-28 tahun sebanyak 17 orang (34%), responden yang berusia antara 29-39 tahun sebanyak 25 orang (50%), dan responden yang berusia lebih dari 39 tahun sebanyak 8 orang (16%). Dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden berusia antara 29-39 tahun (50%).

Tabel Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

| Pekerjaan | Frekuensi | Persentase % |
|--------------------------|-----------|--------------|
| Pelajar/Mahasiswa | 7 | 14,0 |
| Pegawai Negeri/TNI-POLRI | 5 | 10,0 |
| Pegawai Swasta | 19 | 38,0 |
| Wiraswasta | 13 | 26,0 |
| Lainnya | 6 | 12,0 |
| Jumlah | 50 | 100,0 |

Tabel di atas menunjukkan bahwa responden yang berstatus sebagai pelajar/mahasiswa sebanyak 7 orang (14%), responden yang bekerja sebagai pegawai negeri/TNI-POLRI sebanyak 5 orang (10,0%), responden yang bekerja sebagai pegawai swasta sebanyak 19 orang (38,0%), responden yang bekerja sebagai wiraswasta sebanyak 13 orang (26,0%), dan responden dengan pekerjaan lainnya yang tidak tersebut di atas sebanyak 6 orang (12,0%). Dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden dengan pekerjaan sebagai pegawai swasta (38,0%).

Uji Prasyarat Analisis

Tabel Hasil Uji Normalitas

| Variabel | Signifikan | Keterangan |
|--------------------|------------|------------|
| Kualitas Pelayanan | 0,427 | Normal |

| | | |
|---------------------|-------|--------|
| Kepuasan Pelanggan | 0,643 | Normal |
| Loyalitas Pelanggan | 0,128 | Normal |

Hasil uji normalitas tabel diatas diketahui bahwa semua variabel penelitian mempunyai nilai signifikansi lebih besar dari 0,05 (sig>0,05), sehingga dapat disimpulkan bahwa data penelitian berdistribusi normal.

Tabel Hasil Uji Linieritas

| Variabel | Signifikansi | Keterangan |
|--------------------|--------------|------------|
| Kualitas Pelayanan | 0,215 | Linier |
| Kepuasan Pelanggan | 0,106 | Linier |

Hasil uji linieritas tabel di atas dapat diketahui bahwa semua variabel memiliki nilai signifikansi yang lebih besar dari 0,05 (sig>0,05), hal ini menunjukkan bahwa semua variabel penelitian adalah linier.

Tabel Hasil Uji Multikolinieritas

| Dimensi | Tolerance | VIF | Kesimpulan |
|--------------------|-----------|-------|--------------------------------|
| Kualitas Pelayanan | 0,855 | 1,169 | Tidak terjadimultikolinieritas |
| Kepuasan Pelanggan | 0,855 | 1,169 | Tidak terjadimultikolinieritas |

Tabel di atas terlihat bahwa semua variabel mempunyai nilai toleransi di atas 0,1 dan nilai VIF di bawah 10, sehingga dapat disimpulkan bahwa model regresi pada penelitian ini tidak terjadi multikolinieritas.

Tabel Hasil Uji Heteroskedastisitas

| Dimensi | Sig. | Kesimpulan |
|--------------------|-------|-----------------------------------|
| Kualitas Pelayanan | 0,307 | Tidak terjadi heteroskedastisitas |
| Kepuasan Pelanggan | 0,752 | Tidak terjadi heteroskedastisitas |

Tabel di atas menunjukkan bahwa semua variabel mempunyai nilai signifikansi lebih besar dari 0,05 sehingga dapat disimpulkan bahwa model regresi pada penelitian ini tidak terjadi heteroskedastisitas.

Pengujian Hipotesis

Uji t merupakan pengujian untuk menunjukkan pengaruh secara individu variabel bebas yang ada didalam model terhadap variabel terikat.

Hipotesis Pertama : Dari hasil analisis regresi dapat diketahui persamaan regresi sebagai berikut: $Y = 11,777 + 0,409X$. Persamaan regresi tersebut menunjukkan bahwa nilai koefisien kualitas pelayanan (X) sebesar 0,409 yang berarti apabila kualitas pelayanan meningkat satu satuan maka loyalitas pelanggan akan meningkat. Pengujian signifikansi regresi dengan uji t maka hasil statistik uji t untuk variabel kualitas pelayanan diperoleh nilai t hitung sebesar 7,040 dengan tingkat signifikansi 0,000 karena signifikansi lebih kecil dari 0,05 dan koefisien regresi mempunyai nilai positif sebesar 0,409 maka hipotesis yang menyatakan bahwa “Kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan” terbukti. Koefisien determinasi adalah Besarnya pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan sebesar 0,246 hal ini berarti bahwa loyalitas pelanggan dipengaruhi oleh kualitas pelayanan sebesar 24,6% sedangkan sisanya sebesar 75,4% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini.

Hipotesis kedua : Dari hasil analisis regresi dapat diketahui persamaan regresi sebagai berikut : $Y = 19,525 + 0,479X$. Persamaan regresi tersebut menunjukkan bahwa nilai koefisien kualitas pelayanan (X) sebesar 0,479 yang berarti apabila kualitas pelayanan meningkat satu satuan maka loyalitas pelanggan akan meningkat. Pengujian signifikansi regresi dengan uji t

maka Hasil statistik uji t untuk variabel kualitas pelayanan diperoleh nilai t hitung sebesar 5,001 dengan tingkat signifikansi 0,000 karena signifikansi lebih kecil dari 0,05 dan koefisien regresi mempunyai nilai positif sebesar 0,479 maka hipotesis yang menyatakan bahwa “Kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan” terbukti. Koefisien Determinasi adalah Besarnya pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan sebesar 0,139 hal ini berarti bahwa kepuasan pelanggan dipengaruhi oleh kualitas pelayanan sebesar 13,9% sedangkan sisanya sebesar 86,1% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini.

Hipotesis Ketiga : Dari hasil analisis regresi dapat diketahui persamaan regresi sebagai berikut : $Y = 14,842 + 0,282Z$. Persamaan regresi tersebut menunjukkan bahwa nilai koefisien kepuasan pelanggan (Z) sebesar 0,282 yang berarti apabila kepuasan pelanggan meningkat satu satuan maka loyalitas pelanggan akan meningkat. Pengujian signifikansi regresi dengan uji t maka Hasil statistik uji t untuk variabel kepuasan pelanggan diperoleh nilai t hitung sebesar 5,873 dengan tingkat signifikansi 0,000 karena signifikansi lebih kecil dari 0,05 dan koefisien regresi mempunyai nilai positif sebesar 0,282 maka hipotesis yang menyatakan bahwa “Kepuasan pelanggan berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan” terbukti. Koefisien determinasi adalah Besarnya pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan sebesar 0,184 hal ini berarti bahwa loyalitas pelanggan dipengaruhi oleh kepuasan pelanggan sebesar 18,4% sedangkan sisanya sebesar 81,6% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini.

Pengujian intervening menggunakan sobel test dan bootstrapping menyatakan nilai koefisien intervening lebih kecil dari nilai pengaruh langsung, sehingga variabel intervening tidak terbukti mengintervening. Dengan demikian hipotesis keempat yang menyatakan “Kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan dengan kepuasan pelanggan sebagai variabel intervening pada Evony Coffee Shop Siantar” ditolak.

Pembahasan

Hasil statistik uji t untuk variabel kualitas pelayanan diperoleh nilai t hitung sebesar 7,040 dengan nilai signifikansi 0,000, karena signifikansi lebih kecil dari 0,05 dan koefisien regresi mempunyai nilai positif sebesar 0,409 maka penelitian ini berhasil membuktikan hipotesis pertama yang menyatakan bahwa “Kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan”. Dan hasil statistik uji t untuk variabel kualitas pelayanan diperoleh nilai t hitung sebesar 5,001 dengan tingkat signifikansi 0,000, karena signifikansi lebih kecil dari 0,05, dan koefisien regresi mempunyai nilai positif sebesar 0,479; maka penelitian ini berhasil membuktikan hipotesis kedua yang menyatakan bahwa “Kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan”. Dari jurnal penelitian Rian Adriana (2013) “Pengaruh Experiential Marketing Dan Kualitas Pelayanan Menciptakan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Produk *Blackberry* study Kasus Pada Pengguna *Blackberry* Di Kota Bandung“, menyatakan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan, experiential market juga memberikan pengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan, dan kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan. Hasil statistik uji t untuk variabel kepuasan pelanggan diperoleh nilai t hitung sebesar 5,873 dengan tingkat signifikansi 0,000, karena signifikansi lebih kecil dari 0,05 dan koefisien regresi mempunyai nilai positif sebesar 0,282 maka penelitian ini berhasil membuktikan hipotesis ketiga yang menyatakan bahwa “Kepuasan pelanggan berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan”. Dari penelitian (Florensius Pureklolong, 2017) Pengaruh Kepuasan Terhadap loyalitas Konsumen Studi kasus pada Sipink Tatto Studio Yogyakarta” menyatakan bahwa variabel kepuasan konsumen berpengaruh positif terhadap loyalitas konsumen. Hasil pengujian indirect effect terlihat pengaruh tidak langsung kualitas pelayanan terhadap loyalitas yang diintervening kepuasan pelanggan, dalam hal ini besarnya pengaruh tidak langsung adalah 0,0887 dan signifikan pada 0,0024, oleh karena koefisien intervening sebesar 0,0887 lebih kecil dari nilai pengaruh langsung sebesar 0,409; maka penelitian ini tidak berhasil membuktikan hipotesis keempat yang menyatakan bahwa “Kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan sebagai kepuasan pelanggan pada Evony Coffee Shop Siantar”.

V. PENUTUP

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, maka dapat ditarik beberapa kesimpulan sebagai berikut: 1) Kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan. 2) Kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan. 3) Kepuasan pelanggan berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan. 4) Kualitas pelayanan tidak berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan yang diintervening kepuasan pelanggan pada Evony Coffee Shop Siantar.

5.2. Saran

Saran yang dapat diberikan pada Evony Coffee Shop Siantar disarankan untuk mengarahkan para staf dan karyawan agar dapat memberikan perhatian yang tulus dan bersifat individu atau pribadi kepada para pelanggan dengan berupaya memahami keinginan pelanggan dan tidak memberikan pelanggan menunggu lama. Peneliti selanjutnya juga dapat menggunakan metode lain dalam meneliti loyalitas konsumen, misalnya melalui wawancara mendalam terhadap pelanggan, sehingga informasi yang diperoleh dapat lebih bervariasi dari pada angket yang jawabannya telah tersedia.

DAFTAR PUSTAKA

- Florensius Pureklolong. (2017). *Pengaruh Kepuasan Terhadap loyalitas Konsumen Studi kasus pada Sipink Tatto Studio Yogyakarta.*
- Goetsch, D. L., & Davis, S. (2003). Quality Management: Introduction to Total Quality Management for Production. In *British Library Cataloguing-in-Publication Data.*
- Griffin R. W. (2003). *Management* (Jilid 1). Jakarta: Erlangga.
- Kotler, K. (2014). Manajemen Pemasaran. *Manajemen Pemasaran, 0(1)*, 111.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). Manajemen pemasaran Jilid 1. In *Jakarta.*
- Lovelock, C. H., & Wirtz, J. (2011). Services Marketing: People, Technology, Strategy, 7th edition. In *Pearson* (Vol. 18).
- Lupiyoadi, R. (2016). Manajemen Pemasaran Jasa: Edisi 3. *Penerbit Salemba Empat.*
- Rian Adriana. (2013). *Pengaruh Experiential Marketing Dan Kualitas Pelayanan Menciptakan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Produk Blackberry (Study Kasus Pada Pengguna Blackberry Di Kota Bandung.*
- Solimun. (2005). *Structural Equation Modeling Aplikasi Software AMOS.* Malang: Fakultas MIPA & Program Pasca Sarjana Universitas Brawijaya.
- Sugiyono, D. (2018). Metode penelitian kuantitatif , kualitatif dan R & D / Sugiyono. In *Bandung: Alfabeta.*