

ABSTRAK

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PADA AIR MINUM DEPOT GIGA OESAPA KOTA KUPANG

Penelitian ini dilakukan pada pelanggan Air Minum Isi Ulang Depot Giga Oesapa Kota Kupang dengan jumlah responden sebanyak 96 orang. Responden dipilih menggunakan teknik sampling yang telah ditentukan pada Bab III. Karakteristik responden dalam penelitian ini meliputi jenis kelamin, usia, dan frekuensi pembelian air minum isi ulang di Depot Giga Oesapa.

Berdasarkan hasil pengumpulan data, sebagian besar responden merupakan pelanggan yang telah melakukan pembelian secara berulang, yang menunjukkan bahwa depot tersebut telah memiliki basis pelanggan tetap. Hal ini penting karena loyalitas pelanggan hanya dapat diukur secara tepat apabila responden memiliki pengalaman yang cukup dalam menggunakan produk atau jasa yang diteliti. Frekuensi pembelian yang cukup tinggi juga menunjukkan bahwa air minum isi ulang merupakan kebutuhan pokok yang dikonsumsi secara rutin oleh masyarakat sekitar.

Dari sisi usia, responden berasal dari berbagai kelompok umur, baik remaja, dewasa, maupun orang tua. Variasi usia ini menunjukkan bahwa layanan Depot Giga Oesapa dapat diterima oleh berbagai lapisan masyarakat. Sementara itu, dari segi jenis kelamin, jumlah responden laki-laki dan perempuan relatif seimbang, sehingga data yang diperoleh dapat mewakili persepsi pelanggan secara umum.

Karakteristik responden ini memberikan gambaran bahwa hasil penelitian dapat digunakan untuk menjelaskan kondisi loyalitas pelanggan secara menyeluruh, bukan hanya pada kelompok tertentu. Dengan demikian, analisis terhadap pengaruh kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen terhadap loyalitas pelanggan menjadi relevan dan dapat dijadikan dasar untuk perbaikan strategi pelayanan depot di masa yang akan datang.

Analisis regresi linier berganda digunakan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan (X1) dan kepuasan konsumen (X2) terhadap loyalitas pelanggan (Y). Berdasarkan hasil pengolahan data menggunakan SPSS, diperoleh persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = 7,741 + 0,279X1 + 0,262X2 + e$$

Nilai konstanta sebesar 7,741 menunjukkan bahwa apabila kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen dianggap konstan atau bernilai nol, maka nilai loyalitas pelanggan tetap sebesar 7,741. Koefisien regresi kualitas pelayanan (X1) sebesar 0,279 menunjukkan bahwa setiap peningkatan satu satuan kualitas pelayanan akan meningkatkan loyalitas pelanggan sebesar 0,279, dengan asumsi variabel lain konstan. Sementara itu, koefisien regresi kepuasan konsumen (X2) sebesar 0,262 menunjukkan bahwa setiap peningkatan satu satuan kepuasan konsumen akan meningkatkan loyalitas pelanggan sebesar 0,262.

Hasil ini menunjukkan bahwa kedua variabel independen memiliki pengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan. Artinya, semakin baik kualitas pelayanan dan semakin tinggi tingkat kepuasan konsumen, maka loyalitas pelanggan terhadap Depot Giga Oesapa juga akan meningkat.

Uji t digunakan untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel independen secara parsial terhadap variabel dependen.

Hasil uji t menunjukkan bahwa nilai t hitung untuk variabel kualitas pelayanan (X1) sebesar 3,348 lebih besar dari t tabel sebesar 1,660 dengan tingkat signifikansi $0,000 < 0,05$. Hal ini berarti kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Dengan demikian, hipotesis pertama yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan dapat diterima.

Untuk variabel kepuasan konsumen (X2), nilai t hitung sebesar 2,220 lebih besar dari t tabel sebesar 1,660 dengan tingkat signifikansi $0,029 < 0,05$. Hal ini menunjukkan bahwa kepuasan konsumen juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Dengan demikian, hipotesis kedua yang menyatakan bahwa kepuasan konsumen berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan juga dapat diterima.

Uji F digunakan untuk mengetahui apakah kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen secara bersama-sama berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan. Hasil pengujian menunjukkan bahwa nilai F hitung sebesar 21,381 lebih besar dari F tabel sebesar 3,09 dengan tingkat signifikansi $0,000 < 0,05$. Hal ini berarti kedua variabel independen secara simultan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan.

Dengan demikian, hipotesis ketiga yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen secara bersama-sama berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan dapat diterima.

Nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,300 atau 30,0%. Hal ini berarti bahwa sebesar 30,0% variasi loyalitas pelanggan dapat dijelaskan oleh kualitas pelayanan dan

kepuasan konsumen, sedangkan sisanya sebesar 70,0% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini, seperti harga, lokasi, promosi, kepercayaan, dan citra merek.

Nilai R^2 ini menunjukkan bahwa meskipun kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen berpengaruh signifikan, masih terdapat faktor lain yang juga memiliki peran penting dalam membentuk loyalitas pelanggan.

Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Hal ini berarti bahwa semakin baik pelayanan yang diberikan oleh Depot Giga Oesapa, maka semakin tinggi pula tingkat kesetiaan pelanggan untuk terus melakukan pembelian air minum isi ulang di depot tersebut.

Kualitas pelayanan dalam penelitian ini mencakup beberapa aspek, seperti ketepatan waktu pelayanan, kebersihan tempat, keramahan karyawan, serta keandalan dalam menyediakan air minum yang layak konsumsi. Pelanggan cenderung akan kembali melakukan pembelian apabila mereka merasa dilayani dengan baik dan mendapatkan produk yang sesuai dengan harapan mereka.

Hasil ini sejalan dengan teori Kotler dan Keller yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan yang baik dapat menciptakan kepuasan dan pada akhirnya membentuk loyalitas pelanggan. Dalam konteks depot air minum, pelayanan yang cepat dan ramah menjadi faktor penting karena pelanggan sering datang dengan kebutuhan yang mendesak.

Pengaruh Kepuasan Konsumen terhadap Loyalitas Pelanggan

Hasil penelitian juga menunjukkan bahwa kepuasan konsumen berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Kepuasan konsumen muncul ketika kinerja produk dan pelayanan yang diterima sesuai atau melebihi harapan pelanggan. Ketika pelanggan merasa puas, mereka cenderung melakukan pembelian ulang dan merekomendasikan kepada orang lain.

Dalam penelitian ini, kepuasan konsumen dipengaruhi oleh kualitas air, harga yang terjangkau, serta pelayanan yang konsisten. Pelanggan yang merasa puas akan lebih percaya dan tidak mudah berpindah ke depot lain. Hal ini menunjukkan bahwa kepuasan merupakan faktor psikologis yang kuat dalam membentuk perilaku loyal.

Temuan ini mendukung pendapat Armstrong yang menyatakan bahwa kepuasan merupakan fungsi dari kinerja yang dirasakan. Jika kinerja lebih tinggi dari harapan, maka pelanggan akan sangat puas dan kemungkinan besar akan menjadi pelanggan yang loyal.

Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Konsumen terhadap Loyalitas Pelanggan

Secara simultan, kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Hal ini menunjukkan bahwa kedua variabel tersebut saling berkaitan dalam membentuk loyalitas. Pelayanan yang baik akan meningkatkan kepuasan, dan kepuasan yang tinggi akan mendorong pelanggan untuk tetap setia.

Dalam praktiknya, Depot Giga Oesapa perlu memperhatikan kedua aspek ini secara bersamaan. Tidak cukup hanya memberikan pelayanan yang ramah, tetapi juga harus memastikan kualitas air dan harga yang sesuai agar pelanggan merasa puas secara menyeluruh.

Dengan demikian, peningkatan loyalitas pelanggan dapat dilakukan melalui perbaikan sistem pelayanan, peningkatan kebersihan dan kualitas produk, serta menjaga hubungan baik dengan pelanggan. Upaya ini penting untuk mempertahankan pelanggan lama dan menarik pelanggan baru melalui rekomendasi dari mulut ke mulut.

Hasil penelitian ini dapat dijadikan bahan pertimbangan bagi pemilik Depot Giga Oesapa untuk meningkatkan kualitas pelayanan dan menjaga kepuasan pelanggan. Strategi peningkatan pelayanan, seperti pelatihan karyawan, perbaikan fasilitas, dan menjaga kualitas air, diharapkan dapat meningkatkan loyalitas pelanggan.

Bagi peneliti selanjutnya, disarankan untuk menambahkan variabel lain seperti harga, kepercayaan, dan citra merek agar dapat menjelaskan loyalitas pelanggan secara lebih menyeluruh. Dengan demikian, hasil penelitian di masa depan dapat memberikan gambaran yang lebih lengkap mengenai faktor-faktor yang memengaruhi loyalitas pelanggan air minum isi ulang.

Kata Kunci: Kualitas Pelayanan, Kepuasan Konsumen Dan Loyalitas Pelanggan