

**ANALISIS PENGARUH KUALITAS LAYANAN DAN LOYALITAS TERHADAP  
KEPUASAN KONSUMEN DI *GOLDEN HILL* LUWUK  
KABUPATEN BANGGAI**

Oleh  
**RINI HADIYATI \***  
**IWAN SUDARMAJI \*\***

(1) Dosen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Luwuk

(2) Dosen Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Luwuk

Email : [Iwansudarmadji@yahoo.co.id](mailto:Iwansudarmadji@yahoo.co.id)

[rinihadiyati@gmail.com](mailto:rinihadiyati@gmail.com)

**ABSTRAK**

Penelitian ini menjelaskan tentang pengaruh Kualitas layanan pada kepuasan konsumenserta dampak yang ditimbulkan pada variable loyalitas konsumen. Adapun obyek dalam peneltian inni adalah seluruh konsumen yang telah berbelanja di *Golden Hill* Kabupaten Banggai sebanyak dua kali. Sampel dan responden dengan metode purposive sampling sebanyak 150 responden.

Adapun alat analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah regresi linier dengan bantuan program SPSS 16.00 *For Windows*. Adapun kriteria penerimaan dari nilai probabilitas, artinya nilai probabilitas  $> \alpha$  maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak, dan jika probabilitas  $< \alpha$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Dari hasil penelitian yang dilakukan ini menunjukkan bahwa adanya pengaruh yang positif dan signifikan atas variabel kualitas layanan terhadap variabel kepuasan konsumen *Golden Hill* Luwuk Kabupaten Banggai, dengan pembuktian nilai probabilitas sebesar  $0,000 < 0,005$ . Adanya pengaruh positif dan signifikan atas variabel kualitas layanan terhadap variabel loyalitas konsumen *Golden Hill* Luwuk Kabupaten Banggai, dengan pembuktian nilai probabilitas sebesar  $0,000 < 0,005$ . Adanya pengaruh positif dan signifikan atas kepuasan konsumen terhadap variabel loyalitas konsumen di *Golden Hill* Luwuk Kabupaten Banggai, hal ini ditunjukkan melalui pembuktian nilai probabilitas sebesar  $0,000 < 0,005$ . Kepuasan konsumen tidak berperan sebagai variabel pemediasi (*intervening*) antara variabel kualitas layanan dan variabel loyalitas konsumen ditunjukkan dengan pembuktian hasil perbandingan nilai bahwa nilai pada adjusted  $R^2$  regresi *intervening* I adalah sebesar = 0,113, sedangkan nilai pada adjusted  $R^2$  regresi *intervening* II adalah sebesar = 0,141. Sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak, atau memberikan penjelasan bahwa variable kepuasan konsumen berperan sebagai pemediasi (*intervening*) antara variable kualitas pelayanan dan loyalitas konsumen di *Golden Hill* di Luwuk Kabupaten Banggai.

*Kata kunci : Kualitas Layanan, Kepuasan, Loyalitas*

## **PENDAHULUAN**

### **Latar Belakang**

Semakin ketatnya persaingan bisnis, banyak pelaku bisnis selalu berusaha menemukan ide-ide dan strategi baru dalam mempertahankan eksistensi usahanya. Ide dan strategi baru tersebut, mempunyai tujuan jelas untuk memberikan kepuasan terhadap keinginan dan kebutuhan konsumen, atau dengan kata lain selalu berorientasi pada konsumen (*consumer oriented*). Hal ini disebabkan, bahwa semakin banyak kepuasan konsumen yang dapat dipenuhi, maka semakin besar pula laba yang di peroleh oleh perusahaan, dan hal ini sekaligus menjamin kelangsungan hidup perusahaan dalam semua sektor. Dampak proses ini memberikan pemahaman tentang pola tingkah laku konsumen, maka bermunculanlah beragam usaha dan jenis usaha baru, salah satunya adalah perusahaan ritel.

Dalam kenyataannya, ada produsen yang menjual produknya langsung kepada konsumen akhir, dan ada juga pengecer yang menjual produknya bukan kepada konsumen akhir (untuk dijual lagi). Namun ini bukanlah yang dimaksud sebagai usaha ritel, sebab yang disebut retailer (pengecer) adalah orang/toko/badan usaha yang menjual produknya secara langsung kepada konsumen akhir.

Tujuan perusahaan tidak lain menciptakan penjualan melalui kepuasan pelanggan sangatlah penting, sebab setiap penjualan berasal dari dua kelompok, yaitu pelanggan baru dan pembeli ulang (*repeat customer*). Biaya untuk menarik pelanggan baru lebih mahal dari pada mempertahankan pelanggan lama. Oleh karena itu, mempertahankan pelanggan lebih penting dari pada mencari pembeli baru.

Loyalitas adalah respon perilaku/pembelian yang bersifat bias dan terungkap secara terus menerus oleh pengambil keputusan dengan memperhatikan satu atau lebih merek alternative dari sejumlah merek sejenis dan merupakan fungsi proses psikologis.

*Golden Hill* adalah salah satu perusahaan ritel yang merupakan minimarket yang menyediakan kebutuhan pokok dan kebutuhan sehari-hari dengan luas penjualan kurang dari 200 M2 berada ditengah-tengah kota tepatnya jalan Sam Ratulangi Luwuk Kabupaten Banggai Sulawesi Tengah. Pada tahun 2008, perusahaan ini mengembangkan bisnis gerai waralaba pertama di Kabupaten Banggai, dengan jumlah toko/gerai 2 gerai.

*Golden Hill* layak disebut dengan si "Raja Toko Ritel Kabupaten Banggai" saat ini, karena *Golden Hill* mempunyai jaringan toko ritel yang tersebar hampir di 2 tempat yang masing

– masing berada di jalan A. Yani dan Di Jalan Sam Ratulangi yang kedua gerai tersebut adalah milik sendiri.

*Golden Hill* mempunyai motto “murah dan hemat”, oleh sebab itulah toko/gerai perusahaan ini mudah ditemukan di daerah Kabupaten Banggai. Lebih dari 3.500 jenis produk makanan dan nonmakanan tersedia dengan harga terjangkau yang dapat memenuhi hampir semua kebutuhan konsumen sehari-hari.

### **Rumusan Masalah**

Berdasarkan uraian diatas, permasalahan yang dapat dirumuskan adalah sebagai berikut:

- a. Apakah kualitas pelanggan berpengaruh pada kepuasan konsumen *Golden Hill* di Luwuk Kabupaten Banggai?
- b. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh pada loyalitas konsumen *Golden Hill* di Luwuk Kabupaten Banggai?
- c. Apakah kepuasan konsumen berpengaruh pada loyalitas konsumen *Golden Hill* di Luwuk Kabupaten Banggai?
- d. Apakah kepuasan konsumen berperan sebagai variabel mediasi antara faktor-faktor kualitas pelayanan dan loyalitas konsumen *Golden Hill* di Luwuk Kabupaten Banggai?

### **TINJAUAN PUSTAKA**

Zeithaml dan Bitner (1996) dikutip oleh Umar (2005:10) menyatakan bahwa “jasa adalah semua aktivitas ekonomi yang output-nya bukanlah produk atau konstruksi fisik, yang secara umum konsumsi dan produksinya dilakukan pada waktu yang sama, dan nilai tambah yang diberikannya dalam bentuk (seperti; kenyamanan, liburan, kecepatan, dan kesehatan) yang secara prinsip adalah intangible bagi pembeli pertamanya.”

Jadi, jasa pada dasarnya merupakan semua kegiatan ekonomi yang tidak menghasilkan produk dalam bentuk fisik atau konstruksi, yang biasanya dikonsumsi pada saat yang sama dengan waktu pembelian dan merupakan kegiatan dalam memberikan nilai tambah seperti kenyamanan, hiburan, kesenangan, hingga pemecahan masalah yang dihadapi konsumen.

Kualitas jasa (*service quality*) dibangun atas adanya perbandingan dua faktor utama, yaitu persepsi pelanggan atas layanan yang nyata mereka terima dengan layanan yang sesungguhnya diharapkan atau diinginkan. Jika kenyataan lebih dari yang diharapkan, maka layanan tersebut dapat dikatakan sangat memuaskan. Namun, jika kenyataan kurang dari yang diharapkan, maka

layanan tersebut dikatakan tidak memuaskan. Dan, apabila kenyataan sama dengan harapan, maka layanan itu disebut memuaskan.

Menurut Umar (2005:65) “kepuasan konsumen adalah tingkat perasaan konsumen setelah membandingkan antara apa yang diterima dan harapannya. ”Untuk memenangkan persaingan, perusahaan harus mampu memberikan kepuasan kepada pelanggannya, misalnya dengan memberikan produk yang mutunya lebih baik, harganya lebih murah, penyerahan produk yang lebih cepat, serta pelayanan yang lebih baik dari pada para pesaingnya.

Loyalitas konsumen secara umum dapat diartikan sebagai kesetiaan seseorang atas sesuatu produk, baik barang maupun jasa tertentu. Oleh karena itu, loyalitas pelanggan perlu diperoleh karena pelanggan yang setia akan aktif berpromosi, memberikan rekomendasi kepada keluarga dan sahabatnya, menjadikan produk/jasa perusahaan tertentu sebagai pilihan utama, dan tidak mudah berpindah ke produk/jasa lain. Banyak peneliti sepakat bahwa kepuasan pelanggan merupakan faktor utama yang dapat menarik loyalitas pelanggan.

Loyalitas adalah respon perilaku/pembelian yang bersifat bias dan terungkap secara terus-menerus oleh pengambil keputusan dengan memperhatikan satu atau lebih merek alternatif dari sejumlah merek sejenis dan merupakan fungsi proses psikologis. Namun perlu ditekankan bahwa hal tersebut berbeda dengan perilaku beli ulang, loyalitas pelanggan menyertakan aspek perasaan didalamnya (Dharmmesta, 1999).

Penjualan eceran merupakan rantai saluran distribusi yang memegang peranan sebagai penyampai barang dan jasa kepada konsumen akhir. Menurut Foster (2008:37) “penjualan eceran meliputi semua kegiatan yang berhubungan langsung dengan penjualan barang atau jasa kepada konsumen akhir untuk keperluan pribadi.” Jadi dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa industri retail atau perdagangan eceran adalah segala aktivitas perdagangan barang atau jasa kepada konsumen akhir untuk digunakan sendiri, baik pribadi maupun keluarganya.

## **METODE PENELITIAN**

### **Lokasi dan Waktu Penelitian**

Penelitian dilakukan diseluruh outlet goden hill Luwuk Banggai diantaranya : Outlet jalan A. Yani dan Outlet Jend. Sudirman Luwuk, Daerah Kabupaten Banggai. Rencana penelitian ini dilaksanakan selama 1 tahun (bulan Februari sampai dengan bulan September Tahun 2018).

## **Jenis Dan Sumber Data**

### **Jenis Data**

Dalam penelitian ini diperlukan data sebagai bahan informasi untuk dijadikan alat analisis adalah data kualitatif, yaitu data yang dinyatakan dalam bentuk kalimat atau uraian. Data kuantitatif diperoleh dari hasil wawancara ataupun quisioner dimana gambaran keadaan umum Golden Hill Luwuk Kabupaten Banggai yang menjadi objek penelitian.

### **Sumber Data**

Dalam penelitian ini penulis mendapatkan sumber data antara lain yaitu data sekunder, data yang diperoleh dari pihak ketiga, yaitu dari kepustakaan dengan mempelajari literatur-literatur, bacaan-bacaan dan buku yang berhubungan dengan permasalahan yang dibahas serta sumber-sumber yang mendukung.

### **Analisis Data**

Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini dengan menggunakan alat analisis regresi berganda. Menurut Imam dan Suharyani (2001 : 60) “Analisis regresi berganda linier berguna untuk menganalisa seberapa besar hubungan antara variabel dependen.” Penelitian ini juga menggunakan alat analisis regresi linier sederhana. Alat analisis ini berguna untuk menganalisa seberapa besar hubungan antara satu variabel independen dan satu variabel dependen Imam dan Suharyani (2001 : 60). Adapun bentuk persamaannya adalah sebagai berikut:

### **Model I**

$$Y = \alpha_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \beta_4 X_4 + \beta_5 X_5 + e_i$$

Dimana :

Y = Kepuasan Konsemen

X<sub>1</sub> = *Reliability*

X<sub>2</sub> = *Responsiveness*

X<sub>3</sub> = *Assurance*

X<sub>4</sub> = *Tangibles*

X<sub>5</sub> = *Emphaty*

$\alpha$  = Konstanta

$\beta_1 \dots \beta_5$  = Koefisien Regresi variabel Independent

e<sub>i</sub> = Residual

### **Model II**

$$Y = \alpha_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \beta_4 X_4 + \beta_5 X_5 + e_i$$

Dimana :

Y	=	Loyalitas Konsemen
X <sub>1</sub>	=	<i>Reliability</i>
X <sub>2</sub>	=	<i>Responsiveness</i>
X <sub>3</sub>	=	<i>Assurance</i>
X <sub>4</sub>	=	<i>Tangibles</i>
X <sub>5</sub>	=	<i>Emphaty</i>
$\alpha$	=	Konstanta
$\beta_1 \dots \beta_5$	=	Keofisien Regresi variabel Independent
e <sub>i</sub>	=	Residual

### **Model III**

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + e$$

Dimana :

Y	=	Loyalitas Konsemen
X	=	Kepuasan Konsumen
$\alpha$	=	Konstanta
$\beta$	=	Keofisien Regresi
e	=	Residual

## **HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

Variable yang diuji dalam penelitian ini adalah kualitas layanan *Reliability* (Kehandalan); *Responsiveness* (Daya Tanggap); *Assurance* (Jaminan); *Tangible* (Bentuk Fisik) *Emphaty* (Perhatian) sebagai variable dependen, kepuasan konsumesn sebagai variable intervebing (mediasi), dan loyalitas konumen sebagai veriabel independen.

### **A. Kualitas Pelayanan berpengaruh pada Kepuasan Konsumen Golden Hill di Luwuk Kabupaten Banggai.**

**Tabel 4.5 Analisis Rersamaan regresi**

Model $Y = \alpha_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \beta_4 X_4 + \beta_5 X_5 + e_i$ Variabel dependen : KK $R^2 = 0,216$ Adjusted $R^2 = 0,189$						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	7.694	2.129		3.613	.000
	Raliabilitay (X1)	-.238	.136	-.164	-1.759	.081
	Responiveness (X2)	.050	.156	.034	.318	.751
	Assurance (X3)	.401	.177	.212	2.270	.025
	Tangible (X4)	.441	.180	.189	2.445	.016
	Emphaty (X5)	.537	.188	.272	2.848	.005

a. Dependent Variable: Kepuasan,  
 Sumber : Data diolah, 2018

Berdasarkan hasil analisis persamaan regresi yang digambarkan dalam table diatas dapat dijelaskan sebagai berikut :

a) Analisis hasil untuk uji variable X1 = *Reliability* (Kehandalan)

Ho diterima, apabila nilai  $t_{hitung} < t_{tabel}$  atau tingkat probabilitas  $< \alpha$  (5%).

Ho ditolak, apabila nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  atau tingkat probabilitas  $< \alpha$  (5%).

Berdasarkan hasil perhitungan yang dilakukan dalam penelitian ini yang tertuang dalam table diatas dapat dijelaskan bahwa nilai probabilitas (sig) untuk variable *Reliability* (X1) adalah  $0,081 > 0,05$  ( $\alpha = 5\%$ ), sehingga dapat disimpulkan Ho diterima dan Ha ditolak, berarti tidak ada pengaruh yang positif dan signifikan dari variable *Reliability* (X1) pada variable kepuasan konsumen.

b) Analisis hasil untuk uji variable X2 = *Responsiveness* (Daya Tanggap)

Ho diterima, apabila nilai  $t_{hitung} < t_{tabel}$  atau tingkat probabilitas  $< \alpha$  (5%).

Ho ditolak, apabila nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  atau tingkat probabilitas  $< \alpha$  (5%).

Berdasarkan hasil perhitungan yang dilakukan dalam penelitian ini yang tertuang dalam table diatas dapat dijelaskan bahwa nilai probabilitas (sig) untuk variable *Responsiveness*

(X2) adalah  $0,175 > 0,05$  ( $\alpha = 5\%$ ), sehingga dapat disimpulkan  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak, berarti tidak ada pengaruh yang positif dan signifikan dari variable *Responsiveness* (X2) pada variable kepuasan konsumen.

c) Analisis hasil untuk uji variable X3= *Assurance* (Jaminan)

$H_0$  diterima, apabila nilai  $t_{hitung} < t_{tabel}$  atau tingkat probabilitas  $> \alpha$  (5%).

$H_0$  ditolak, apabila nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  atau tingkat probabilitas  $< \alpha$  (5%).

Berdasarkan hasil perhitungan yang dilakukan dalam penelitian ini yang tertuang dalam table diatas dapat dijelaskan bahwa nilai probabilitas (sig) untuk variable *Assurance* (X3) adalah  $0,025 < 0,05$  ( $\alpha = 5\%$ ), sehingga dapat disimpulkan  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, berarti ada pengaruh yang positif dan signifikan dari variable *Assurance* (X3) pada variable kepuasan konsumen.

d) Analisis hasil untuk uji variable X4 = *Tangible* (Bentuk Fisik)

$H_0$  diterima, apabila nilai  $t_{hitung} < t_{tabel}$  atau tingkat probabilitas  $> \alpha$  (5%).

$H_0$  ditolak, apabila nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  atau tingkat probabilitas  $< \alpha$  (5%).

Berdasarkan hasil perhitungan yang dilakukan dalam penelitian ini yang tertuang dalam table diatas dapat dijelaskan bahwa nilai probabilitas (sig) untuk variable *Tangible* (X4) adalah  $0,016 < 0,05$  ( $\alpha = 5\%$ ), sehingga dapat disimpulkan  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, berarti ada pengaruh yang positif dan signifikan dari variable *Tangible* (X4) pada variable kepuasan konsumen.

e) Analisis hasil untuk uji variable X5 = *Emphaty* (Perhatian)

$H_0$  diterima, apabila nilai  $t_{hitung} < t_{tabel}$  atau tingkat probabilitas  $> \alpha$  (5%).

$H_0$  ditolak, apabila nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  atau tingkat probabilitas  $< \alpha$  (5%).

Berdasarkan hasil perhitungan yang dilakukan dalam penelitian ini yang tertuang dalam table diatas dapat dijelaskan bahwa nilai probabilitas (sig) untuk variable *Emphaty* (X5) adalah  $0,005 < 0,05$  ( $\alpha = 5\%$ ), sehingga dapat disimpulkan  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, berarti ada pengaruh yang positif dan signifikan dari variable *Emphaty* (X5) pada variable kepuasan konsumen.

Setelah dilakukan analisis dapat dilihat bahwa tidak semua dimensi pada variable kualitas layanan yang terdiri dari lima dimensi yaitu *Assurance* (Jaminan); *Tangible* (Bentuk Fisik); *Emphaty* (Perhatian) memiliki tingkat probabilitas  $< \alpha$  (0,05) sedangkan dimensi *Reliability* (Kehandalan); *Responsiveness* (Daya Tanggap) ) memiliki tingkat probabilitas  $> \alpha$  (0,05),



sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa ada 3 dimensi kualitas layanan secara parsial berpengaruh positif dan signifikan pada variable kepuasan konsumen pada *Golden Hill* Kabupaten Banggai.

**B. Uji hipotesis 1, Kualitas Pelayanan berpengaruh Positif pada Kepuasan Konsumen Golden Hill di Luwuk Kabupaten Banggai.**

Untuk menjawab pertanyaan pada poin ini maka, dilakukan Analisis regresi uji F. uji ini dilakukan untuk mengetahui seberapa jauh pengaruh variable layanan *Reliability* (Kehandalan); *Responsiveness* (Daya Tanggap); *Assurance* (Jaminan); *Tangible* (Bentuk Fisik) *Emphaty* (Perhatian) secara simultan atau bersama – sama pada variable dependen (Kepuasan Konsumen). Level atau nilai signifikansi  $\alpha$  (alpha) yang ditetapkan dalam penelitian ini adalah sebesar 0,05 atau 5%. Dengan kriteria sebagai berikut :

Ho diterima, apabila nilai  $F_{hitung} < F_{tabel}$  atau tingkat probabilitas  $< \alpha$  (5%).

Ho ditolak, apabila nilai  $F_{hitung} > F_{tabel}$  atau tingkat probabilitas  $< \alpha$  (5%).

**Tabel 4.6**

**Hasil Perhitungan Uji F Terhadap Hipotesis 1**

ANOVA<sup>b</sup>

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	360.489	5	72.098	7.936	.000 <sup>a</sup>
Residual	1308.285	144	9.085		
Total	1668.773	149			

a. Predictors: (Constant), Emphaty, Tangible, Raliabilitaty , Assurance, Responsiveness

b. Dependent Variable: Kepuasan

Sumber : Data di olah, 2018

Dari hasil perhitungan regresi yang tertuang dalam table diatas menjelaskan bahwa nilai probabilitas (*sig*) adalah  $0,00 < 0,05$  ( $\alpha = 5\%$ ). Sehingga dari hasil tersebut diatas menjelaskan sehingga dapat disimpulkan Ho ditolak dan Ha diterima, berarti ada pengaruh yang positif dan signifikan dari *Reliability* (Kehandalan); *Responsiveness* (Daya Tanggap); *Assurance* (Jaminan); *Tangible* (Bentuk Fisik) *Emphaty* (Perhatian) yang secara bersama – sama (simultan) pada variable kepuasan konsumen Golden Hill di Luwuk Kabupaten Banggai.

**Tabel 4.7 Hasil uji koefisien determinasi hipotesis 1**

Model Summary<sup>b</sup>

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics				
					R Square Change	F Change	df1	df2	Sig. F Change
1	.452 <sup>a</sup>	.204	.177	3.037	.204	7.391	5	144	.000

a. Predictors: (Constant), Kepuasan

Sumber : data di olah, 2018

Berdasarkan table diatas dapat dijelaskan bahwa nilai Adjusted R<sup>2</sup> sebesar 0,177, yang artinya bahwa Kualitas Pelayanan mampu menjelaskan variasi variable Kepuasan Konsumen sebesar 17,7 % sedangkan sisanya 82,3 % dijelaskan oleh variable yang lain diluar model

**C. Uji hipotesis 2, Kualitas layanan berpengaruh positif pada Loyalitas Konsumen Golden Hill di Luwuk Kabupaten Banggai.**

Untuk menjawab pertanyaan pada poin ini maka, dilakukan Analisis regresi uji F. uji ini dilakukan untuk mengetahui seberapa jauh pengaruh variable layanan *Reliability* (Kehandalan); *Responsiveness* (Daya Tanggap); *Assurance* (Jaminan); *Tangible* (Bentuk Fisik) *Emphaty* (Perhatian) secara simultan atau bersama – sama pada variable independen (Loyalitas Konsumen). Level atau nilai signifikansi  $\alpha$  (alpha) yang ditetapkan dalam penelitian ini adalah sebesar 0,05 atau 5%. Dengan kriteria sebagai berikut :

Ho diterima, apabila nilai  $F_{hitung} < F_{tabel}$  atau tingkat probabilitas  $< \alpha$  (5%).

Ho ditolak, apabila nilai  $F_{hitung} > F_{tabel}$  atau tingkat probabilitas  $< \alpha$  (5%).

**Tabel 4.8**

**Hasil Perhitungan Uji F Terhadap Hipotesis 2**

ANOVA<sup>b</sup>

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	8185.584	5	1637.117	31.863	.000 <sup>a</sup>
Residual	7398.689	144	51.380		
Total	15584.273	149			

a. Predictors: (Constant), Emphaty, Responiveness, Tangible, Raliabilitas, Assurance

ANOVA<sup>b</sup>

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	8185.584	5	1637.117	31.863	.000 <sup>a</sup>
Residual	7398.689	144	51.380		
Total	15584.273	149			

a. Predictors: (Constant), Emphaty, Responiveness, Tangible, Raliabilitas, Assurance

b. Dependent Variable: Loyalitas

Sumber :Data diolah 2018

Dari hasil perhitungan regresi yang tertuang dalam table diatas menjelaskan bahwa nilai probabilitas (*sig*)adalah  $0,00 < 0,05$  ( $\alpha = 5\%$ ). Sehingga dari hasil tersebut diatas menjelaskan sehingga dapat disimpulkan  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, berarti ada pengaruh yang positif dan signifikan dari *Reliability* (Kehandalan); *Responsiveness* (Daya Tanggap); *Assurance* (Jaminan);*Tangible* (Bentuk Fisik) *Emphaty* (Perhatian) yang secara bersama – sama (simultan) pada variable Loyalitas konsumen Golden Hill di Luwuk Kabupaten Banggai.

**Tabel 4.9**

**Hasil uji koefisien determinasi hipotesis 2**

Model Summary<sup>b</sup>

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics				
					R Square Change	F Change	df1	df2	Sig. F Change
1	.725 <sup>a</sup>	.525	.509	7.168	.525	31.863	5	144	.000

a. Predictors: (Constant), : Loyalitas

Sumber : data di olah, 2018

Berdasarkan table diatas dapat dijelaskan bahwa nilai Adjusted  $R^2$  sebesar 0,509, yang artinya bahwa Kualitas Pelayanan mampu menjelaskan variasi variable Loyalitas Konsumen sebesar 50,9 % sedangkan sisanya 49,1 % dijelaskan oleh variable yang lain diluar model

**D. Uji hipotesis 3, Kepuasan Konsumen berpengaruh positif pada Loyalitas Konsumen Golden Hill di Luwuk Kabupaten Banggai.**

Untuk menjawab pertanyaan pada poin ini maka, dilakukan Analisis regresi uji F. uji ini dilakukan untuk mengetahui seberapa jauh pengaruh Kepuasan Konsumen berpengaruh positif pada Loyalitas konsumen pada *Golden Hill* di Luwuk Kabupaten Banggai.

**Tabel 4.10**  
**Hasil Perhitungan Uji F Terhadap Hipotesis 3**

ANOVA<sup>b</sup>

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	2280.427	1	2280.427	25.369	.000 <sup>a</sup>
Residual	13303.846	148	89.891		
Total	15584.273	149			

a. Predictors: (Constant), Kepuasan

b. Dependent Variable: Loyalitas

Sumber : data di olah, 2018

Dari hasil perhitungan regresi yang tertuang dalam table diatas menjelaskan bahwa nilai probabilitas (*sig*) adalah  $0,00 < 0,05$  ( $\alpha = 5\%$ ). Sehingga dari hasil tersebut diatas menjelaskan sehingga dapat disimpulkan  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, berarti ada pengaruh yang positif dan signifikan dari variable Kepuasan Konsumen pada variable Loyalitas Konsumen Golden Hill di Luwuk Kabupaten Banggai.

**Tabel 4.11**  
**Hasil uji koefisien determinasi hipotesis 3**

Model Summary<sup>b</sup>

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics				
					R Square Change	F Change	df1	df2	Sig. F Change
1	.383 <sup>a</sup>	.146	.141	9.481	.146	25.369	1	148	.000

a. Predictors: (Constant), Kepuasan

Sumber : data di olah, 2018

Berdasarkan tabel diatas dapat dijelaskan bahwa nilai Adjusted R<sup>2</sup> sebesar 0,141, yang artinya bahwa kepuasan konsumen mampu menjelaskan variasi variable Loyalitas Konsumen sebesar 14,1 % sedangkan sisanya 85,9 % dijelaskan oleh variable yang lain diluar model

**E. Kepuasan Konsumen Berperan Sebagai Variabel Pemediasi antara faktor-faktor Kualitas Pelayanan dan Loyalitas Konsumen Golden Hill di Luwuk Kabupaten Banggai.**

Untuk menjawab pertanyaan pada poin ini maka, dilakukan Analisis regresi antara variable Kepuasan Konsumen dengan variable Loyalitas Konsumen. Hal ini dilakukan untuk mengetahui apakah Kepuasan Konsumen berperan sebagai variable pemediasi (*Intervening*) antara Kualitas Layanan dan Loyalitas konsumen pada *Golden Hill* di Luwuk Kabupaten Banggai.

**Tabel 4.12**

**Hasil uji Varibel mediasi (*Intervening*) I**

Model $Y = \alpha_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \beta_4 X_4 + \beta_5 X_5 + e_i$					
Variabel dependen : LK					
R <sup>2</sup> = 0,119					
Adjusted R <sup>2</sup> = 0,113					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	11.008	1.850		5.950	.000
Kualitas Layanan	.167	.037	.344	4.464	.000

a. Dependent Variable: Loyalitas Konsumen (Y)

Sumber : data di olah, 2018

Berdasarkan table diatas dapat dijelaskan bahwa nilai koefisien beta variable kualitas layanan memiliki tanda positif, yaitu sebesar 0,344. Ini menunjukkan bahwa meningkatnya variabel kualitas layanan akan mengakibatkan peningkatan pada variable loyalitas konsumen di *Golden Hill* di Luwuk Kabupaten Banggai.

Hasil pengujian yang ditampilkan pada table 4.12 menunjukkan nilai Adjusted  $R^2 = 0,119$ , menjelaskan bahwa kualitas layanan konsumen sebesar 1,19 %. Sedangkan sisianya sebesar = 98,81 % dijelaskan oleh variable lain yang ada diluar model.

**Tabel 4.13**

**Hasil uji Varibel mediasi (*Intervening*) II**

Model $Y = \alpha_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \beta_4 X_4 + \beta_5 X_5 + e_i$						
Variabel dependen : LK						
$R^2 = 0,146$						
Adjusted $R^2 = 0,141$						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	12.842	1.285		9.994	.000
	Kepuasan Konsumen	.125	.025	.383	5.037	.000

a. Dependent Variable: Loyalitas Konsumen (Y)

Sumber : data di olah, 2018

Berdasarkan table diatas dapat dijelaskan bahwa nilai koefisien beta variable kepuasan konsumen memiliki tanda positif, yaitu sebesar 0,383. Ini menunjukkan bahwa meningkatnya variabel kepuasan konsumen akan mengakibatkan peningkatan pada variable loyalitas konsumen di *Golden Hill* di Luwuk Kabupaten Banggai.

Hasil pengujian yang ditampilkan pada table 4.13 menunjukkan nilai Adjusted  $R^2 = 0,141$ , menjelaskan bahwa kualitas layanan konsumen sebesar 1,41 %. Sedangkan sisianya sebesar = 98,59 % dijelaskan oleh variable lain yang ada diluar model.

Untuk pengujian pada hipotesis 4, dilakukan dengan membandingkan nilai adjusted  $R^2$  antara variable kualitas layanan dan variable kepuasan konsumen dalam kemampuan menjelaskan variasi variable loyalitas konsumen. Hal ini dilakukan untuk memenuhi agar variable kepuasan konsumen berperan sebagai variable pemediasi (*intervening*) antara kualitas pelayanan dan loyalitas konsumen, atau jika  $H_a$  dapat diterima apabila nilai adjusted  $R^2$  pada hasil regresi *intervening* II lebih besar dari pada nilai adjusted  $R^2$  untuk hasil regresi *intervening* I.

Hasil diatas, menunjukkan bahwa terlihat bahwa nilai pada adjusted R<sup>2</sup> regresi *intervening* I adalah sebesar = 0,113, sedangkan nilai pada adjusted R<sup>2</sup> regresi *intervening* II adalah sebesar = 0,141. Sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa Ho diterima dan Ha ditolak, atau memberikan penjelasan bahwa variable kepuasan konsumen berperan sebagai pemediasi (*intervening*) antara variable kualitas pelayanan dan loyalitas konsumen di *Golden Hill* di Luwuk Kabupaten Banggai.

**Tabel 4.13**

**Hasil Perhitungan Analisis Deskriptif**

**Item Statistics**

	Mean	Std. Deviation	N
Loyalitas Konsumen	19.19	3.347	150
Kepuasan Konsumen	50.69	10.227	150
Kualitas Layanan	49.05	6.914	150

Sumber : data di olah, 2018

## **PENUTUP**

### **A. Simpulan**

Dalam penelitian ini dilakukan analisis tentang pengaruh kualitas layanan yang terdiri dari 5 dimensi *Assurance* (Jaminan); *Tangible* (Bentuk Fisik); *Emphaty* (Perhatian); *Reliability* (Kehandalan); *Responsiveness* (Daya Tanggap) pada loyalitas konsumen dengan menggunakan kepuasan konsumen sebagai variable pemediasi (*intervening*). Adapun obyek dalam penelitian ini adalah *Golden Hill* Kabupaten Banggai., dengn jumlah responden 150 orang yang merupakan konsumen *Golden Hill* Kabupaten Banggai.yang ada dijalan dan *Golden Hill* Kabupaten Banggai. Respponden yang dipilih dalam penelitian ini.adalah konsumen yang pernah belanja dan pernah menggunakan produk *Golden Hill* Kabupaten Banggai dengan usia  $\geq 17$  tahun.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variable kualitas layanan mempunyai pengaruh yang positif pada kepuasan konsumen *Golden Hill* Kabupaten Banggai Secara simultan (bersama – sama) dari dimensi kualitas layanan yaitu *Assurance* (Jaminan); *Tangible* (Bentuk Fisik); *Emphaty* (Perhatian); *Reliability* (Kehandalan); *Responsiveness* (Daya Tanggap) berpengaruh positif terhadap kepuasana konsumen di *Golden Hill* Kabupaten

Banggai akan tetapi secara parsial dari 5 dimensi kualitas layanan yaitu *Assurance* (Jaminan); *Tangible* (Bentuk Fisik); *Emphaty* (Perhatian) memiliki tingkat probabilitas  $< \alpha$  (0,05) sedangkan dimensi *Reliability* (Kehandalan); *Responsiveness* (Daya Tanggap) memiliki tingkat probabilitas  $> \alpha$  (0,05), sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa ada 3 dimensi kualitas layanan secara parsial berpengaruh positif dan signifikan pada variable kepuasan konsumen pada *Golden Hill* Kabupaten Banggai. Selanjutnya pada pengujian selanjutnya menunjukkan variable kepuasan konsumen berpengaruh positif pada variable loyalitas konsumen, dimana hal ini menunjukkan bahwa tingkat kepuasan konsumen yang tinggi akan mengakibatkan tingginya tingkat loyalitas konsumen.

Penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas layanan mempunyai pengaruh pada loyalitas konsumen, yang berarti bahwa tingkat kualitas layanan yang tinggi akan mengakibatkan tingginya tingkat loyalitas konsumen, begitupula sebaliknya. Hal ini disebabkan oleh letak toko/gerai *Golden Hill* sangat dekat dengan konsumen. Sehingga kemauan konsumen untuk melakukan belanja dengan berulang – ulang untuk memenuhi kebutuhannya di *Golden Hill* bukan karena puasnya pada perusahaan itu, tapi kemudahannya untuk menjangkau gerai tersebut.

## **B. Saran**

Berdasarkan kesimpulan yang diambil oleh peneliti dari penelitian ini maka penulis menyarankan :

*Golden Hill* kabupaten Banggai harus terus meningkatkan kualitas layanannya, dan tidak pernah berhenti dalam menemukan ide – ide dalam memberikan pelayanan kepada konsumennya, misalnya memberikan bonus atau cendera mata pada produk tertentu sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Perlu dilakukan penelitian lanjutan pada toko/gerai *Golden Hill* Kabupaten Banggai, misalnya pengaruh lokasi toko/gerai *Golden Hil* Kabupaten Banggai pada kepuasan konsumen.

## **DAFTAR PUSTAKA**

- Bahri, S. (2011) *Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Pada Kepuasan Dan Dampaknya Pada Loyalitas Konsumen Indomart Yogyakarta*. Yogyakarta, Thesis Program Pasca Sarjana Universitas Muhammadiyah, Yogyakarta.



- Bahri, S. (2007) *Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Dealer Sepeda Motor Yamaha Jalan Mayjend. Sutoyo Yogyakarta, Skripsi Program Sarjana Universitas Ahmad Dahlan, Yogyakarta*
- Dharmayanti (2006). *Analisis Dampak Service Performance dan Kepuasan Sebagai Moderating Terhadap Loyalitas Nasabah (Studi Pada Nasabah Tabungan Bank Mandiri Cabang Surabaya)*. Jurnal manajemen pemasaran, Vol I, No.I, Hal. 35-43, Surabaya : Universitas Kristen Petra.
- Dharmmesta, B. S., dan T. H. Hamdoko. (2000). *Manajemen Pemasaran: Analisa sebagai panduan bagi peneliti*. Jurnal Ekonomi dan Bisnis Indonesia, Vol. 14, No. 3, hal. 73-88, Yogyakarta : Universitas Gajah Mada.
- Foster, B. (2008), *Manajemen Ritel*. Bandung: Alfabeta.
- Golden Hill. (2015). *Profil Perusahaan*. Dalam <http://blogger.goldenhill/luwuk> di akses 05 Maret 2017
- Imam Ghozali (2013), *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*, Semarang, : Unibversitas Diponegoro.
- Imam dan Suharyani. (2001). *Pengolahan data Elektronik*. Yogyakarta : Fakultas Ekonomi Unversitas Ahmad Dahlan.
- Lopiyoadi, S. (2007). *Manajemen Pemasaran Jasa : Teori dan Praktik*. Jakarta : Salemba Empat
- Nurhayati (2007). *Analisis Pengaruh Kualitas Jasa Pada Kepuasan Diklat Di BLPT Yogyakarta Dan Dampaknya pada loyalitas konsumen*. Yogyakarta, Skripsi program Manajemen Universitas Muhammadiyah, Yogyakarta
- Sekaran, U. (2003), *Research Methods For Business: A Skill Building Approach*. New York: John Wiley & Sons, Inc
- Sugiyono (2007) *Statistik Untuk Penelitian*. Bandung: Alfabeta
- (2010) *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R & D*. Bandung : Alfabeta