

**LOYALITAS KONSUMEN TEPUNG MATA BERAS DIPENGARUHI OLEH
KUALITAS LAYANAN MELALUI KEPUASAN KONSUMEN
PT. LANDAS NIMPUNA JAKARTA SELATAN**

M. Malik Ibrahim Aziz ¹⁾ dan Eddy Sanusi. S ²⁾

¹⁾ Mahasiswa Program Studi Manajemen FE UNKRIS

²⁾ Dosen, Program Studi Manajemen, FE UNKRIS

Alamat: Kampus UNKRIS, Jatiwaringin Jakarta Timur

Email: maulanamuhammadazizibrahim@gmail.com 1) dan eddy.sanusi23@gmail.com

ABSTRACT

The purpose of the research is to analyze consumer loyalty which is influenced by service quality through consumer satisfaction with rice flour products of PT. Landas Nimpuna Jakarta Selatan. This research method uses quantitative methods through distributing questionnaires. This study was using the census method. The analysis method uses path analysis. The research results found that: there is an influence of service quality on consumer loyalty, there is an influence of consumer satisfaction on consumer loyalty, there is an influence of service quality on consumer satisfaction, and there is an influence of service quality on consumer loyalty through consumer satisfaction with rice flour products of PT. Landas Nimpuna Jakarta Selatan.

Keywords: Service quality (;) consumer loyalty (;) consumer satisfaction

ABSTRAK

Tujuan penelitian untuk menganalisis loyalitas konsumen dipengaruhi oleh kualitas layanan melalui kepuasan konsumen produk tepung mata beras PT. Landas Nimpuna Jakarta Selatan. Metode penelitian ini menggunakan metode kuantitatif melalui penyebaran kuisioner. Penelitian ini menggunakan metode sensus. Metode analisis menggunakan analisis jalur. Hasil penelitian menemukan bahwa: terdapat pengaruh kualitas layanan terhadap loyalitas konsumen, terdapat pengaruh kepuasan konsumen terhadap loyalitas konsumen, terdapat pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen, dan terdapat pengaruh kualitas layanan terhadap loyalitas konsumen melalui kepuasan konsumen produk tepung mata beras PT. Landas Nimpuna Jakarta Selatan.

Kata Kunci: Kualitas layanan (;) loyalitas konsumen (;) kepuasan konsumen.

PENDAHULUAN

Saat ini, iklim kompetisi dalam dunia perdagangan semakin terasa. Di sisi lain perubahan lingkungan yang demikian pesat semakin mendukung kompetisi yang sedang terjadi saat ini. Salah satu tujuan utama aktivitas pemasaran seringkali dilihat dari pencapaian loyalitas konsumen. Loyalitas konsumen merupakan bagian terpenting pada pengulangan pembelian pada konsumen dan memiliki korelasi yang positif dengan performa bisnis. Selain itu perusahaan harus melakukan tindakan perbaikan layanan yang sistematis merupakan payung yang menentukan dalam menindaklanjuti komplain konsumen dari suatu kegagalan sehingga pada akhirnya mampu meningkatkan loyalitas konsumen dan memberikan kepuasan konsumen. Kepuasan konsumen juga menjadi parameter penting sehingga bisnis dapat terus berkelanjutan. Pemasaran merupakan hal

yang sangat penting sejalan dengan semakin tinggi dan bertambahnya kebutuhan masyarakat akan layanan yang berkualitas menjadikan persaingan semakin ketat dalam lingkungan bisnis yang terus berkembang. Indikator untuk mengukur kepuasan konsumen menurut Indrasari (2019), adalah sebagai berikut: 1) Kesesuaian harapan; 2) Minat berkunjung Kembali; dan 3) Kesediaan merekomendasikan.

Secara umum pemasaran dapat dikatakan sebagai pola pikir yang menyadari bahwa perusahaan tidak dapat bertahan tanpa adanya konsumen. Perusahaan harus dapat memasarkan barang atau jasa yang diproduksi kepada konsumen agar dapat bertahan dan bersaing dengan perusahaan lain. Perusahaan juga memerlukan Manajemen pemasaran sehingga proses analisis, perencanaan, implementasi, serta pengendalian atas program-program yang di desain untuk menciptakan, membangun, dan menjaga pertukaran yang menguntungkan dengan pembeli sasaran untuk mencapai tujuan-tujuan organisasional.

Loyalitas tercipta karena adanya kepuasan dari konsumen yang merasakan layanan lebih dari harapan mereka. Perusahaan harus mengetahui apa yang diharapkan oleh konsumen. Perusahaan secara tidak langsung akan menimbulkan dampak positif bagi perjalanan hidup perusahaan dalam jangka panjang, seperti apa yang di katakan para ahli Hidayat (2019) loyalitas konsumen adalah konsumen berkomitmen terhadap barang atau jasa yang berdasarkan sikap positif dan juga pembelian ulang secara terus menerus. Dengan demikian fenomena dari loyalitas konsumen pada perusahaan PT. Landas Nimpuna Jakarta Selatan menghadapi beberapa permasalahan yang terlihat di lapangan seperti masih adanya konsumen yang merasa kurang puas atas apa yang mereka harapkan terhadap produk yang di tawarkan oleh perusahaan, yang akhirnya mempengaruhi terhadap loyalitas konsumen terhadap produk yang di tawarkan oleh perusahaan.

Indikator loyalitas konsumen menurut Hidayat (2019), ada 5T yaitu: 1) *Trust* (memercayai) adalah suatu penanggapan kepercayaan dari konsumen terhadap pasar; 2) *Emotion commitment* (komitmen emosi) adalah berkomitmen psikologi dari konsumen terhadap pasar.; 3) *Switching cost* (biaya peralihan) adalah suatu penanggapan konsumen tentang adanya menerima suatu beban ketika terjadi perubahan; 4) *Word of mouth* (dari mulut ke mulut) adalah konsumen melakukan publisitas terhadap suatu pasar; dan 5) *Cooperation* (kerjasama) adalah perilaku yang menunjukkan suatu sikap konsumen bekerja sama dengan pasar)

Perusahaan dituntut dapat memberikan kepuasan konsumen dari segi kualitas layanan. Konsep ini sering disebut konsep pemasaran yang menitikberatkan pada kebutuhan konsumen dengan kualitas layanannya atau produk nya, sehingga konsumen merasa puas yang dihasilkan sesuai dengan yang diinginkan oleh konsumen. Kualitas layanan bisa juga disebut sebagai kualitas jasa, menurut Kotler (2018), kualitas layanan berpusat pada upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampaiannya untuk mengimbangi harapan konsumen. Persaingan layanan terhadap konsumen semakin ketat, unit-unit layanan perusahaan mata beras yang dahulu hanya terkesan memberikan layanan dengan seadanya kini dituntut mampu melayani kebutuhan dan keinginan konsumen dengan prima yang memiliki daya saing untuk mampu berbicara. Kualitas layanan di perusahaan PT. Landas nimpuna Jakarta selatan dengan layanan nya cenderung lambat di karenakan pengiriman produk terlalu lama untuk sampai kepada pembeli.

Indikator kualitas layanan menurut Kotler (2018) yang di bagi dalam lima indikator di antaranya sebagai berikut.: 1) Realibilitas (*reliability*); 2) Daya tanggap (*responsivenees*); 3) Jaminan (*assurance*); 4) Empati (*empathy*); dan 5) Bukti fisik (*tangibles*).

Commented [Ma1]: Pendahuluan : Sebaiknya ditambahkan Penelitian terdahulu (Penelitian sebelumnya) supaya tampil gap research. Kemudian sebaiknya hindari teori-teori dasar, kemukakan teori-teori yang lebih mendalam.

Setiap perusahaan mempunyai tujuan untuk dapat memberikan kepuasan kepada konsumennya, antara lain dengan cara mengetahui kebutuhan dan keinginan konsumen. Kepuasan konsumen akan tercapai apabila kualitas layanan yang di berikan sesuai dengan kebutuhan dan harapan dari konsumen itu sendiri. Syarat yang harus dipenuhi oleh suatu perusahaan agar dapat sukses dalam persaingan adalah berusaha untuk menciptakan dan mempertahankan konsumen. Menurut Indrasari (2019) berpendapat bahwa kepuasan konsumen adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja produk yang dia rasakan dengan harapan nya. Fenomena kepuasan konsumen terlihat dari adanya konsumen yang merasa kurang berkesan oleh staf yang bekerja di perusahaan tersebut kurang ramah dalam melayani konsumen dan kurang senyum dalam melayani tamu-tamu dan konsumen yang datang.

Kepuasan konsumen memiliki peran penting dalam sebuah perusahaan karena dapat mempengaruhi loyalitas konsumen, loyalitas konsumen dapat berkontribusi secara positif terhadap pertumbuhan jangka panjang dan reputasi perusahaan. Setelah konsumen merasa puas dengan jasa maupun produk yang diterimanya, maka tingkatan selanjutnya konsumen akan membandingkan dengan layanan yang diterimanya. Ketika konsumen merasa puas akan melakukan pembelian ulang dan merekomendasikan kepada orang lain ditempat yang sama. Oleh karna itu perusahaan harus memikirkan dan mempertimbangkan pentingnya loyalitas konsumen di pengaruhi oleh kualitas layanan melalui kepuasan konsumen sehingga perusahaan bisa mempertahankan bisnis dan persaingan.

Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis loyalitas konsumen Tepung Mata Beras dipengaruhi oleh kualitas layanan melalui kepuasan konsumen PT. Landas Nimpuna Jakarta Selatan.

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Populasi penelitian ini adalah konsumen PT Landas Nimpuna Jakarta Selatan yang berjumlah 61 orang. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini berpedoman pada pendapat (Arikunto, 2016) yang menyatakan bahwa jika populasi kurang dari 100 lebih baik semua di ambil sebagai sampel sehingga penelitian ini merupakan penelitian sensus. Sensus merupakan teknik pengumpulan sampel bila keseluruhan anggota populasi dijadikan sampel. Hal ini dilakukan karena jumlah populasi relatif sedikit. Merujuk atas pernyataan tersebut, maka jumlah sampel yang digunakan adalah 61 konsumen pada PT. Landas Nimpuna Jakarta Selatan. Metode analisis menggunakan analisis jalur (*path analysis*).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian

Hasil uji validitas

Pengujian validitas ini dilakukan untuk menguji apakah tiap butir pernyataan telah mewakili indikator yang akan diteliti, persyaratan minimum untuk dikatakan valid adalah $r = 0,30$. Jadi, apabila korelasi antara butir-butir item pernyataan dengan skor total kurang dari 0,30, maka butiran dalam instrumen tersebut dapat dikatakan tidak valid. Uji validitas dilakukan dengan melihat korelasi antara skor masing-masing item pernyataan dengan skor total. (Sugiyono, 2018). Dari perhitungan koefisien korelasi skor tiap butir pernyataan dari 61 responden tentang instrumen loyalitas konsumen, dengan jumlah 10 butir pernyataan; kualitas layanan 10 butir pernyataan dan kepuasan konsumen 6 butir

Commented [Ma2]: Metode Penelitian Tambahkan tabel populasi Sampel untuk memperjelas Unit Analisis. Tampilkan Kisi-kisi instrument teori pendukungnya

Commented [Ma3]: Pembahasan : Hanya menyajikan hasil penelitian saja, namun hasil diskusi dan pembahasan tidak ditampilkan. sebaiknya uraikan sebuah pembahasan interpretasinya.

pernyataan dengan total skor setiap responden diperoleh hasil r hitung lebih besar dari r kritis 0,300.

Hasil uji reliabilitas

Pengujian reliabilitas ini dilakukan untuk menguji seberapa jauh hasil pengukuran yang dapat diandalkan secara konsisten. Pada tabel hasil pengujian reliabilitas berikut, diketahui bahwa semua variabel mempunyai alpha di atas 0,6 yang berarti bahwa semua variabel dalam penelitian ini dapat diandalkan. Berdasarkan Tabel 1, dapat disimpulkan bahwa nilai *Cronbach's Alpha* positif dimana lebih besar dari 0,6 yang merupakan batas minimal koefisien reliabilitas dapat dianggap baik dan reliabel.

Tabel 1: Hasil Uji Reliabilitas Variabel

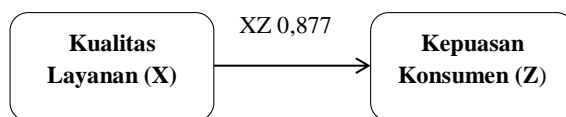
Variabel	Cronbach's Alpha	Keterangan
Loyalitas Konsumen	0.932	Reliabel
Kualitas layanan	0.966	Reliabel
Kepuasan Konsumen	0.945	Reliabel

Sumber: Hasil pengolahan data, 2024

Analisis jalur

$$\text{Substruktur 1: } Z = PZX + \epsilon$$

Besarnya nilai *R square* (r^2) adalah 0,770, artinya variabel kualitas layanan memberikan sumbangan kepada variabel kepuasan konsumen PT. Landas Nimpuna Jakarta Selatan sebesar 77,0%, sedangkan sisanya sebesar 23,0% disumbangkan variabel lain yang tidak diteliti. Untuk mengetahui apakah ada pengaruh linier antara kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen PT. Landas Nimpuna Jakarta Selatan, untuk melihat besarnya pengaruh variabel tersebut digunakan nilai beta atau koefisien standar. Berdasarkan hasil penelitian, diperoleh nilai t hitung sebesar 14,048 lebih besar dari t tabel sebesar 2,00, artinya ada pengaruh positif dan signifikan kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen PT. Landas Nimpuna Jakarta Selatan. Besarnya pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen PT. Landas Nimpuna Jakarta Selatan sebesar 0.877.



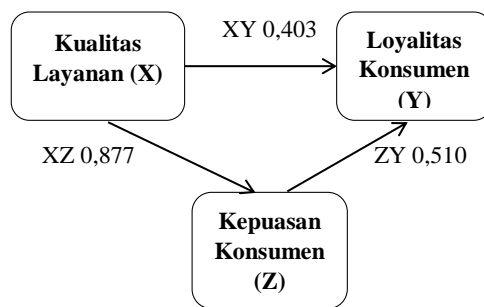
Gambar 1: Hasil *Path Analysis* Substruktur 1

$$\text{Substruktur 2: } Y = PYX + PYZ + \epsilon$$

Besarnya nilai *R square* (r^2) adalah 0,782, artinya variabel kualitas layanan dan kepuasan konsumen memberikan sumbangan kepada variabel loyalitas layanan PT. Landas Nimpuna Jakarta Selatan sebesar 78,2%, sedangkan sisanya sebesar 21,8% disumbangkan variabel lain yang tidak diteliti. Untuk mengetahui apakah ada pengaruh linier antara loyalitas konsumen terhadap kualitas layanan melalui variabel kepuasan konsumen PT. Landas Nimpuna Jakarta Selatan sebagai variabel *intervening*, untuk melihat besarnya pengaruh variabel tersebut digunakan nilai beta atau koefisien standar.

Berdasarkan hasil penelitian, diperoleh nilai t_{hitung} sebesar 3,154 lebih besar dari t_{tabel} sebesar 2,001, artinya ada pengaruh positif dan signifikan kualitas layanan terhadap loyalitas konsumen PT. Landas Nimpuna Jakarta Selatan. Besarnya pengaruh kualitas layanan terhadap loyalitas konsumen terhadap loyalitas konsumen PT. Landas Nimpuna Jakarta Selatan sebesar 0.403.

Berdasarkan hasil penelitian, diperoleh nilai t_{hitung} sebesar 3,995 lebih besar dari t_{tabel} sebesar 2,001, artinya ada pengaruh positif dan signifikan kepuasan konsumen terhadap loyalitas konsumen PT. Landas Nimpuna Jakarta Selatan. Besarnya pengaruh kepuasan konsumen terhadap loyalitas konsumen PT. Landas Nimpuna Jakarta Selatan sebesar 0.510.



Gambar 2: Hasil *Path Analysis* Substruktur 2

Berdasarkan hasil perhitungan diagram jalur tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut: Untuk menghitung pengaruh langsung (*direct effect*), digunakan formula sebagai berikut: 1) Pengaruh variabel kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen $X \rightarrow Z = 0.877$; 2) Pengaruh variabel kualitas layanan terhadap loyalitas konsumen $X \rightarrow Y = 0.403$; 3) Pengaruh variabel kepuasan konsumen terhadap loyalitas konsumen $Z \rightarrow Y = 0.510$.

Untuk menghitung pengaruh tidak langsung (*indirect effect*), digunakan formula sebagai berikut: pengaruh variabel kualitas layanan terhadap loyalitas konsumen melalui kepuasan konsumen $X \rightarrow Z \rightarrow Y = (0,877 \times 0,510) = 0.447$.

Pengaruh total (*total effect*), Pengaruh variabel kualitas layanan terhadap loyalitas konsumen melalui kepuasan konsumen: $(X \rightarrow Y) + (X \rightarrow Z \rightarrow Y) = 0,403 + (0,877 \times 0,510) = 0,403 + 0,447 = 0,850$.

Persamaan struktural untuk model persamaan tersebut adalah: 1) Persamaan sub struktur 1: $Z = 0,877 + \epsilon_1$, 2) Persamaan sub struktur 2: $Y = 0,403 + 0,510 + \epsilon_2$

Hasil Pengujian hipotesis

Hasil pengujian hipotesis pertama

Hasil analisis untuk mengetahui pengaruh secara langsung kualitas layanan (X) terhadap loyalitas konsumen (Y) menghasilkan model sebagai berikut: $Y = 0,403 X$. Koefisien kualitas layanan sebesar 0,403, berarti setiap ada peningkatan kualitas layanan satu kali, maka akan meningkatkan loyalitas konsumen PT. Landas Nimpuna Jakarta Selatan sebesar 0,403 satuan. Berdasarkan hasil uji signifikansi didapatkan nilai

signifikansi sebesar 0,003 di mana nilai tersebut kecil dari 0,05 dan dapat dilihat dari t tabel dan t hitung yaitu t hitung sebesar 3,154 dan t tabel sebesar 2,001. Berarti H_0 ditolak dan H_a diterima. Artinya kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen PT. Landas Nimpuna Jakarta Selatan.

Hasil pengujian hipotesis kedua

Hasil analisis untuk mengetahui pengaruh secara langsung kepuasan konsumen (Z) terhadap loyalitas konsumen (Y) menghasilkan model sebagai berikut: $Y = 0,510 Z$. Koefisien kepuasan konsumen sebesar 0,510, berarti setiap ada peningkatan kepuasan konsumen satu kali, maka akan meningkatkan loyalitas konsumen PT. Landas Nimpuna Jakarta Selatan sebesar 0,510 satuan. Berdasarkan hasil uji signifikansi didapatkan nilai signifikansi sebesar 0,000 di mana nilai tersebut kurang dari 0,05 dan dapat dilihat dari t tabel dan t hitung yaitu t hitung sebesar 3,995 dan t tabel sebesar 2,001. Berarti H_0 ditolak dan H_a diterima. Artinya kepuasan konsumen berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen PT. Landas Nimpuna Jakarta Selatan.

Hasil pengujian hipotesis ketiga

Hasil analisis untuk mengetahui pengaruh secara langsung kualitas layanan (X) terhadap kepuasan konsumen (Z) menghasilkan model sebagai berikut: $Z = 0,877 X$. Koefisien kualitas layanan sebesar 0,877, berarti setiap ada peningkatan kualitas layanan satu kali, maka akan meningkatkan kepuasan konsumen pada PT. Landas Nimpuna Jakarta Selatan sebesar 0,877 satuan. Berdasarkan hasil uji signifikansi didapatkan nilai signifikansi sebesar 0,000 di mana nilai tersebut kurang dari 0,05 dan dapat dilihat dari t tabel dan t hitung yaitu t hitung sebesar 14,048 dan t tabel sebesar 2,001. Berarti H_0 ditolak dan H_a diterima. Artinya kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada PT. Landas Nimpuna Jakarta Selatan.

Hasil pengujian hipotesis keempat

Hasil analisis untuk mengetahui pengaruh secara tidak langsung kualitas layanan (X) terhadap loyalitas konsumen (Y) melalui kepuasan konsumen (Z) menghasilkan model sebagai berikut: $X \rightarrow Z \rightarrow Y = (0,877 \times 0,510) = 0,447$. Berdasarkan perhitungan yang telah dilakukan didapatkan pengaruh langsung dari kualitas layanan (X) terhadap loyalitas konsumen (Y) atau P_{YX} adalah sebesar 0,403. Sedangkan pengaruh tidak langsung dari kualitas layanan (X) terhadap loyalitas konsumen (Y) melalui kepuasan konsumen (Z) atau P_{XYZ} adalah sebesar 0,447. Karena melalui variabel *intervening* yaitu kepuasan konsumen (Z). Pengaruh langsung lebih kecil dibandingkan dengan pengaruh tidak langsung sehingga H_0 ditolak dan H_a diterima. Artinya terdapat berpengaruh kualitas layanan terhadap loyalitas konsumen PT. Landas Nimpuna Jakarta Selatan melalui kepuasan konsumen. Atau dengan kata lain variabel kepuasan konsumen (Z) dapat memediasi hubungan antara kualitas layanan (X) dan loyalitas konsumen (Y).

Pembahasan

Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Loyalitas Konsumen PT. Landas Nimpuna Jakarta Selatan

Dari hasil penelitian menunjukkan bahwa adanya peningkatan kualitas layanan akan mendukung meningkatkan loyalitas konsumen. Hal ini berarti bahwa memberikan layanan yang memuaskan, memberikan layanan dengan tanggap, mencakup pengetahuan, kompetensi, kesopanan, sifat dapat di percaya, berkomunikasi dengan baik dan fasilitas fisik.

menurut para responden merupakan faktor yang penting dalam meningkatkan loyalitas konsumen. Perusahaan memiliki kualitas layanan yang baik, mampu menjadi sebuah acuan bagi suatu perusahaan untuk memiliki nilai yang baik di mata konsumen, dan produsen mampu memberikan hasil kerja yang optimal. Dalam dunia bisnis kualitas layanan yang dimiliki perusahaan, memiliki peranan yang sangat penting, dikarenakan dapat membantu dalam memuaskan konsumen, dan memiliki peran penting bagi keuntungan perusahaan. Kualitas layanan yang baik akan mempercepat pencapaian tujuan perusahaan untuk memiliki konsumen yang banyak, sedangkan kualitas layanan yang buruk akan menjadi penghalang dan memperlambat pencapaian tujuan perusahaan. Perusahaan yang memiliki kualitas layanan yang tinggi maka akan memiliki pelanggan yang setia terhadap produk, karena konsumen tahu perusahaan yang memiliki kualitas layanan yang tinggi pasti mempunyai produk yang bagus, sedangkan perusahaan yang tidak memiliki kualitas layanan yang tinggi maka perusahaan tersebut akan mengalami penurunan pemasukan di karenakan konsumen tidak suka dengan pelayanannya. Produsen yang memiliki empaty yaitu memiliki komunikasi yang baik dengan konsumen dan pemahaman kebutuhan individual para pelanggan, Dengan mengikuti prosedur perusahaan yang ada, maka hal tersebut akan meminimalisir timbulnya kesalahan pihak perusahaan terhadap pelanggan. Loyalitas yang dimiliki konsumen terhadap perusahaan akan lebih meningkat apabila produsen selalu mengikuti prosedur perusahaan dengan penuh rasa tanggung jawab dan memiliki reliabilitas yaitu kemampuan memberikan layanan yang di janjikan dengan segera. Dari memberikan layanan yang baik, maka suatu perusahaan akan mendapatkan hasil yang baik dan konsumen akan senang dengan layanan perusahaan, sehingga target atau tujuan perusahaan dapat tercapai. Oleh karena itu perusahaan diharapkan lebih baik lagi dalam meningkatkan kualitas layanan yang baik sehingga konsumen menjadi loyal terhadap perusahaan. Hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Wahyuni dan Ghozali (2019), Wiyono *et al.*, (2021), Hermanto *et al.*, (2019), serta Saputri *et al.*, (2019), yang menyatakan bahwa kualitas layanan dapat mendukung peningkatan loyalitas konsumen.

Pengaruh Kepuasan Konsumen terhadap Loyalitas Konsumen PT. Landas Nimpuna Jakarta Selatan

Dari hasil penelitian menunjukkan bahwa adanya peningkatan kepuasan konsumen akan mendukung peningkatan loyalitas konsumen. Hal ini berarti bahwa dalam melakukan suatu pekerjaan, produsen mampu memuaskan konsumen, dapat membuat konsumen menjadi loyal dan semakin semangat dalam mengajak orang-orang untuk membeli produk tepung mata beras. Kepuasan pelanggan yang ditinjau dari sisi pelanggan yaitu mengenai apa yang telah dirasakan atas pelayanan yang telah diberikan dibandingkan dengan apa yang mereka inginkan. Pada dasarnya tujuan dari suatu bisnis adalah untuk menciptakan pelanggan yang merasa puas, seperti memberi fasilitas yaitu menyediakan air minum, tempat duduk yang nyaman hingga konsumen menjadi puas dengan fasilitas yang seperti itu di perusahaan dan menjadi loyal terhadap perusahaan. Hal ini memberikan beberapa manfaat diantaranya hubungan antara perusahaan dan pelanggan menjadi harmonis, memberikan dasar yang baik bagi pembelian ulang dan terciptanya loyalitas pelanggan.

Kepuasan pelanggan merupakan faktor yang sangat menentukan dalam pemasaran, sebaliknya kekecewaan pelanggan dalam memberi layanan yang buruk terhadap pelanggan bisa menjadikan kehancuran perusahaan di masa mendatang. Dalam pasar yang tingkat berhubungan, yang artinya bila ada usaha dari perusahaan untuk meningkatkan kepuasan pada pelanggan maka loyalitas pelanggan juga akan meningkat begitu pula sebaliknya bila perusahaan atau badan usaha menurunkan kepuasan pada pelanggan maka secara otomatis

loyalitas pelanggan juga akan menurun. Dari adanya kepuasan konsumen perebutan konsumen yang tingkat persaingannya cukup tinggi, perusahaan mulai bersaing untuk memberikan kepuasan kepada pelanggannya agar pelanggan mempunyai kesetiaan yang tinggi terhadap produk yang ditawarkan oleh produsen. bahwa loyalitas pelanggan merupakan suatu variabel yang disebabkan oleh kombinasi dari kepuasan sehingga loyalitas pelanggan merupakan fungsi dari kepuasan. Jika hubungan antara kepuasan dengan loyalitas pelanggan adalah positif. Hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian yang telah dilakukan oleh Cahyani *et al*, (2021) dan (Supertini, 2020), yang menyatakan bahwa kepuasan konsumen dapat meningkatkan loyalitas konsumen.

Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Konsumen PT. Landas Nimpuna Jakarta Selatan

Dari hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas layanan dapat mendorong peningkatan kepuasan konsumen PT. Landas Nimpuna Jakarta Selatan. Kualitas layanan memiliki peran penting dalam menciptakan kepuasan pelanggan. Persepsi pelanggan mengenai kualitas layanan perusahaan baik atau tidaknya tergantung antara kesesuaian dan keinginan kualitas layanan yang diperolehnya. Kualitas layanan yang diberikan menjadi suatu tolak ukur kepuasan pelanggan. Bila kualitas layanan yang dirasakan lebih kecil dari pada yang diharapkan maka pelanggan akan merasa kecewa dan tidak puas bahkan memberi dampak negatif lainnya pada perusahaan. Perusahaan memiliki kualitas layanan dapat menciptakan kepuasan konsumen menjadi lebih baik. Kualitas layanan yang diterapkan dalam suatu perusahaan dapat membentuk strategi pemasaran yang baik sesuai dengan apa yang diharapkan. di era saat ini sangat ketat di dalam dunia perbisnisan, pesaing memiliki strategi pemasaran yang baik dan memiliki tingkat kualitas yang tinggi dalam melakukan pelayanan, sedangkan untuk mendapatkan pelayanan yang berkualitas banyak hal yang perlu diperhatikan terutama kebutuhan dan keinginan yang setiap saat berubah, produsen dapat menghasilkan produk yang sesuai dengan apa yang diinginkan dan di butuhkan konsumen maka konsumen akan merasa puas, dengan demikian produsen memiliki sikap yang baik akan dapat mempengaruhi kepuasan konsumen. Layanan yang baik dan nyaman ini dapat menumbuhkan dorongan kepada konsumen agar konsumen minat berkunjung kembali dan merasa puas. Kualitas layanan pengaruh langsung terhadap kepuasan konsumen dan faktor lainnya, salah satu contoh ketika suatu perusahaan ingin terus berinovasi dan berkembang dibutuhkan produsen yang memiliki sikap ramah terhadap semua konsumen dan juga memiliki kompetensi, kualitas pelayanan merupakan bagian yang sangat penting yang harus dimiliki oleh produsen sehingga konsumen merasa puas dan nyaman. Hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Gurnadi dan Erdiansyah, (2019), yang menyatakan bahwa kualitas layanan dapat mendorong peningkatan kepuasan konsumen

Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Loyalitas Konsumen PT. Landas Nimpuna Jakarta Selatan Melalui Kepuasan Konsumen

Berdasarkan hasil uji hipotesis menggunakan analisis jalur, didapatkan hipotesis keempat dalam penelitian ini dapat diterima. Artinya terdapat pengaruh kualitas layanan terhadap loyalitas konsumen PT. Landas Nimpuna Jakarta Selatan melalui kepuasan konsumen. Dengan demikian kepuasan konsumen dapat memediasi hubungan antara kualitas layanan dan loyalitas konsumen. Pengaruh langsung kualitas layanan terhadap kepuasan kerja karyawan lebih besar daripada pengaruh tidak langsung dari kepemimpinan terhadap loyalitas konsumen melalui kepuasan konsumen.

Dalam penelitian ini ada dua faktor yang dapat mempengaruhi loyalitas konsumen yaitu kualitas layanan dan kepuasan konsumen. Pada saat ini persaingan di dunia bisnis semakin meningkat, kunci keberhasilan perusahaan dalam mencapai hal tersebut sangat bergantung juga terhadap kualitas layanan yang dimiliki perusahaan. Kualitas layanan terdiri dari kemampuan memberikan layanan yang di janjikan dengan segera, membantu para pelanggan dan memberikan layanan dengan tanggap, mencangkup pengetahuan kopetensi dan kesopanan, memiliki pemahaman komunikasi dengan baik dan yang terakhir yaitu meliputi fasilitas fisik seperti perlengkapan, dan sarana komunikasi. Dari layanan yang baik bisa memuaskan konsumen sehingga konsumen merasa puas dan loyal. Dari loyalitas konsumen dapat meningkatkan perusahaan dengan seiring berjalannya waktu. Selain perlunya memiliki kualitas layanan yang baik, sikap layanan dalam menangani konsumen dapat mempengaruhi loyalitas konsumen melalui kepuasan konsumen. Kepuasan konsumen sangat berpengaruh besar terhadap loyalitas konsumen dikarenakan kepuasan konsumen dapat membuat konsumen merasa puas sehingga konsumen akan terus menerus datang ke perusahaan untuk memuaskan keinginannya dengan memiliki Produk Tepung Mata Beras.

Perusahaan maupun pimpinan dalam perusahaan perlu menciptakan kualitas pelayanan yang baik, nyaman, dan aman agar konsumen terus menerus minat berkunjung kembali. Konsumen yang memiliki sikap pemaarah produsen harus memiliki sikap penyabar, harus teteap layani dengan baik akan menyelesaikan permasalahan secara tenang, oleh karna itu konsumen akan merasa puas terhadap pelayanan yang baik dan akan minat berkunjung kembali untuk membeli lagi produk Tepung Mata Beras. itulah mengapa perusahaan harus memiliki kualitas pelayanan dengan baik. Hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian terdahulu yang dilakukan oleh ulisetiari, (2021), Scherly, (2021) dan Furoida dan Maftukhah, (2018), yang menyatakan bahwa kualitas layanan mendukung peningkatan loyalitas konsumen melalui kepuasan konsumen.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan pada konsumen PT. Landas Nimpuna Jakarta Selatan dapat disimpulkan sebagai berikut: 1) Kualitas layanan secara langsung dapat meningkatkan loyalitas konsumen PT. Landas Nimpuna Jakarta Selatan; 2) Kepuasan konsumen secara langsung dapat meningkatkan loyalitas konsumen PT. Landas Nimpuna Jakarta Selatan; 3) Kualitas layanan secara langsung dapat meningkatkan kepuasan konsumen PT. Landas Nimpuna Jakarta Selatan; dan 4) Kualitas layanan secara tidak langsung mendukung peningkatan loyalitas konsumen PT. Landas Nimpuna Jakarta Selatan melalui kepuasan konsumen.

Saran

Adapun saran-saran yang dapat disampaikan adalah sebagai berikut: 1) Berkaitan dengan kualitas pelayanan, disarankan agar PT. Landas Nimpuna Jakarta Selatan lebih baik lagi dalam meningkatkan kualitas pelayanan kepada konsumen, agar konsumen merasa puas dan menjadi loyal. Adanya kualitas pelayanan yang baik, maka dapat meningkatkan loyalitas konsumen terhadap perusahaan jika perusahaan mampu memberikan kepuasan terhadap kounsumen. Dari analisis penelitian ini membuktikan produsen cenderung setuju bahwa meningkatkan kualitas pelayanan di perusahaan menjadi hal yang dapat mempengaruhi loyalitas konsumen, salah satunya produsen melayani konsumen sesuai dengan indikator kualitas pelayanan. Perusahaan perlu memperhatikan

dalam memberikan kualitas pelayanan yang tidak baik untuk konsumen agar meminimalisir kesalahan yang terjadi berulang-ulang. Harapan dengan terbentuknya dan terlaksananya kualitas pelayanan ini akan lebih memperhatikan dalam melayani konsumen dengan baik dan bisa membuat konsumen nyaman; 2) Berkaitan dengan kepuasan konsumen, disarankan agar PT. Landas Nimpuna Jakarta Selatan dapat mementingkan konsumen, guna untuk konsumen menjadi loyal dan upaya yang harus dilakukan agar konsumen merasa puas seperti menyediakan fasilitas yaitu menyediakan air minum, tempat duduk yang nyaman, untuk konsumen yang datang ke perusahaan untuk membeli produk. Dari hasil analisis penelitian ini membuktikan bahwa konsumen setuju jika perusahaan memberikan fasilitas seperti menyediakan air minum, tempat duduk yang nyaman, karena dengan adanya fasilitas yang baik seperti itu konsumen merasa di hormati sebagai pembeli sehingga menjadi puas. dengan demikian akan meningkatkan loyalitas konsumen; 3) Berkaitan dengan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen, disarankan agar PT. Landas Nimpuna menerapkan kualitas pelayanan yang lebih baik lagi terhadap konsumen, agar konsumen merasa puas dengan adanya pelayanan yang baik, dan lebih memperhatikan sejauh mana layanan di perusahaan, perusahaan tidak bisa melihat dari satu sisi saja yaitu, jangan terlalu mementingkan memasarkan produk saja tanpa mementingkan pelayanan konsumennya, perusahaan harus memperhatikan kualitas pelayanan juga bagaimana supaya konsumen merasa puas dengan pelayanan yang ada di perusahaan. karena dari terbentuknya pelayanan yang baik dapat memuaskan konsumen sehingga perusahaan mendapatkan citra yang positif; dan 4) PT. Landas Nimpuna lebih memperhatikan lagi kualitas pelayanan nya sehingga dapat mempengaruhi loyalitas konsumen melalui kepuasan konsumen, agar perusahaan dapat menjalin relasi konsumen yang lebih luas dan meningkatkan jangkauan pasar. Dengan menjalin relasi yang lebih luas, target atau tujuan perusahaan dapat tercapai dan perusahaan terpuji baik oleh konsumen jika kualitas pelayanan nya bagus.

DAFTAR PUSTAKA

Arikunto, S. (2016). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.

Cahyani, Putri Dwi., Susanto dan Nurullaila. (2021). The effect of brand image, product quality and consumer satisfaction on consumer loyalty (case study of Bu Widodo's gudeg restaurant in wijillan). *International Journal of Economics, Business and Accounting Research*. Vol. 5 No. 3 (2021). Pp. 1880-1900.

Furoida, Futin dan Maftukhah, Ida. (2018). The Influence of Service Quality and Store Atmosphere on Customer Loyalty through Customer Satisfaction. *Management Analysis Journal*. Vol. 7 No. 2 (2018). Pp. 163-170.

Gunadi, Charlie Giovani dan Erdiansyah, Rezi. (2019). Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan Restoran Mangkok Ku. *Jurnal Prologia EISSN 2598-0777*. Vol. 3, No. 2, Desember 2019, Hal 456-463

Hermanto., Apriansyah, Roky., Fikri, Khusnul dan Albetris. (2019). Pengaruh Lokasi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Konsumen pada Fotocopy Anugrah Rengat. *Ekonomis: Journal of Economics and Business*, 3(2), September 2019, pp.171-176.

Hidayat, A., Adanti, A. P., Darmawan, A., & Setyaning, A. N. A. (2019). Factors Influencing Indonesian Customer Satisfaction and Customer Loyalty in Local Fast-Food Restaurant. *International Journal of Marketing Studies*, 11(3), 131-139.

- Indrasari, M. (2019). *Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan*. Surabaya: Unitomo Press.
- Kotler, Philip (2018). *Prinsip-Prinsip Pemasaran* (Edisi 12). Jakarta: Erlangga.
- Saputri, Rini Sugiarsih Duki. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Grab Semarang. *Journal of Strategic Communication*. 10(1):46-53
- Scherly, Hansopaheluwakan. (2021). Analysis of e-service quality and website quality effect on e-customer loyalty through e-customer satisfaction (case study: Tokopedia). *IOP Conference Series. Earth and Environmental Science; Britol*. Vol 794 Issue 1, (July 2021).
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Penerbit Alfabeta.
- Supertini, N.P.S., Telegawathi, N.L.W.S dan Yulianthini, N.N. (2020). Pengaruh Kepercayaan dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Pusaka Kebaya Di Singaraja. *Prospek: Jurnal Manajemen dan Bisnis*, Vol 2 No. 1, Juli 2020.
- Wahyuni, S., & Ghozali, I. (2019). The impact of brand image and service quality on consumer loyalty in the banking sector. *International Journal of Economics and Business Administration*, 7(4), 395–402. <https://doi.org/10.35808/ijeba/352>.
- Wiyono, Bambang Budi., Supriyanto, Achmad dan Burhanuddin. (2021). Effects of service quality and customer satisfaction on loyalty of bank customers. *Cogent Business & Management*, ISSN 2331-1975, Taylor & Francis, Abingdon, Vol. 8, Iss. 1, pp. 1-17, <https://doi.org/10.1080/23311975.2021.1937847>
- Yulisetiarni. (2021). The Influence of Service Quality, Brand Image, and Store Atmosphere on Customer Loyalty through Customer Satisfaction at Indomaret Plus Jember. *Journal of Management Systems*, 6 Issues per year.

Commented [Ma4]: Tidak seragam format Daftar Pustaka sebaiknya gunakan standar Internasional dan gunakan aplikasi Mendely.