JUABI Jurnal Administrasi Bisnis Indonesia

Volume I No.1, Desember 2020
Hal : 50 - 60
ISSN 2746-6302

Tersedia *online* di http://ejournal.stmb-multismart.ac.id

PENGARUH KUALITAS LAYANAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN YANG DIMEDIASI OLEH KEPUASAN PELANGGAN PT. PRIMAJAYA MULTI TECHNOLOGY

Cynthia Lazuardy[1], Mario Andriaskiton[2]
STMB MULTISMART
Jalan Pajak Rambe, Martubung, Kec. Medan Labuhan, Kota Medan, Sumatera Utara 20252
Email : cynthialazuardy78@gmail.com[1] , mario.kiton05@gmail.com[2]

Abstrak
Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan di PT. Primajaya Multi Technology dengan menggunakan kepuasan pelanggan sebagai mediasi. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan metode survei. Populasi pada penelitian ini adalah pelanggan yang melakukan pembelian di PT. Primajaya Multi Technology dan sampel penelitian ini sebanyak 50 orang pelanggan. Hasil penelitian menunjukkan kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan, kepuasan pelanggan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan, kepuasan pelanggan dapat memediasi hubungan antara kualitas layanan dan loyalitas pelanggan di PT. Primajaya Multi Technology.

Kata Kunci : Kualitas Layanan, Loyalitas Pelanggan, Kepuasan Pelanggan

1. LATAR BELAKANG

Kepuasan bisa diartikan sebagai upaya pemenuhan sesuatu, sedangkan definisi menurut Kotler (2003: 61) kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang dialami setelah membandingkan antara persepsi kinerja atau hasil suatu produk dengan harapan-harapannya. Dari pengertian diatas dapat dipahami bahwa kualitas pelayanan merupakan hal yang penting dan berpengaruh. PT. Primajaya Multi Technology, sebagai salah satu jasa penyaluran barang elektronik tentunya menerapkan konsep mengutamakan kepuasan pelanggan dengan memberikan layanan terbaik. jika dilihat dari sudut pandang administrasi bisnis, kualitas pelayanan adalah sebuah prestasi atau pencapaian dalam layanan pelanggan. Pelanggan biasanya membentuk harapan dari sebuah layanan berasal dari sebuah pengalaman masa lalu, dari mulut ke mulut maupun iklan. Secara umum, pelanggan membandingkan layanan yang dirasakannya. Kualitas pelayanan adalah upaya yang dilakukan perusahaan dalam menghadapi persaingan. Kualitas layanan yang diharapkan adalah pelayanan yang baik, keamanan dan kenyamanan. Kepuasan pelanggan yang tinggi disebabkan kualitas peayanan yang diberikan, jika pelayanan yang diberikan tidak baik maka harapan pelanggan tidak akan terwujud dan hal ini menyebabkan kehilangannya kepercayaan pelanggan sehingga pelanggan akan hilang satu per satu dan hal ini dapat menyebabkan kebrangkutan pada perusahaan. Masalah utama yang dialami perusahaan sebagai lembaga penyalur yang banyak pesaingnya, yaitu kepuasan pelayanan yang telah diberikan apakah sesuai harapan atau belum. Oleh sebab itu, PT. Primajaya Multi Technology dituntut untuk meningkatkan kualitas layanan dan kepercayaan pelanggan. Dalam penelitian ini penulis ingin mencari objek penelitian untuk membuktikan teori yang telh diurikan diatas. Berdasarkan latar belakang diatas, maka peneliti melakukan penelitian dengan judul **"Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Yang Dimediasi Oleh Kepuasan Pelanggan PT. Primajaya Multi Technology"**.

Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, maka dapat disimpulkan rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah kualitas layanan memiliki pengaruh terhadap loyalitas pelanggan di PT. Primajaya Multi Technology?
2. Apakah kepuasan pelanggan memiliki pengaruh terhadap loyalitas pelanggan di PT. Primajaya Multi Technology?
3. Apakah kepuasan pelanggan memediasi hubungan kualitas layanan dengan loyalitas pelanggan PT. Primajaya Multi Techology?

Batasan Masalah

Agar penelitian ini tidak meluas, peneliti membatasi penelitian ini pada pengaruh kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan PT. Primajaya Multi Technology yang dimediasi oleh kepuasan pelanggan.

Tujuan Penelitian

Tujuan dilakukannya penelitian ini yaitu :

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan PT. Primajaya Multi Technology.
2. Untuk mengetahui pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan PT. Primajaya Multi Technology.
3. Untuk mengetahui hubungan kualitas layanan dan loyalitas pelanggan PT. Primajaya Multi Technology yang dimediasi oleh kepuasan pelanggan.

Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian ini yaitu:

1. Manfaat Teoritis :
   a. Bagi dunia pendidikan
      Diharapkan dapat berguna sebagai bahan acuan bagi peneliti lainnya yang ingin mengkaji persoalan yang relevan dengan hasil penelitian ini, sehingga dapat menghasilkan hasil penelitian yang lebih baik dan akurat. Selain itu diharapkan tulisan ini dapat juga dijadikan sebagai bahan perbandingan untuk penelitian selanjutnya.
   b. Bagi institusi
   c. Hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai tambahan informasi bagi perusahaan sejenis dalam rangka meningkatkan loyalitas pelanggan.

2. Manfaat Praktis :
   a. Bagi praktisi
      Berguna sebagai perbaikan kebijakan sehingga dapat meningkatkan loyalitas pelanggannya.
   b. Bagi perusahaan
      Berguna sebagai informasi dalam meningkatkan loyalitas pelanggan dengan memperbaiki kualitas layanan dan kepuasan pelanggan.
   c. Bagi pihak lain
      Berguna sebagai tambahan informasi mengenai pengaruh kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan yang dimediasi oleh kepuasan pelanggan.

2. LANDASAN TEORI

Kualitas Layanan

Menurut Mutiawati, dkk (201:7) kualitas pelayanan adalah kemampuan pemberi pelayanan dalam melayani pengguna barang atau jasa tersebut. Indikator kualitas layanan pada penelitian ini menggunakan lima dimensi servqual yang sudah diketahui secara umum (Haryono, 2016:91) yaitu :

1. Reliabilitas (*reliability*)
   Kemampuan untuk menunjukkan performa yang sesuai dengan layanan yang dijanjikan andal dan akurat.

2. Ketanggapan (*responsiveness*)
   Kesediaan untuk mendengarkan pelanggan dan memberikan layanan yang tepat.

3. Jaminan (*assurance*)
   Pengetahuan dan rasa hormat karyawan terhadap pelanggan mampu membangkitkan kepercayaan dan percaya diri mereka.

4. Empati (*emphaty*)
   Perhatian, atensi secara individual yang diberikan kepada pelanggan.

5. Wujud (*tangibles*)
   Tampilan fasilitas fisik, perlengkapan, personaliam dan materi komunikasi

Kepuasan Pelanggan

Menurut Priansa (2017:197) kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa yang dimiliki seseorang berdasarkan perbandingan antara kenyataan yang diperoleh dengan harapan yang dimiliki oleh konsumen. Jika barang dan jasa yang dibeli oleh konsumen sesuai dengan harapan konsumen maka konsumen tersebut puas, begitupun juga sebaliknya.

Menurut Priansa lima elemen yang menyangkut kepuasan konsumen adalah sebagai berikut :

1. Harapan (*Expectations*)

Harapan konsumen terhadap suatu barang atau jasa telah dibentuk sebelum konsumen membeli barang atau jasa tersebut. pada saat proses pembelian dilakukan, konsumen berharap bahwa barang atau jasa yang mereka terima sesuai dengan harapan, keinginan dan keyakinan mereka. Barang atau jasa yang sesuai dengan harapan konsumen akan menyebabkan konsumen merasa puas.

2. Kinerja (*Performance*)
   Pengalaman konsumen terhadap kinerja aktual barang atau jasa ketika digunakan tanpa dipengaruhi oleh harapan mereka. Ketika kinerja aktual barang atau jasa berhasil maka konsumen akan merasa puas.

3. Perbandingan (*Comparison*)
   Hal ini dilakukan dengan membandingkan harapan kinerja barang atau jasa sebelum membeli dengan persepsi kinerja aktual barang atau jasa tersebut. Konsumen akan merasa puas ketika harapan sebelum pembelian sesuai atau melebihi persepsi mereka terhadap kinerja aktual produk.

4. Pengalaman (*Experience*)
   Harapan konsumen dipengaruhi oleh pengalaman mereka terhadap penggunaan merek dari barang atau jasa yang berbeda dari orang lain.

5. Konfirmasi (*Confirmation*) dan Diskonfirmasi (*Disconfirmation*)
   Konfirmasi atau terkonfirmasi terjadi jika harapan sesuai dengan kinerja aktual produk. Sebaliknya diskonfirmasi atau tidak terkonfirmasi terjadi jika harapan lebih tinggi atau lebih rendah dari kinerja aktual produk. Konsumen akan merasa puas ketika terjadi *confirmation*/*disconfirmation*.

Loyalitas Pelanggan

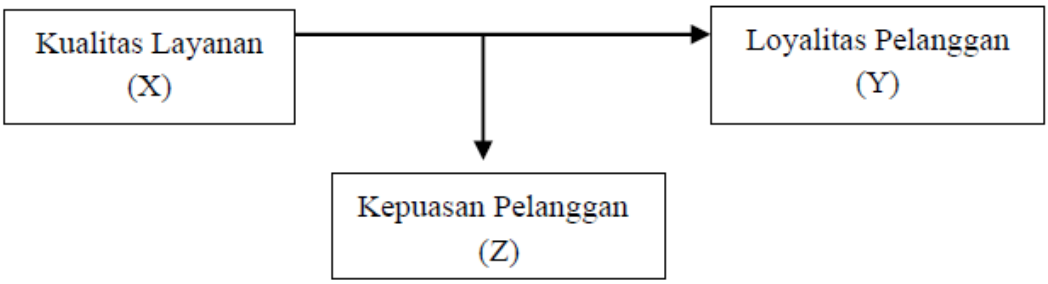
Menurut Priansa (2017:217) loyalitas konsumen merupakan komitmen jangka panjang konsumen, yang berwujud dalam perilaku dan sikap yang loyal terhadap perusahaan dan produknya, dengan cara mengkonsumsi secara teratur dan berulang, sehingga perusahaan dan produknya menjadi bagian penting dari proses konsumsi yang dilakukan oleh konsumen.

Menurut Kotler dan Keller dalam buku Firmansyah (2019:51) indikator loyalitas konsumen adalah :

1. *Repeat purchase* (kesetiaan dalam pembelian produk).
2. *Retention* (ketahanan terhadap pengaruh negatif mengenai perusahaan).
3. *Referrals* (mereferensikan secara total eksistensi perusahaan).

Kerangka Konseptual

Kerangka yang terbentuk dari hubungan antara variabel yaitu :



Gambar 2.1 Kerangka Konseptual

Menurut Haryono (2016:14) layanan yang baik akan memuaskan pelanggan. Pelanggan tentu akan memilih produk perusahaan dan pada akhirnya membangun loyalitas yang akan berdampak langsung pada pemasaran dan penjualan produk perusahaan.

Hipotesis Penelitian

Adapun hipotesis dalam penelitian ini yaitu :

H1 : Kualitas Layanan berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan PT. Primajaya Multi Technology

H2 : Kepuasan pelanggan berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan PT. Primajaya Multi Technology

H3 : Kepuasan pelanggan dapat memediasi hubungan antara kualitas layanan dengan loyalitas pelanggan PT. Primajaya Multi Technology

3. METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilakukan di PT. Primajaya Multi Technology yang beralamat di Komplek Ruko Asia Mega Mas Blok BB No, Jl. Asia Raya No.12A, Sukaramai II, Kec. Medan Area, Kota Medan, Sumatera Utara 20216 dengan waktu penelitian yang dilakukan pada bulan Agustus sampai Oktober 2020. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif berupa data jawaban kuesioner yang dikuantitatifkan, selanjutnya untuk menggambarkan dan menjelaskan permasalahan peneliti menggunakan deskriptif. Populasi pada penelitian ini adalah konsumen yang membeli di bulan Oktober 2020, yaitu sebanyak 50 orang. Teknik sampel yang digunakan adalah sampel jenuh sehingga jumlah sampel ini ditetapkan sebanyak 50 orang.

Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan teknik sebagai berikut:

1. Wawancara, dengan mengadakan tanya jawab pada pelanggan PT. Primajaya Multi Technology untuk mengetahui gambaran tentang permasalahan yang terjadi di perusahaan yang berkaitan dengan variabel yang diteliti.
2. Kuisioner, dimana peneliti akan menyusun daftar pertanyaan secara tertulis kemudian akan dibagikan kepada responden guna memperoleh data yang berhubungan dengan kegiatan penelitian.

Pada pernyataan kualitas layanan dan kepuasan pelanggan masing-masing terdiri dari 5 indikator yang akan dibuat menjadi 5 pernyataan sedangkan pada variabel loyalitas pelanggan terdapat 3 indikator yang akan dibuat menjadi 6 pernyataan. Jawaban dari responden bersifat kualitatif yang kemudian dikuantitatifkan dan diukur dengan menggunakan skala *likert*. Menurut Sugiyono (2017:93), skala *likert* merupakan skala yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau kelompok orang tentang fenomena sosial. Dalam pengukuran digunakan skala *likert* dengan keterangan sebagai berikut:

1. Skor 5 untuk jawaban Sangat Setuju (SS)
2. Skor 4 untuk jawaban Setuju (S)
3. Skor 3 untuk jawaban Biasa Saja (BS)
4. Skor 2 untuk jawaban Tidak Setuju (TS)
5. Skor 1 untuk jawaban Sangat Tidak Setuju (STS)

Uji Kualitas Data

Uji kualitas data yang digunakan dalam penelitian ini adalah :

a. Uji Validitas

Menurut Ghozali (2016 : 52), uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Uji validitas bertujuan mengetahui ketepatan dan kehandalan kuisioner yang mempunyai arti bahwa kuisioner mampu mengukur apa yang seharusnya diukur.

Keputusan pengujian validitas item responden adalah sebagai berikut:

1. Bila rhitung< rtabel maka butir pernyataan dikatakan tidak valid.
2. Bila rhitung> rtabel maka butir pernyataan dikatakan valid.

b. Uji Reliabilitas

Menurut Ghozali (2016 : 47), uji reliabilitas adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Jawaban responden terhadap pertanyaan/pernyataan di jawab secara konsisten atau jawaban tidak boleh acak karena masing-masing pertanyaan/pernyataan mengukur hal yang sama. Suatu konstruk atau variabel dikatakan reliabel jika memberikan *Cronbach Alpha*> 0,7.

Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik terdiri dari:

a. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji model regresi, dimana data dari variabel bebas dan variabel terikat yang dipergunakan pada model regresi memiliki distribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah memiliki distribusi data normal atau mendekati normal. Normalitas dapat dideteksi dengan melihat grafik histogram dari residualnya. Dasar pengambilan keputusan analisis grafik adalah (Ghozali, 2016:160):

1. Jika data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal atau garis histogamnya menunjukkan pola distribusi normal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas.
2. Jika data menyebar jauh dari diagonal dan/ atau tidak mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogramnya tidak menunjukkan pola distribusi normal, maka model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas.

3. Sebagai tambahan dalam uji normalitas ini, dilakukan juga uji *one sample Kolmogorov-Smirnov test*. Dimana berdasarkan uji ini, model regresi yang memenuhi asumsi normalitas, apabila nilai *Asymp. Sig.* (*2-tailed*) dari uji *one sample Kolmogorov-Smirnov test*nya lebih besar dari taraf signifikansi α = 0,05 (5 %).

b. Uji Heteroskedastisitas

Menurut Ghozali (2016:139) uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji model regresi, memiliki ketidaksamaan *variance* dari residual atau pengamatan ke pengamatan lain atau dengan kata lain tidak mengalami gejala heteroskedastisitas. Cara untuk mendeteksi ada tidaknya gejala heterokedastisitas pada suatu model regresi adalah dengan melihat grafik *scatterplot*. Jika ada pola tertentu pada grafik yang dimaksud, seperti titik-titik yang membentuk pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebar kemudian menyempit), maka mengindikasikan telah terjadi gejala heteroskedastisitas. Sementara, jika terbentuk pola yang jelas dan titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka nol di sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

Uji Statistik

Uji statistik yang digunakan dalam penelitian ini adalah :

a. Analisis Regresi Linier Sederhana

Model persamaan regresi linier sederhana pada penelitian ini adalah sebagai berikut :

$$Y=a+\beta.X+e$$

$$Y=a+\beta.Z+e$$

Keterangan:
Y = Loyalitas Pelanggan
a = Konstanta
X = Kualitas Layanan
Z = Kepuasan Pelanggan
β = Koefisien regresi.
e = Kesalahan (*error*)

b. Uji Signifikan Parsial (Uji Statistik t)

Menurut Ghozali (2016:98), uji t statistik menunjukkan seberapa jauh pengaruh variabel penjelas atau independen secara individual dalam memberikan penjelasan terhadap variabel dependen. Uji ini dilakukan dengan menggunakan tingkat signifikansi sebesar 0,05 (α = 5%). Kriteria uji signifikansi individual (uji t statistik) adalah sebagai berikut:

a. Jika nilai signifikansi t > 0,05 atau $t_{hitung} < t_{tabel}$, maka hipotesis ditolak. Hal ini bermakna bahwa secara parsial variabel independen mempunyai pengaruh yang tidak signifikan terhadap variabel dependen.

b. Jika nilai signifikansi t ≤ 0,05 atau $t_{hitung} > t_{tabel}$, maka maka hipotesis diterima. Hal ini bermakna bahwa secara parsial variabel independen mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen.

c. Uji R2 (Koefisien Determinasi)

Menurut Ghozali (2016:97), koefisien determinasi pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi berada di antara 0 (nol) dan 1 (satu) atau (0 < x < 1). Nilai koefisien determinasi yang kecil memiliki arti bahwa kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variabel-variabel dependen amat terbatas. Nilai koefisien determinasi yang mendekati 1 (satu) berarti variabel-variabel independen mampu memberikan penjelasan pada semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksikan variabel dependen.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian

Hasil Uji Validitas

Banyaknya n uji validitas ini adalah 50 orang sehingga besarnya r tabel pada df n – 2 = 50 – 2 = 48 pada tingkat uji signifikansi 2 arah adalah :

Tabel 4.1 Hasil Uji Validitas Kualitas Layanan

Butir Pernyataan	r_{hitung}	r_{tabel}	Kriteria	Kesimpulan
1	0,643	0,2787	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
2	0,751	0,2787	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
3	0,782	0,2787	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
4	0,723	0,2787	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
5	0,675	0,2787	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid

Sumber : Hasil Pengolahan Kuesioner, 2020

Hasil uji validitas untuk pernyataan yang mewakili variabel kualitas layanan sebanyak 5 pernyataan telah valid karena semua item pernyataan memiliki nilai rhitung> rtabel (0,2787).

Tabel 4.2. Hasil Uji Validitas Loyalitas Pelanggan

Butir Pernyataan	r_{hitung}	r_{tabel}	Kriteria	Kesimpulan
1	0,564	0,2787	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
2	0,806	0,2787	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
3	0,642	0,2787	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
4	0,580	0,2787	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
5	0,742	0,2787	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
6	0,510	0,2787	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid

Sumber : Hasil Pengolahan Kuesioner, 2020

Hasil uji validitas untuk pernyataan yang mewakili variabel loyalitas pelanggan sebanyak 6 pernyataan telah valid karena semua item pernyataan memiliki nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$ (0,2787).

Tabel 4.3. Hasil Uji Validitas Kepuasan Pelanggan

Butir Pernyataan	r_{hitung}	r_{tabel}	Kriteria	Kesimpulan
1	0,839	0,2787	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
2	0,629	0,2787	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
3	0,772	0,2787	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
4	0,826	0,2787	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
5	0,659	0,2787	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid

Sumber : Hasil Pengolahan Kuesioner, 2020

Hasil uji validitas untuk pernyataan yang mewakili variabel kepuasan pelanggan sebanyak 5 pernyataan telah valid karena semua item pernyataan memiliki nilai rhitung> rtabel (0,2787).

Hasil uji Reliabilitas

Setelah dilakukan pengujian validitas atas butir-butir penyataan yang valid, tahapan selanjutnya adalah melakukan pengujian reliabilitas atas setiap butir pernyataan tersebut bertujuan untuk mengetahui tingkat konsistensi jawaban.

Tabel 4.4 Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Jumlah item pernyataan	*Cronbach's Alpha*	Keterangan
Kualitas Layanan (X)	5	0,744	Reliabel
Loyalitas Pelanggan (Y)	6	0,712	Reliabel
Kepuasan Pelanggan (Z)	5	0,792	Reliabel

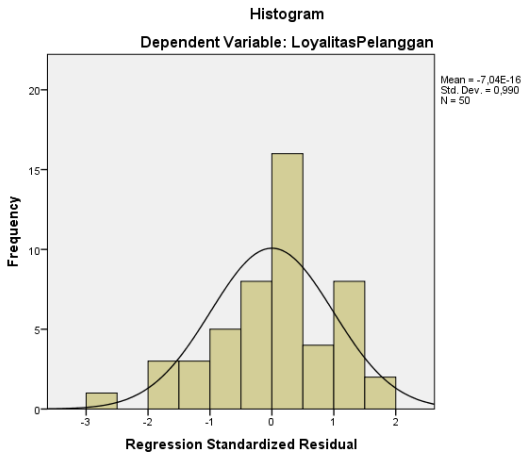
Sumber : Hasil Pengolahan Kuesioner, 2020

Hasil dari pengujian reliabilitas yang menunjukkan bahwa pernyataan variabel kualitas layanan, loyalitas pelanggan dan kepuasan pelanggan adalah reliabel karena menghasilkan nilai *cronbach's alpa (α)* lebih besar dari 0,70.

Hasil Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

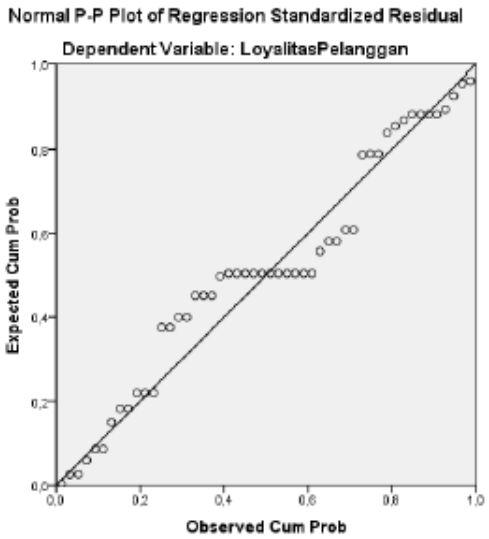
Uji ini dilakukan dengan melihat grafik histogram, P-P plot dan Kolmogorov Smirnov.



Gambar 4.1. Histogram

Sumber : Hasil Pengolahan Data, 2020

Berdasarkan Gambar 4.1 diatas, maka dapat dijelaskan bahwa data membentuk garis kurva cenderung simetris. Hasil pengujian ini menunjukkan bahwa data berdistribusi normal.



Gambar 4.2. P-P Plot
Sumber : Hasil Pengolahan Data, 2020

Berdasarkan Gambar 4.2 diatas, maka dapat dijelaskan bahwa data menyebar mengikuti garis diagonal. Hasil pengujian ini menunjukkan bahwa data berdistribusi normal.

Tabel 4.5. Hasil Uji K-S
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

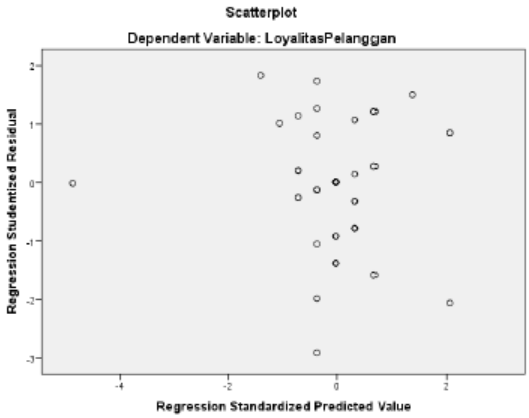
		Unstandardized Residual
N		50
Normal Parameters[a,b]	Mean	,0000000
	Std. Deviation	2,15676552
Most Extreme Differences	Absolute	,135
	Positive	,116
	Negative	-,135
Kolmogorov-Smirnov Z		,952
Asymp. Sig. (2-tailed)		,324

a. Test distribution is Normal.
b. Calculated from data.

Sumber : Hasil Pengolahan Data, 2020

Berdasarkan Tabel 4.5 diatas, maka dapat dilihat bahwa nilai uji *Kolmogrov-Smirnov* menunjukkan nilai signifikan 0,324 lebih besar dari 0,05 dan menerangkan bahwa data penelitian telah terdistribusi normal.

Uji Heteroskedastisitas
Uji ini dilakukan dengan melihat grafik scatterplot.



Gambar 4.3. Scatterplot
Sumber : Hasil Pengolahan Data, 2020

Berdasarkan Gambar 4.3 dari grafik *scatterplot* diatas, maka dapat dijelaskan bahwa titik-titik hasil pengolahan data menyebar dibawah maupun diatas titik origin (angka 0) pada sumbu Y dan tidak mempunyai pola jelas. Hasil pengujian ini menunjukkan bahwa tidak terjadi heteroskedasitas.

Tabel 4.6. Uji Glejser

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-,353	1,403		-,252	,802
	KualitasLayanan	,100	,073	,194	1,371	,177

a. Dependent Variable: abs_res

Berdasarkan tabel di atas dapat dilihat jika nilai signifikan pemahaman pajak yaitu 0,079 > 0,05 dan signifikan penerapan sistem e-filling yaitu 0,326 > 0,05 maka dapat disimpulkan data penelitian ini terbebas dari masalah heteroskedastisitas karena nilai signifikan masing-masing variabel lebih besar dari 0,05.

Uji Hipotesis
Analisis Regresi Linear Sederhana

Tabel 4.8. Regresi Linear Sederhana

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	10,456	2,077		5,034	,000
	KualitasLayanan	,712	,108	,690	6,603	,000

a. Dependent Variable: LoyalitasPelanggan

Sumber : Hasil Pengolahan Data, 2020

Berdasarkan Tabel 4.7. diatas, maka dapat diketahui persamaan regresi linear berganda dalam penelitian ini adalah:

$$\mathbf{Y = 10{,}456} + 0{,}\mathbf{712}\ X + e$$

Persamaan diatas dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Konstanta (α) sebesar 10,456 menunjukkan bahwa jika nilai variabel kualitas layanan bernilai nol (0) atau tidak ada, maka nilai loyalitas pelanggan akan mengalami peningkatan sebesar 10,456 satuan.
2. Koefisien regresi (β) variabel kualitas layanan sebesar 0,712 menunjukkan bahwa jika kualitas layanan mengalami kenaikan sebesar 1 satuan, maka nilai loyalitas pelanggan akan mengalami peningkatan sebesar 0,712 satuan.

Uji t

Tabel 4.9. Hasil Uji t X ke Y

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	10,456	2,077		5,034	,000
	KualitasLayanan	,712	,108	,690	6,603	,000

a. Dependent Variable: LoyalitasPelanggan

Sumber : Hasil Pengolahan Data, 2020

ttabel diperoleh dengan menggunakan *degree of freedom* (df) = 48 [jumlah sampel (50) – k (2)] dengan nilai signifikan 0,05 atau 5% sehingga diperoleh nilai ttabel 2,01063 (dapat dilihat pada lampiran). Variabel kualitas layanan memiliki nilai thitung sebesar 6,603 dengan nilai signifikan sebesar 0,000. Nilai thitung akan dibandingkan dengan nilai tabel distribusi t yang memiliki signifikan 0,05. Dari tabel distribusi t tersebut diperoleh nilai ttabel sebesar 2,01063. Oleh karena itu, nilai thitung > ttabel yaitu dengan nilai 6,603 > 2,01063 dan nilai signifikan < 0,05 yaitu dengan nilai 0,000 < 0,05. Hasil pengujian ini menunjukkan bahwa H0 ditolak dan Ha diterima, yang berarti variabel kualitas layanan berpengaruh positif signifikan terhadap loyalitas pelanggan di PT. Primajaya Multi Technology.

Tabel 4.9. Hasil Uji t Z ke Y

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	15,799	2,760		5,725	,000
	KepuasanPelanggan	,413	,137	,398	3,009	,004

a. Dependent Variable: LoyalitasPelanggan

Sumber : Hasil Pengolahan Data, 2020

Variabel kepuasan pelanggan memiliki nilai thitung sebesar 3,009 dengan nilai signifikan sebesar 0,004. Nilai thitung akan dibandingkan dengan nilai tabel distribusi t yang memiliki signifikan 0,05. Dari tabel distribusi t tersebut diperoleh nilai ttabel sebesar 2,01063. Oleh karena itu, nilai thitung > ttabel yaitu dengan nilai 3,009 > 2,01063 dan nilai signifikan < 0,05 yaitu dengan nilai 0,004 < 0,05. Hasil pengujian ini menunjukkan bahwa H0 ditolak dan Ha diterima, yang berarti variabel kepuasan pelanggan berpengaruh positif signifikan terhadap loyalitas pelanggan di PT. Primajaya Multi Technology.

Koefisien Determinasi

Tabel 4.11. Koefisien Determinasi X ke Y

Model Summary[b]

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,690[a]	,476	,465	2,179

a. Predictors: (Constant), KualitasLayanan

b. Dependent Variable: LoyalitasPelanggan

Sumber : Hasil Pengolahan Data, 2020

Berdasarkan Tabel 4.11 diatas, maka dapat diketahui nilai R *Square* adalah sebesar 0,476. Hal ini berarti sebesar 47,6% dari vasiasi variabel loyalitas pelanggan yang dapat dijelaskan oleh variabel independen kualitas layanan sedangkan sisanya 52,4% dijelaskan oleh variabel lain seperti harga, promosi, merek dan lainnya.

Tabel 4.11. Koefisien Determinasi Z ke Y

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,398[a]	,159	,141	2,761

a. Predictors: (Constant), KepuasanPelanggan

Sumber : Hasil Pengolahan Data, 2020

Berdasarkan Tabel 4.11 diatas, maka dapat diketahui nilai R *Square* adalah sebesar 0,159. Hal ini berarti sebesar 15,9% dari vasiasi variabel loyalitas pelanggan yang dapat dijelaskan oleh kepuasan pelanggan sedangkan sisanya 84,1% dijelaskan oleh variabel lain.

Hasil Uji Sobel

Hasil perhitungan nilai z dari sobel test adalah :

$$Z = \frac{ab}{\sqrt{(b^2SE_a^2) + (a^2SE_b^2)}}$$

$$Z = \frac{0{,}712\ x\ 0{,}413}{\sqrt{(0{,}413^2 0{,}108^2) + (0{,}712^2 0{,}137^2)}}$$

$$Z = \frac{0{,}294056}{\sqrt{(0.00199) + (0{,}009515)}}$$

$$Z = \frac{0{,}294056}{\sqrt{(0{,}011504)}}$$

$$Z = \frac{0{,}294056}{0{,}107258} = 2{,}741568$$

Dari hasil perhitungan sobel test di atas mendapatkan nilai z sebesar 2.742, karena nilai z yang diperoleh sebesar 2.742 > 1.96 dengan tingkat signifikansi 5% maka membuktikan bahwa kepuasan pelanggan mampu memediasi hubungan pengaruh kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan.

Pembahasan

Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Loyalitas Pelanggan

Kualitas layanan berpengaruh positif signifikan terhadap loyalitas pelanggan di PT. Primajaya Multi Technology karena dari hasil perhitungan diperoleh nilai thitung > ttabel yaitu 6,603 > 2,01063 dan nilai signifikan 0,000 < 0,05. Hasil penelitian ini sejalan hasil penelitian Amalia (2015) yaitu kualitas layanan berpengaruh positf terhadap loyalitas pelanggan di rental mobil CV. Ilham Motor Gandu Mlarak Ponorogo.

Kualitas layanan yang telah dilakukan selama ini sudah cukup baik, namun perlu dilakukan peningkatan pada kualitas layanannya misalnya dapat dilakukan secara online sehingga pelanggan tidak perlu datang ke toko dan memberikan layanan gratis antar.

Pengaruh Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan

Kepuasan pelanggan berpengaruh positif signifikan terhadap loyalitas pelanggan di PT. Primajaya Multi Technology karena dari hasil perhitungan diperoleh nilai thitung > ttabel yaitu 3,009 > 2,01063 dan nilai signifikan 0,004 < 0,05. Hasil penelitian ini juga sejalan dengan penelitian Nurafni (2015) yang menunjukkan kepuasan pelanggan berpengaruh positif terhadap loyalitas konsumen pada swalayan Smart Pasir Pengaraian.

Pelanggan sudah merasa cukup puas saat membeli produk di PT. Primajaya Multi Technology terbukti pelanggan tetap melakukan pembelian ulang yang menunjukkan loyalitas pelanggan cukup tinggi.

Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Loyalitas Pelanggan yang dimediasi oleh Kepuasan Pelanggan

Kepuasan pelanggan mampu memediasi hubungan pengaruh kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan karena berdasarkan hasil uji Sobel diperoleh nilai Z hitung > Z tabel yaitu 2,742 > 1,96.

Berdasarkan hasil penelitian ini dapat diketahui jika kualitas layanan yang diberikan kepada pelanggan harus dapat memenuhi kepuasan pelanggan sehingga dapat menimbulkan loyalitas pelanggan.

5. KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Adapun kesimpulan dari hasil penelitian ini yaitu :

1. Secara parsial kualitas layanan berpengaruh positif signifikan terhadap loyalitas pelanggan di PT. Primajaya Multi Technology
2. Secara parsial kepuasan pelanggan berpengaruh positif signifikan terhadap loyalitas pelanggan di PT. Primajaya Multi Technology
3. Kepuasan pelanggan dapat memediasi hubungan antara kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan di PT. Primajaya Multi Technology

Saran

Saran-saran yang berguna bagi pihak yang terkait yaitu :

1. Bagi perusahaan disarankan agar lebih meningkatkan kualitas layanan dengan melayani penjualan secara online dan memberikan promosi gratis ongkos antar.
2. Bagi peneliti selanjutnya, disarankan untuk menambahkan variabel independen lainnya mengingat penelitian ini hanya menggunakan 1 variabel independen saja.

DAFTAR PUSTAKA

Amalia. *Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan di Rental Mobil CV. Ilham Motor Gandu Mlarak Ponorogo*. Jurnal Al Tijarah. Vol.1 No.1. pp 97-114. 2015.

Firmansyah, M. Anang. *Pemasaran Produk dan Merek*. Jakarta: Penerbit Qiara Media. 2019.

Ghozali, Imam. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 23*. Jakarta: Badan Penerbit Universitas Diponegoro. 2016.

Haryono, Budi. *How to win Customer Through Customer Service With Heart*. Yogyakarta: CV. Andi Offset. 2016.

Mutiawati, dkk. 2019. *Kinerja Pelayanan Angkutan Umum Jalan Raya*. Yogyakarta: Deepublish.

Nurafni. *Pengaruh Kepuasan Terhadap Loyalitas Konsumen pada Swalayan Smart Pasir Pengaraian*. Artikel Ilmiah. Universitas Pasir Pengaraian. 2015.

Priansa, Donni Juni. *Perilaku Konsumen Dalam Persaingan Bisnis Kontemporer*. Bandung: CV. Alfabeta. 2017.
Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan RD*. Bandung: Alfabeta. 2017.