

## Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Konsumen pada Gerald Computer Kabupaten Tana Toraja

Ika Ramli<sup>1</sup>, Jens Batara Marewa<sup>2</sup>, Helba rundupadang<sup>3</sup>

<sup>1,2,3</sup>Universitas Kristen Indonesia Toraja

E-mail: [ikaramli626@gmail.com](mailto:ikaramli626@gmail.com)<sup>1</sup>, [Distro\\_pasal@yahoo.com](mailto:Distro_pasal@yahoo.com)<sup>2</sup>, [helba.rundupadang@gmail.com](mailto:helba.rundupadang@gmail.com)<sup>3</sup>

### Article History:

Received: 16 September 2024

Revised: 21 September 2024

Accepted: 26 September 2024

**Keywords:** *Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pelanggan, Loyalitas Konsumen*

**Abstract:** Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan secara parsial dan simultan terhadap loyalitas konsumen. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 70 yang dipilih dengan menggunakan teknik accidental sampling. Prosedur pengumpulan data dari penelitian ini yaitu: kuesioner dan dokumentasi. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif dengan uji regresi linear berganda. Hasil perhitungan dari hasil uji  $T$  pada variabel kualitas pelayanan dimana hasil  $T_{hitung} 2,617 > T_{tabel} 1,668$ , variabel kepuasan pelanggan dimana hasil  $T_{hitung} 2,457 > T_{tabel} 1,668$ . Berdasarkan hasil perhitungan uji  $F$  diperoleh hasil  $F_{hitung} 7,743 > F_{tabel} 3,13$  dengan sig  $0,001 < 0,05$ . Kesimpulan dari penelitian ini adalah variabel kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan secara parsial berpengaruh terhadap loyalitas konsumen pada Gerald Computer. Serta secara simultan variabel kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan berpengaruh terhadap loyalitas konsumen pada Gerald Computer.

### PENDAHULUAN

Dengan meningkatnya penggunaan komputer di berbagai sektor, permintaan akan penyedia layanan jasa komputer terus meningkat dan lebih besar, individu dan perusahaan memerlukan bantuan untuk memperbaiki komputer mereka (Sekar, Prihartina, Pertiwi, Hidayati 2023).

Tingkat persaingan dalam dunia bisnis saat ini mengharuskan perusahaan untuk meningkatkan keunggulan bersaing, salah satu kunci utamanya adalah kualitas pelayanan. Kualitas pelayanan adalah sebuah tingkatan pelayanan yang diberikan oleh perusahaan kepada pelanggannya baik itu pelayanan yang memuaskan atau tidak. Kualitas pelayanan dapat diukur setelah pelanggan tersebut menggunakannya, kualitas pelayanan yang baik akan memberikan feedback positif bagi perusahaan. Bagi seorang pelanggan kualitas pelayanan yang diharapkan dapat berupa fasilitas yang memadai, rasa nyaman, keamanan serta pelayanan dari perusahaan yang baik dan ramah (Arsyka, 2017).

Menurut Martin, (2020) mengatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan

terhadap kepuasan pelanggan, kepuasan pelanggan timbul karena adanya kualitas pelayanan yang baik dan sesuai dengan kebutuhan pelanggan.

Kepuasan pelanggan adalah kunci dari kesuksesan dan loyalnya pelanggan pada usaha tersebut. Kepuasan pelanggan adalah hasil yang dirasakan oleh seorang pelanggan yang telah menggunakan produk ataupun jasa dari sebuah perusahaan, dimana pelayanan yang diberikan telah sesuai dengan kebutuhan para konsumen dan dapat menyelesaikan permasalahan yang mereka alami (Arsyka, 2017).

Sedangkan loyalitas adalah prinsip yang diterapkan oleh seorang pelanggan dalam suatu bisnis untuk membeli atau menggunakan produk atau jasa dari perusahaan tersebut meski pengaruh situasi dan usaha pemasaran yang berpotensi beralihnya pelanggan (Kotler & Keller, 2018). Loyalitas konsumen sangat penting bagi suatu perusahaan baik jasa maupun produk (barang) untuk meningkatkan keuntungan bagi suatu perusahaan, karena apabila konsumen tidak loyal terhadap produk suatu perusahaan, maka dipastikan mereka akan berpaling ke produk lain, untuk mempertahankan loyalitas konsumen ada salah satu cara untuk meningkatkan loyalitas konsumen yaitu dengan memberikan pelayanan yang baik, yang diharapkan dapat membuat pelanggan untuk kembali melakukan transaksi (Budiono, 2021).

Kunci kesuksesan suatu perusahaan dapat dinilai dari keberhasilan mereka dalam memberikan kesan yang positif yang dapat dirasakan pelanggan secara emosional dan melalui penyampaian produk atau jasa yang berkualitas (Miranda, 2018).

Salah satu usaha yang memberikan pelayanan jasa adalah usaha *service computer*, printer dan scan, banyaknya penggunaan komputer saat ini membuat para teknisi komputer berpeluang membuka usaha dibidang pelayanan jasa tersebut, karena banyaknya orang yang memerlukan jasa percetakan dokumen dan dalam banyak kasus, pelanggan mungkin tidak memiliki keterampilan untuk memperbaiki komputer mereka (Ardinal, Anjani serta Sunarmintyastuti, 2022).

Usaha *Gerald Computer* adalah usaha pelayanan jasa yang telah berdiri dari tahun 2015 yang berlokasi di jalan Ichwan Makale Kabupaten Tana Toraja, jenis pelayanan yang diberikan berupa *service* untuk unit *computer*, laptop, printer, dan scan. Pelayanan jasa *service* komputer saat ini sangat diperlukan mengingat akan penggunaan teknologi komputer yang semakin meningkat.

## **LANDASAN TEORI**

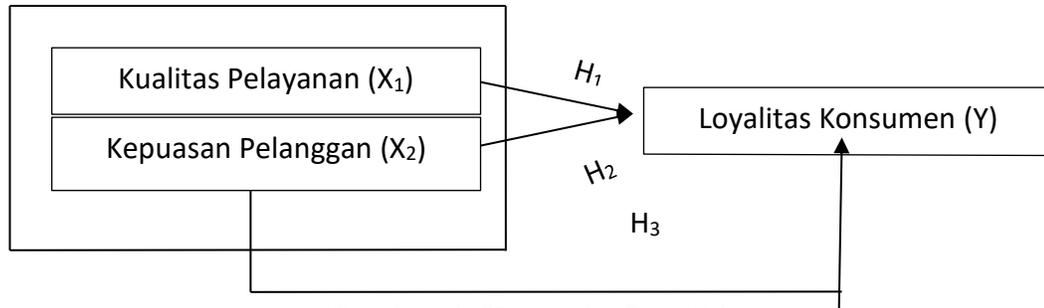
Kualitas pelayanan merupakan sebuah kegiatan yang diterapkan perusahaan dimana harus sesuai dengan harapan dalam tujuan meningkatkan pelayanan yang sesuai harapan dan keinginan pelanggan (Moha & Loindong, 2016). Menurut (Wibowo, 2014) kualitas pelayanan merupakan suatu strategi yang perlu bagi perusahaan dalam hal menarik niat konsumen untuk menggunakan layanan jasa maupun produk agar konsumen dapat memberikan feedback positif. Kepuasan pelanggan merupakan rasa yang dihasilkan dari pelayanan jasa dan produk yang sesuai dengan yang diinginkan (Arsyka, 2017). Loyalitas konsumen adalah perilaku atau loyalnya konsumen dalam hal pengambilan keputusan untuk melakukan pembelian ulang mengenai barang atau jasa yang diberikan perusahaan (Budiono, 2021).

## **METODE PENELITIAN**

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kuantitatif. Populasi penelitian adalah seluruh pelanggan pelayanan jasa di *Gerald Computer* Kabupaten Tana Toraja. Pengumpulan data berasal dari data primer yang didapatkan melalui kuesioner. Kuesioner yang digunakan

dalam penelitian ini diukur dengan menggunakan skala likert lima poin. Sampel dalam penelitian ini sebanyak 70 responden. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari asumsi klasik diantaranya Uji Normalitas, Uji Multikolinieritas, Uji heterokedastisitas. Serta uji hipotesis terdiri dari uji regresi linear berganda, uji t, uji f dan uji koefisien determinasi.

### Kerangka Berfikir

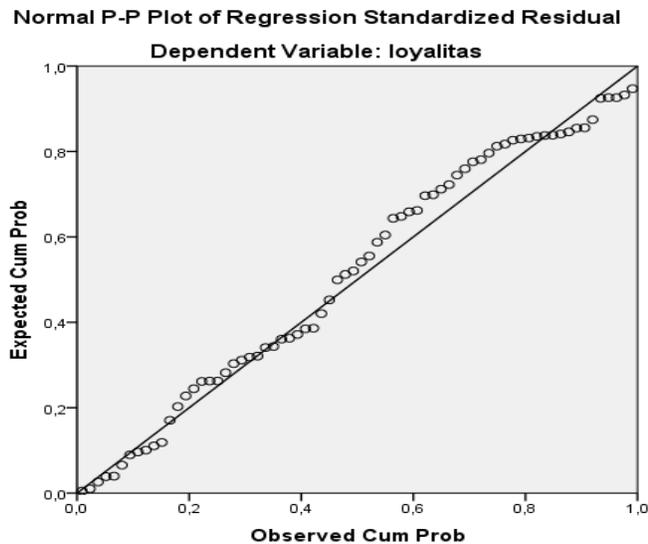


**Gambar 1. Kerangka Berpikir**

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Uji Asumsi Klasik

#### 1. Uji Normalitas



**Gambar 2. Hasil Uji Normalitas**

Gambar 2 menggambarkan adanya titik-titik yang membentuk pola garis sepanjang garis diagonal. Ini mengidentifikasi bahwa data tersebut relatif dekat dengan garis diagonal, yang menunjukkan bahwa model regresi ini memenuhi asumsi normalitas.

**Tabel 1. Uji Sample Kolmogorof**

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		Unstandardized Residual
N		70
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2,62392759
Most Extreme Differences	Absolute	,088
	Positive	,055
	Negative	-,088
Kolmogorov-Smirnov Z		,739
Asymp. Sig. (2-tailed)		,645

Pada tabel 1 nilai signifikansi hasil Sample Kolmogorof Smirnov Test adalah 0.645 lebih besar ( $>$ ) dari nilai 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa seluruh data pada model regresi berdistribusi secara normal.

## 2. Uji Multikolinieritas

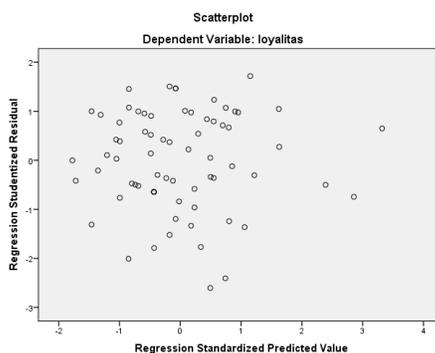
**Tabel 2. Hasil Uji Multikolinieritas**

Model	Coefficients <sup>a</sup>	
	Tolerance	VIF
(Constant)		
1 Kualitas Pelayanan	,972	1,029
Kepuasan Pelanggan	,972	1,029

a. Dependent Variable: Loyalitas Konsumen

Predictors: (Constant), dapat dilihat bahwa nilai *Tolerance* pada variabel Kualitas pelayanan sebesar  $0,972 > 0,10$  dan nilai VIF  $1,029 < 10$ , nilai *Tolerance* pada variabel Kepuasan pelanggan sebesar  $0,972 > 0,10$  dan nilai VIF  $1,029 < 10$ , maka dapat disimpulkan bahwa kedua variabel independen tidak terjadi multikolinieritas.

## 3. Uji Heterokedastisitas

**Gambar 3. Hasil Uji Heterokedastisitas**

Dari gambar diatas, menunjukkan bahwa titik-titik yang menyebar secara acak dan tidak ada pola yang jelas terbentuk serta dalam penyebaran titik-titik tersebut menyebar dibawah dan diatas angka 0 pada sumbu Y. Hal tersebut mengidentifikasi bahwa tidak terjadi heteroskedasitas pada model regresi, sehingga model regresi layak dipakai untuk memprediksi variabel Loyalitas Konsumen.

## Uji Hipotesis

## 1. Regresi Linear Berganda

Tabel 3. Hasil Uji Regresi Linear berganda

Model	Coefficients <sup>a</sup>			T	Sig.
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	9,875	5,947		1,661	,101
1 Kualitas Pelayanan	,195	,075	,292	2,617	,011
Kepuasan Pelanggan	,258	,105	,274	2,457	,017

a. Dependent Variable: Loyalitas Konsumen

Berdasarkan tabel di atas makamodel persamaan regresi linear berganda yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

$$Y = 9,875 + 0,195X_1 + 0,258X_2 + e$$

Dari persamaan tersebut, maka hasil regresi linear berganda dapat dijelaskan sebagai berikut:

- Nilai konstan (a) sebesar 9,875 bernilai positif mempunyai arti bahwa jika persepsi terhadap kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan semakin baik, maka loyalitas konsumen akan meningkat.
- Nilai koefisien regresi untuk variabel kualitas pelayanan (X1) yaitu sebesar 0,195%. Hal ini menunjukkan jika variabel (X1) mengalami kenaikan 1%, maka variabel (Y) akan naik sebesar 0,195%. Sebaliknya apabila variabel X1 mengalami penurunan sebesar 1%, maka Y akan menurun sebesar 0,195%.
- Nilai koefisien regresi untuk variabel kepuasan pelanggan (X2) yaitu sebesar 0,258%. Hal ini menunjukkan jika variabel (X1) mengalami kenaikan 1%, maka variabel (Y) akan naik sebesar 0,258%. Sebaliknya apabila variabel (X2) mengalami penurunan sebesar 1%, maka (Y) akan menurun sebesar 0,258%.

## 2. Koefisien Determinasi

Tabel 4. Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary <sup>b</sup>				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,433 <sup>a</sup>	,188	,163	2,663

a. Predictors: (Constant), Kepuasan pelanggan, Kualitas pelayanan  
b. Dependent Variable: Loyalitas Konsumen

Berdasarkan uji koefisien determinasi pada tabel diatas menunjukkan bahwa nilai R square sebesar 0,188, hal ini menunjukkan bahwa sumbangan pengaruh kualitas pelayanan (X1) dan kepuasan pelanggan (X2) terhadap loyalitas konsumen (Y) sebesar 18,8%, sementara sisanya 81,2% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

## 3. Uji t (Uji Parsial)

Tabel 5. Hasil Uji t

Model	Unstandardized Coefficients <sup>a</sup>		Standardized Coefficients Beta	T	Sig.
	B	Std. Error			
	(Constant)	9,875	5,947	1,661	,101
1	Kualitas Pelayanan	,195	,075	,292	2,617 ,011
	Kepuasan Pelanggan	,258	,105	,274	2,457 ,017

a. Dependent Variable: Loyalitas Konsumen

Berdasarkan tabel 6 diatas dapat dilihat bahwa thitung pada variabel kualitas pelayanan (X1) sebesar thitung 2,617 > ttabel 1,668. Maka Ho ditolak dan Ha diterima, artinya kualitas pelayanan (X1) mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen (Y).

Nilai thitung pada variabel kepuasan pelanggan(X2) sebesar thitung 2,457 > ttabel 1,668. Maka Ho ditolak dan Ha diterima, artinya kepuasan pelanggan (X2) mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen (Y).

## 4. Uji F (Uji Simultan)

Tabel 6. Hasil Uji F

ANOVA <sup>a</sup>					
Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	109,807	2	54,903	7,743 ,001 <sup>b</sup>
	Residual	475,065	67	7,091	
	Total	584,871	69		

a. Dependent Variable: Loyalitas Konsumen

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

Uji simultan atau f ini digunakan untuk melihat ada tidaknya pengaruh variabel bebas secara bersama-sama terhadap variabel terikat. Uji simultan ini dilakukan dengan menggunakan tingkat signifikan 0,05 atau 5%, dengan asumsi jika Fhitung > Ftabel dan sig < 0,05, maka Ha diterima dan jika Fhitung < Ftabel dan sig > 0,05, maka Ha ditolak.

Berdasarkan hasil uji simultan pada tabel diatas dapat dilihat bahwa nilai Fhitung variabel X<sub>1</sub> dan X<sub>2</sub> > Ftabel , yaitu Fhitung 7,743 > Ftabel 3,13 dan nilai sig 0,001 < 0,05. Maka Ho ditolak dan Ha diterima, yang berarti hipotesis secara simultan diterima dan berpengaruh. Demikian dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan (X1) dan kepuasan pelanggan (X2) secara simultan berpengaruh terhadap loyalitas konsumen (Y).

**KESIMPULAN**

Berdasarkan hasil pengolahan data dan pembahasan yang telah diuraikan dalam penelitian ini, maka dapat diambil kesimpulan mengenai pengaruh kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas konsumen pada *Gerald Computer*.

1. Variabel kualitas pelayanan secara parsial berpengaruh signifikan dan positif terhadap loyalitas konsumen. Hal ini dapat dilihat dari nilai thitung 2,617 > ttabel 1,668 dengan sig 0,011 < 0,05
2. Variabel kepuasan pelanggan secara parsial berpengaruh signifikan dan positif terhadap loyalitas konsumen . Hal ini dapat dilihat dari nilai thitung 2,457 > ttabel 1,668 dengan sig 0,017 < 0,05

3. Berdasarkan uji simultan variabel kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan berpengaruh secara simultan terhadap loyalitas konsumen. Berdasarkan uji  $f$  diperoleh nilai  $f_{hitung} 7,743 > f_{tabel} 3,13$  dan  $sig 0,001 < 0,05$

#### **DAFTAR REFERENSI**

- Ardinal, A., Anjani, D., & Sunarmintyastuti, L. (2022). Aplikasi Sistem Informasi Jasa Service Computer Pada Toko Alfalfa. *Semnas Ristek (Seminar Nasional Riset Dan Inovasi Teknologi)*, 6(1), 567–572.
- Aryska, M. (2017). Pengaruh Reputasi Perusahaan Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pasien (Kasus Rumah Sakit Islam Ibnu Sina Pekanbaru). *Jom Fisip*, 4(1), 1–15.
- Astuti, D. S., Lutfi, M., Pelanggan, K., & Pelanggan, L. (2019). *64-Article Text-120-1-10-20200305*. 9, 132–144.
- Budiono, A. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga, Promosi, Lokasi, Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Konsumen Melalui Kepuasan Konsumen Di Rumah Makan Bebek Kaleo Tebet Jakarta Selatan Dimasa Pandemi Covid-19. *Segmenjurnalmanajemen Dan Bisnis*, 17(2), 223–247
- Chasanah, U. (2018). *Dimediasi Kepuasan Pelanggan Jasa Servis ( Studi Empiris Pada Jasa Servis Komputer “ Xyz ” Yogyakarta )*. 180–188.
- Kotler, Philip Dan Keller, Kevin Lane. (2018). Manajemen Pemasaran. *Pt Indeks*.
- Lusiana, L., & Gultom, I. A. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Jasa Service Komputer(Studi Kasus Metro Komputer Service Bandar Lampung ). 7(4), 849–855.
- Martin, D. (2020). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Pt Adidaya Digital Printing Bandung*. 3(1), 30–48.
- Miranda, L., & Miranda, L. (2018). *Program Studi Magister Manajemen Universitas Islam Indonesia Yogyakarta*.
- Moha, S., & Loindong, S. (2016). Analisis Kualitas Pelayanan Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Hotel Yuta Di Kota Manado. *Jurnal EMBA*, 4(1), 575–584
- Nainggolan, H., & Dewantara, R. (2023). Dampak Promosi Online Serta Mutu Layanan Pengiriman Kepada Loyalitas Konsumen Terhadap Aplikasi Grab. *Journal of Computer Science and Information Technology*, 1(1), 44–58. <https://doi.org/10.59407/jcsit.v1i1.335>
- Sekar, A., Buana, C., Prihartina, M. D., Pertiwi, S., & Sandi, H. (2023). *Pelayanan Jasa Service Komputer Dalam Meningkatkan Loyalitas Pelanggan Recovery . U*. 1(5), 334–339
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R & D*. Bandung: Alfabeta
- Susnita, T. A. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan pada Hotel Libra Kadipaten Kabupaten Majalengka. *Juripol (Jurnal Institusi Politeknik Ganesha Medan)*, 3(1), 73–84. <https://doi.org/10.33395/juripol.v3i1.10485>
- Wibowo, A. (2014). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Transportasi Umumbus Trans Jogja Terhadap Kepuasan Konsumen*. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 11(2), 67–81. <https://doi.org/10.21831/Jim.V11i2.11765>