

# PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PENGGUNA JASA WARUNG INTERNET DI KOTA SINGARAJA TAHUN 2012

Luh Ratna Dewi

Universitas Pendidikan Ganesha Jl. Udayana 11 Singaraja  
e-mail: ratna.dewi33@ymail.com

**Abstrak:** Penelitian ini bertujuan untuk memperoleh temuan deskriptif tentang (1) kualitas pelayanan, (2) loyalitas pelanggan serta (3) temuan eksplanatif yang teruji tentang pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pengguna jasa warung internet di Kota Singaraja.

Penelitian ini menggunakan desain penelitian kuantitatif kausal. Objek penelitian ini adalah perusahaan jasa internet dan pelanggannya sebagai subyek, serta kualitas pelayanan dan loyalitas pelanggan sebagai objek. Data dikumpulkan dengan menggunakan metode (1) kuisisioner, (2) wawancara dan (3) dokumentasi. Penelitian ini menggunakan sampel sebanyak 100 pelanggan dari jumlah populasi sebanyak 1001 pelanggan. Sampel di tarik dengan menggunakan teknik sampling insidental, serta data di analisis dengan analisis regresi sederhana.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa (1) kualitas pelayanan berada dalam kategori baik, (2) loyalitas pelanggan berada dalam kategori sangat loyal dan (3) ada pengaruh positif dan signifikan dari kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan pengguna jasa warung internet di kota Singaraja

Kata-kata kunci: kualitas pelayanan dan loyalitas pelanggan

**Abstract:** This observation for finding the descriptive obtain about (1) service quality, (2) customer loyalty, and (3) explanative finding of service quality effects to customer loyalty internet cafe's in Singaraja city.

This observation used causal quantitative methods the object is internet service company and the customer as subject, also served quality and customer loyalty as object. The item collected by method (1) questionnaire, (2) interviews and (3) documentation. This observation used 100 sample customer of 1001 population customer. This sample collected with incidental sampling technique, and the item analysis with simple regression analysis.

The result of this observation is (1) service quality in good category, (2) customer loyalty in loyalest, and (3) also positive effect and significant of service quality to users customer loyalty internet cafe's in Singaraja city.

Key words: quality of service and customer loyalty

## PENDAHULUAN

Persaingan di dunia bisnis industri jasa sekarang kian meningkat. Meningkatnya persaingan tersebut ditandai dengan banyaknya jumlah dan variasi usaha jasa yang ada di kota Singaraja, sehingga menuntut para usahawan untuk lebih cekatan dalam mamilih peluang usaha. Banyak usaha yang dapat digeluti di zaman sekarang. Sektor yang mulai tumbuh dan banyak berdiri adalah usaha di sektor jasa.

Industri ini berkembang pesat seiring dengan kemajuan teknologi yang dibutuhkan masyarakat.

Di kota singaraja perkembangan warung internet (warnet) tumbuh pesat, tingkat persaingan antar warnet di kota singaraja cukup tinggi sehingga menuntut pihak pengusaha warnet untuk menyusun kebijakan dalam rangka menghadapi persaingan yang ada. Salah satu usaha untuk menghadapi persaingan tersebut adalah

perusahaan tersebut memberikan pelayanan yang berkualitas dibandingkan para pesaing dalam menciptakan, menyerahkan dan mengkomunikasikan kepada konsumen.

Perusahaan yang bergerak di sektor jasa, seperti warung internet yang dikenal dengan sebutan warnet yang berada di kota Singaraja, terjadi penurunan jumlah pelanggan pengguna jasa warnet yang dialami oleh pengusaha warnet yang ada di Kota Singaraja rata-rata mencapai 31,90%. Penelitian awal dilakukan kepada pemilik usaha jasa warung internet, dalam wawancara pemilik warnet berpendapat bahwa banyak sebab warnet dalam keadaan sepi, beberapa di antaranya adalah liburan kuliah, adanya internet gratis di areal instansi, sekolah atau kampus dan mulai banyaknya pesaing warnet. Hal-hal tersebut membuat konsumen beralih ke pesaing dan merasa tidak puas karena pelayanan yang diberikan tidak maksimal dan jauh dari harapan pelanggan yang diberikan pihak pengusaha warnet, hal ini bisa menyebabkan dan beresiko beralih menggunakan jasa dari usaha warnet lainnya.

Kualitas pelayanan sering menjadi pokok pembicaraan orang dalam hal pemuasan kebutuhan. Banyak para ahli telah memberikan definisi tentang kualitas pelayanan dengan ungkapan yang berbeda-beda, tetapi yang terkandung didalamnya adalah sama yaitu kualitas pelayanan pada dasarnya meliputi upaya memenuhi harapan pelanggan sesuai dengan spesifiknya. Dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan adalah Seberapa jauh perbedaan antara kenyataan dengan harapan pelanggan atas layanan yang diperoleh. Apabila jasa yang dirasakan sesuai dengan jasa diharapkan, maka kualitas pelayanan tersebut akan dipersepsikan positif atau

baik. Jika jasa yang dipersepsikan melebihi harapan, maka kualitas jasa dipersepsikan kualitas ideal.

Beberapa tahun belakangan ini, kualitas pelayanan menjadi salah satu permasalahan yang cukup banyak mendapat sorotan masyarakat. Menurut Parasuramaan (1988) memaparkan ada lima prinsip dimensi kualitas pelayanan yang digunakan oleh konsumen atau tamu untuk menilai kualitas pelayanan. Kelima dimensi tersebut adalah sebagai berikut.

(1) *Tangibles* atau tampilan fisik

*"Tangibles* merupakan kemampuan suatu perusahaan dalam menunjukkan eksistensinya kepada pihak eksternal (Lupiyoadi, 2001: 148)".

(2) *Reliability* atau kehandalan

*Reliability* merupakan kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan sesuai dengan apa yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya.

(3) *Responsiveness* atau Ketanggapan

*"Responsiveness* adalah dimensi kualitas pelayanan yang paling dinamis (Handi Irawan, 2002: 65)".

(4) *Assurance* atau jaminan

*"Assurance* yaitu kemampuan para karyawan untuk menemukan rasa percaya konsumen terhadap perusahaan (Lupiyoadi, 2001: 148)".

(5) *Empathy* atau empati

Kata empati sering berkaitan dengan keinginan atau kemampuan memahami perasaan atau kebutuhan orang lain.

Mengukur kualitas pelayanan berarti membandingkan kinerja suatu pelayanan atau jasa dengan seperangkat standar yang telah ditetapkan terlebih dahulu. Salah satu pendekatan kualitas pelayanan yang banyak dijadikan acuan dalam riset pemasaran adalah model *servqual* (*service quality*) yang dikembangkan oleh Parasuraman, dkk (1995). *Servqual*

dibangun atas adanya perbandingan dua faktor utama yaitu persepsi pelanggan atas layanan yang nyata mereka terima (*perceived service*) dengan layanan sesungguhnya diharapkan/ diinginkan (*expected service*).

Untuk meningkatkan loyalitas, perusahaan harus meningkatkan kepuasan setiap pelanggan dan mempertahankan tingkat kepuasan tersebut dalam jangka panjang. Untuk meningkatkan kepuasan, perusahaan harus menambahkan nilai yang dapat membuat mereka mendapatkan apa yang mereka bayar atau lebih dari yang mereka harapkan, sehingga mereka dapat bertahan dan mengarah pada pembelian ulang, rekomendasi dan proporsi pembelanjaan yang meningkat. Dari uraian di atas dapat disimpulkan bahwa loyalitas pelanggan merupakan tingkat peranan pelanggan atas pelayanan yang diberikan oleh pihak pengusaha jasa warnet setelah membandingkan kinerja atau hasil dirasakan dengan harapannya.

Pelanggan yang loyal merupakan *asset* penting bagi perusahaan. Menurut Griffin (Ratih, 2002:31) pelanggan yang loyal memiliki karakteristik sebagai berikut.

- (1) Melakukan pembelian ulang secara teratur (*makes regular repeat purchase*)
- (2) Membeli diluar lini produk/ jasa (*purchases across product dan service lines*),
- (3) Merekomendasikan produk lain (*refers other*),
- (4) Menunjukkan kekebalan dari daya tarik produk sejenis dari pesaing (*demonstrates an immunity to the full of the competition*).

Hubungan Antara Kualitas Pelayanan dengan Loyalitas Pelanggan

Loyalitas pelanggan adalah "kunci utama dari perusahaan untuk menang dalam persaingan, baik dalam perusahaan jasa maupun perusahaan

barang (Tjiptono, 2002: 24)". Banyak peneliti melihat aspek loyalitas pelanggan sebagai bentuk kesuksesan suatu organisasi.

Tujuan utama kualitas pelayanan adalah untuk membangun mempertahankan konsumen yang komit yang menguntungkan bagi konsumen, untuk mencapai tujuan ini, perusahaan akan memfokuskan pada penarikan, mempertahankan dan meningkatkan hubungan dengan konsumen. Konsumen tertarik untuk terikat dalam hubungan dengan perusahaan, konsumen tetap ingin menjalin hubungan selama konsumen diberi pelayanan jasa yang berkualitas secara konsisten serta value yang terbaik disetiap kesempatan. Kecil harapannya konsumen bisa direbut oleh pesaing bila konsumen merasa bahwa perusahaan memahami kebutuhan konsumen yang berubah dan memperlihatkan kemampuan untuk senantiasa menjaga hubungan dengan secara konsisten memperbaiki dan mengembangkan jasanya.

Konsumen yang loyal dapat menjadi konsumen yang baik lagi bila mereka menerima pelayanan jasa, secara terus menerus, dari perusahaan yang sama. Konsumen yang loyal tidak hanya menjadi dasar kuat bagi perusahaan, tetapi mereka juga mencerminkan potensi pertumbuhan perusahaan dimasa depan. Hubungan yang selalu ditingkatkan akan mampu meningkatkan laba perusahaan. Menurut Marriott (2001) mengatakan bahwa untuk memuaskan konsumen, manajemen harus memuaskan karyawannya lebih dahulu.

Barnes (2003) menyatakan bahwa mempertahankan pelanggan dapat dicapai melalui kepuasan pelanggan terhadap kualitas pelayanan. Ketika pelanggan merasa menerima sesuatu yang bernilai, maka pelanggan akan menganugrahi pengusaha warnet dengan loyalitas. Unsur yang penting

dari kualitas pelayanan yang superior memastikan pencapaian loyalitas pelanggan, loyalitas pelanggan memastikan pencapaian laba dan pertumbuhan perusahaan lebih tinggi.

Pengusaha jasa akan yang mempunyai nama baik dalam artian cara penyampaian yang professional (berkualitas tinggi) dan pada tingkat harga yang bersaing, maka usaha jasa kemungkinan akan mendapatkan penghargaan dalam bentuk loyalitas dan berita yang positif. Lucas (2005) menyatakan bahwa jika pelayanan tidak dapat memenuhi ekspektasi, janji-janji atau jika kemampuan untuk memperbaiki kesalahan pada pelayanan yang tidak sempurna, maka usaha jasa akan menderita kerugian.

Pengaruh kualitas pelayanan dengan loyalitas konsumen sangat erat kaitannya, karena dengan memberikan pelayanan yang berkualitas tinggi kepada konsumen akan menciptakan kepuasan konsumen. Kepuasan inilah akan muncul loyalitas konsumen terhadap perusahaan jasa, jika perusahaan sudah memiliki konsumen yang loyal, maka perusahaan bisa meningkatkan penjualan dan akhirnya akan mendapatkan keuntungan sesuai dengan yang diharapkan.

Ada suatu hubungan penting antara kualitas pelayanan dengan loyalitas pelanggan. Hubungan ini terutama kuat sekali bila pelanggan sangat puas. Dengan demikian, pengusaha warung internet yang benar-benar bertujuan untuk memuaskan pelanggannya tidak cukup dengan menghasilkan loyalitas pelanggan, karena itu pengusaha warnet harus bertujuan lebih daripada memuaskan, yaitu memuaskan hati pelanggannya.

Secara lebih rinci, penelitian ini deskriptif kualitas pelayanan pengguna warung internet di Kota Singaraja (2) deskriptif loyalitas pelanggan pengguna warung internet di Kota Singaraja (3) mengkaji pengaruh kualitas pelayanan

terhadap loyalitas pelanggan pengguna warung internet di Kota Singaraja Tahun 2012?

## **METODE PENELITIAN**

Penelitian ini menggunakan penelitian kuantitatif kausal yang menggunakan desain deskriptif dan kausal. Variabel-variabel yang dilibatkan dalam penelitian ini adalah variabel kualitas pelayanan (X), variabel loyalitas pelanggan dengan menggunakan jasa warung internet (Y). kedua variabel ini memiliki hubungan sebab-akibat karena variabel kualitas pelayanan adalah variabel bebas (*Independent variabel*) dan variabel loyalitas pelanggan menggunakan jasa warnet merupakan variabel terikat (*dependent variabel*). Penelitian deskriptif digunakan untuk menjawab pertanyaan satu dan dua yaitu deskriptif tentang kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan pengguna jasa warung internet di kota Singaraja. Penelitian kausal digunakan untuk menjawab permasalahan nomor tiga yaitu pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan pengguna jasa warung internet di kota Singaraja. Metode yang digunakan adalah metode survey adalah penelitian yang mengambil sampel dari populasi dan menggunakan kuisioner sebagai alat pengumpulan data utama.

Dalam penelitian ini proses penarikan sampel minimal dapat digunakan dengan teknik sampling insidental (Sugiyono, 2009). Mengingat jumlah pelanggan ini cukup banyak, maka dari sekian banyak jumlah populasi akan diambil sebagian untuk dijadikan sampel. "sampel adalah sebagian populasi yang dapat mewakili.

Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut.

- (a) Kuisioner
- (b) Wawancara
- (c) Dokumantasi

Kuisisioner sebagai instrumen pengumpulan data ordinal yang merupakan penjabaran dari indikator variabel sebelum digunakan untuk mengumpulkan data lapangan terlebih dahulu harus diuji tingkat validitas dan reliabilitasnya.

(1) Pengujian validitas instrumen

“Suatu kuisisioner dikatakan valid apabila mampu mengukur apa yang diinginkan dan dapat mengungkapkan data dari variabel yang diteliti secara tepat Arikunto (2006 : 168)”. Menurut Agus Irianto (2008: 137) teknik pengujian yang digunakan untuk pengujian uji validitas ini adalah teknik korelasi melalui koefisien korelasi *product moment* dengan rumus :

Pengujian reliabilitas berkaitan dengan masalah adanya kepercayaan terhadap instrument penelitian. Suatu instrument dikatakan reliabel atau andal jika jawaban responden atas pertanyaan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Menurut Husein Umar (2008) Untuk menguji reliabilitas dapat digunakan dengan rumus *Cronbach Apha*.

Analisis deskriptif digunakan untuk menjawab rumusan masalah nomor 1 (satu). Untuk mengetahui kualitas pelayanan dan loyalitas pelanggan berada pada kategori sangat tinggi, tinggi, cukup tinggi, rendah dan sangat rendah maka akan dibuat pengklasifikasian yang mengaju pada ketentuan seperti yang dikemukakan oleh Agus Irianto (2004: 22)

Analisis ini digunakan untuk mencari besarnya pengaruh kualitas

pelayanan dengan loyalitas pelanggan. Analisis regresi linier sederhana pada hubungan fungsional ataupun kausal satu variabel *independen* dan satu variabel *dependen* yaitu diantara variabel X (kualitas pelayanan) dengan variabel Y (loyalitas pelanggan).

**Hasil Penelitian Dan Pembahasan**

Dalam penelitian ini diperoleh temuan (1) deskripsi mengenai kualitas pelayanan, (2) deskripsi loyalitas pelanggan dan (3) penjelasan tentang pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas p elanggan pengguna jasa warung internet di kota Singaraja. Kualitas Pelayanan Warung Internet di Kota Singaraja.

Kualitas pelayanan pada warung internet adalah perbandingan antara perasaan pelanggan selama menggunakan pelayanan warnet menuju pada harapan pelanggan terhadap pelayanan tersebut. pelanggan pengguna jasa warung internet di kota Singaraja.

Hasil *scoring* pada Tabel 1 menunjukkan bahwa secara total harapan pelanggan terhadap pelayanan warnet di kota Singaraja berada dalam kategori sangat penting. Fakta ini memberikan indikasi bahwa perlu adanya perhatian yang lebih dari warung internet terhadap masing-masing dimensi kualitas pelayanan karena pelanggan warung internet masih memandang pentingnya peningkatan kualitas pelayanan di masa yang akan datang.

Tabel 1 Harapan Pelanggan terhadap Pelayanan Warung Internet di Kota Singaraja

No	Dimensi Variabel	Skor	Kategori
1	<i>Tangibles</i>	2.118	Sangat penting
2	<i>Reliability</i>	1.675	Penting
3	<i>Responsiveness</i>	2.145	Sangat penting
4	<i>Assurance</i>	2.087	Penting
5	<i>Empathy</i>	2.083	Penting
Total		10.096	Sangat penting

Sumber : Hasil Pengolahan Data pada Kuisisioner Responden.

Perasaan pelanggan terhadap pelayanan warung internet di kota Singaraja adalah persepsi pelanggan atas layanan yang nyata mereka terima pada warung internet di kota Singaraja.

Hasil *scoring* mengenai perasaan pelanggan terhadap pelayanan warung internet di kota Singaraja dapat dilihat pada Tabel 2.

Tabel 2 Perasaan Pelanggan terhadap Pelayanan Warung Internet di Kota Singaraja.

No	Dimansi variable	Skor	Kategori
1	<i>Tangibles</i>	1.658	Cukup baik
2	<i>Reliability</i>	1.282	Cukup baik
3	<i>Responsiveness</i>	1.670	Cukup baik
4	<i>Assurance</i>	1.723	Baik
5	<i>Empathy</i>	1.664	Cukup baik
Total		7.997	Cukup baik

Sumber : Hasil Pengolahan Data Kuesioner

Pada Tabel 2 terlihat bahwa hanya dimensi *assurance* yang mencapai kategori baik, sedangkan keempat dimensi yang lainnya mencapai kategori cukup baik. Fakta ini juga memberikan indikasi bahwa pelanggan tidak puas dengan pelayanan yang diterima, maka perlu adanya peningkatan kualitas pelayanan yang dirasakan pelanggan dalam mencapai kategori baik atau sangat baik. Tingkat Kualitas Pelayanan Warung Internet di Kota Singaraja.

Kualitas pelayanan dapat diukur dengan cara membandingkan dua faktor utama yaitu persepsi pelanggan atas layanan yang nyata dengan yang diterima (*perceived*) dengan layanan yang sesungguhnya diharapkan/diinginkan (*expected service*) di warung internet di kota Singaraja.

Hasil penelitian mengenai tingkat kualitas pelayanan warung internet di kota Singaraja dapat dilihat pada Tabel 3

Tabel 3 Kualitas Pelayanan Warung Internet di Kota Singaraja

Dimensi variable	Skor harapan pelanggan	Skor perasaan pelanggan	Nilai kualitas pelayanan	Kategori	Gap (kesenjangan)
<i>Tangibles</i>	2.118	1.658	0,78	Baik	0,22
<i>Reliability</i>	1.675	1.282	0,77	Baik	0,23
<i>Responsiveness</i>	2.142	1.670	0,78	Baik	0,22
<i>Assurance</i>	2.078	1.723	0,83	Baik	0,17
<i>Empathy</i>	2.083	1.664	0,80	Baik	0,20
Total	10.096	7.997	0,80	Baik	0,20

Sumber : Hasil Pengolahan Data Kuisisioner Harapan dan Perasaan Pelanggan

Temuan hasil penelitian pada Tabel 3 menunjukkan bahwa secara total kualitas pelayanan yang diberikan warung internet di kota Singaraja berada pada kategori baik dengan nilai 0,80. Dimensi yang membentuk kualitas pelayanan yaitu, *tangibles*, *reliability*,

*responsiveness*, *assurance*, *empathy* mencapai kategori baik. Hal ini karena aspek pengukuran kualitas pelayanan yang diharapkan mencapai kategori penting dan pada aspek pelayanan yang dirasakan pelanggan secara total sudah mencapai kategori cukup baik.

Loyalitas Pelanggan Warung Internet di Kota Singaraja.

Loyalitas merupakan komitmen untuk bertahan secara mendalam dengan melakukan pembelian ulang atau berlangganan kembali dengan jasa yang dipilih secara konsisten dimasa

yang akan datang, meskipun pengaruh situasi dan usaha-usaha pemasaran mempunyai potensi untuk menyebabkan perubahan perilaku. Penilaian terhadap loyalitas pelanggan pengguna jasa warung internet di kota Singaraja seperti tampak pada Tabel 4

Tabel 4 Loyalitas Pelanggan Pengguna Jasa Warung Internet di Kota Singaraja

No	Dimensi variable	Skor	Kategori
1	Peranan pelanggan atas layanan yang diberikan.		
	(1) Kemampuan membeli jasa	309	Sangat loyal
	(2) Kemampuan merespon pelayanan yang ditawarkan	329	Sangat loyal
	(3) Kesiediaan untuk bertahan pada warnet.	266	Loyal
	(4) Kesiediaan untuk memanfaatkan pelayanan.	263	Loyal
	(5) Minat dalam menggunakan pelayanan.	299	Sangat loyal
	(6) Kesetiaan terhadap pelayanan	354	Sangat loyal
Total loyalitas pelanggan		1.792	Sangat loyal

Sumber : Hasil Pengolahan Data pada Kuisiner Responden

Temuan ini memberikan implikasi bahwa perlu adanya upaya peningkatan loyalitas pelanggan warung internet yang lebih baik agar dimasa yang akan datang loyalitas pelanggan warnet dapat memnunjukkan kategori sangat tinggi. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan Pengguna Jasa Warung Internet di Kota Singaraja.

Hipotesis penelitian “ada pengaruh positif dan signifikan dari kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan pengguna jasa warung internet di kota Singaraja”. Hasil perhitungan dengan uji ststistika koefisien korelasi *product moment* dapat dilihat pada Tabel 5

Tabel 5. Hasil Perhitungan Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan Pengguna Jasa Warung Internet di Kota Singaraja.

Parameter	Koefisien	p-value	Alpha	Kesimpulan	Artinya
Rxy	0,446	0,000	0,05	Menolak Ho	Ada hubungan pengaruh antara kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan
rx <sub>y</sub>	0,446	0,000	0,05		Ada pengaruh positif dan signifikan antara kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan
R <sup>2</sup> xy	0,199	0,000	0,05		Pengaruh antara kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan.
Pε <sub>y</sub>	0,801				Faktor lain yang mempengaruhi loyalitas pelanggan

Sumber : Hasil Pengolahan Data SPSS

Hasil uji dengan statistika koefisien kolerasi *product moment* pada Tabel di atas menyatakan ada pengaruh positif dan signifikan dari kualitas pelayanan terhadap loyalitas Pelanggan pengguna jasa warung internet di kota Singaraja karena p-value dari rxy sebesar 0,000 lebih kecil dari  $\alpha$  0,05. Besar hubungan pengaruh dari kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan adalah 0,446 atau sebesar 44,60%, serta besar pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan pengguna jasa warung internet sebesar 0,199 atau 19,90%. Temuan ini mengidentifikasi bahwa untuk membangun kualitas pelayanan warung internet untuk meningkatkan loyalitas pelanggan pengguna jasa warung internet di kota Singaraja serta memberikan indikasi bahwa masih ada 80,10% loyalitas pelanggan di pengaruhi faktor lain yang di duga kuat mempengaruhi loyalitas pelanggan adalah kinerja perusahaan jasa, manajemen dan persepsi pelanggan tentang pengolahan usaha yang memerlukan penelitian lebih lanjut.

## **PEMBAHASAN**

Berdasarkan hasil penelitian kualitas pelayanan yang ada pada Tabel 4.2 menunjukkan bahwa baik secara total maupun perdimensi kualitas pelayanan pada warung internet di kota Singaraja berada pada kategori baik, fakta ini memberikan indikasi bahwa perlu adanya peningkatan kualitas pelayanan pada masing-masing dimensi agar kualitas pelayanan pada warung internet di kota Singaraja dapat mencapai kategori sangat baik. Peningkatan kualitas pelayanan dapat dilakukan dengan cara memenuhi semua harapan pelanggan pada masing-masing dimensi. Fakta pada Tabel loyalitas menunjukkan bahwa loyalitas pelanggan warung internet di kota Singaraja baik secara total

maupun perdimensinya berada pada kategori sangat loyal. Temuan ini memberikan implikasi bahwa perlu adanya upaya peningkatan loyalitas pelanggan warung internet di kota Singaraja yang lebih baik agar dimasa yang akan datang loyalitas pelanggan warung internet di kota Singaraja dapat mencapai kategori sangat Pengaruh kualitas pelayanan (X) terhadap loyalitas pelanggan (Y) dapat diketahui dengan cara menganalisis hubungan antara skor item total kualitas pelayanan dengan skor item total loyalitas pelanggan. Pengujian hipotesis dilakukan dengan menghitung besarnya koefisien korelasi dari variabel kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan.t tinggi. Berdasarkan hasil perhitungan berdasarkan perhitungan korelasi *product moment* dengan menggunakan SPSS 16.0 for window dapat disimpulkan bahwa ada pengaruh positif dan signifikan dari kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan pengguna jasa warung internet di kota Singaraja. Hasil penelitian ini mendukung penelitian dari Ernani (2008) yang mengungkapkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Temuan ini sesuai dengan pendapat Rusnadi (2004) yang menyatakan bahwa loyalitas pelanggan akan tercipta jika perusahaan dapat memberikan kepuasan kepada pelanggan dengan menyediakan pelayanan yang sesuai dengan harapan pelanggan yang pada akhirnya kualitas suatu pelayanan akan menciptakan loyalitas pelanggan pada perusahaan jasa.

Bloomer, Ruyter dan Peeters (1998) mendapatkan kualitas jasa memiliki pengaruh langsung terhadap loyalitas dan mempengaruhi loyalitas melalui kepuasan. Hasil yang sama juga diperlihatkan oleh hasil penelitian



Andreasson dan Lindestad (1998) menyatakan bahwa apabila pelanggan puas terhadap barang atau pelayanan yang diterima, maka akan menimbulkan kesetiaan / loyalitas konsumen. Demikian juga dengan pendapat Assael (1995) bahwa kepuasan yang dirasakan pelanggan dapat meningkatkan intensitas pembelian, dan dengan tingkat kepuasan yang optimal ini akan mendorong terciptanya loyalitas.

## SIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan hasil penelitian dapat disimpulkan sebagai berikut. *Pertama* Kualitas pelayanan pada warung internet di kota Singaraja baik dilihat secara total maupun dari masing-masing dimensi mencapai dalam kategori baik. Hal ini memberikan indikasi bahwa warung internet di kota Singaraja telah mampu memberikan pelayanan sesuai dengan apa yang diharapkan pelanggan. *Kedua*, Loyalitas pelanggan warung internet di kota Singaraja di lihat secara total mencapai kategori tinggi. Hal ini memberikan indikasi bahwa pelanggan telah memberikan kesetiaan pada penggunaan pelayanan yang ada di warung internet di kota Singaraja. *Ketiga*, Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada pengguna jasa warung internet di kota Singaraja. Hal ini berarti kualitas pelayanan berperan upaya membangun dan meningkatkan loyalitas pelanggan pengguna jasa warung internet di kota Singaraja.

Untuk mendalami teori manajemen pemasaran jasa, manajemen jasa diharapkan untuk melakukan penelitian lebih lanjut mengenai hubungan kausal antara kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan dengan menggunakan metode yang sama pada warung internet di daerah yang berbeda. Hal ini berguna untuk menguji keberlakuan

temuan kausal dalam skripsi ini secara lebih luas.

Penelitian mengenai hubungan kausal kualitas pelayanan yang mencakup *tangibles, reliability, responsiveness, assurance dan empathy* dalam penelitian ini berikutnya perlu dikembangkan lagi.

Dalam upaya meningkatkan pelanggan warung internet, maka pemilik warung internet perlu memperhatikan kualitas pelayanan yang mencakup *tangibles, reliability, responsiveness, assurance dan empathy*. Peningkatan kualitas pelayanan dapat dilakukan dengan memperhatikan aspek-aspek yaitu, penyediaan jenis produk internet dan produk lainnya yang lengkap bagi pelanggan, meningkatkan kehandalan pegawai warung internet dalam menyampaikan pelayanan, kesabaran pelanggan dalam melayani dan perhatian pegawai terhadap pelanggan, menambah prangkat internet untuk mempercepat akses internet,

Pemilik warung internet perlu menerapkan suatu metode-metode baru atau strategi-strategi baru dalam meningkatkan loyalitas pelanggan yaitu dengan memberikan suatu penghargaan bagi pelanggan yang memiliki loyalitas tinggi terhadap warung internet.

## DAFTAR PUSTAKA

- Anonim. 2009. " *Definisi Loyalitas Pelanggan (customer loyalty definition)*". Tersedia pada <http://ilmumanajemenpemasaran.wordpress.com/2009/11/10/definisi-loyalitas-pelanggan/>. (diakses tanggal 2 juli 2012)
- Arikunto, Suharsimi. 2006. *Prosedur Penelitian, Suatu Pendekatan Praktek Edisi Revisi VI*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Febrianto, Lucky. 2011. *Analisis Pengaruh Kualitas Jasa Terhadap Loyalitas Pelanggan*

- Bus DAMRI Kota Semarang*. Skripsi (tidak diterbitkan). Jurusan Ekonomi, Universitas Diponegoro.
- Giri, Wahyu Komalasari. 2009. *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Konsumen Di Salon Peggy Singaraja*. Skripsi (tidak diterbitkan). Jurusan Pendidikan Ekonomi, Universitas Pendidikan Ganesha.
- Hadiyati, Ernani. 2008. "Analisis Kualitas Pelayanan dan Pengaruhnya Terhadap Loyalitas Pelanggan". Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi, Universitas Jambi. ISSN: 2085-0972
- Hasan, Iqbal. 2004. *Analisi Data Penelitian Dengan Statistic*. Jakarta: PT Bumi Aksara.
- Hurriyati, Ratih. 2008. *Baruan Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*, Bandung: CV. Alfabeta.
- Irawan, Handi. 2004. *Prinsip Kepuasan pelanggan*. Jakarta: PT Alex Media Komputindo.
- Irianto, Agus. 2004. *Statistika: Konsep Dasar Dan Aplikasinya*. Jakarta: Andy Yogyakarta.
- Kotler, Philip. 2002. *Manajemen Pemasaran*. Edisi Millenium Jakarta: Prehelino.
- Lupiyoadi, Rambat. 2001. *Manajemen Pemasaran Jasa Teori dan Praktek*. Jakarta: Salemben Empat.
- Rusandi, Edi. 2004. "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Anggota Koperasi Karyawan Omedata (K2O) di PT. Omedata Elektronik Bandung". Tesis (tidak diterbitkan). Magister Manajemen, Universitas Widyatama Bandung.
- Setyorini, Winarti. (2011). "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Hotel Mahkota Di Pangkalan Bun" *Jurnal Ilmu-Ilmu Sosial*, Volume 3, No. 1 (halaman 167-177).
- Sinaga, Partua Pramana Hamonangan. 2010. "Analisis pengaruh kualitas pelayanan, Kepuasan pelanggan, dan lokasi Terhadap loyalitas pelanggan ( studi kasus pada warnet chamber semarang )". Skripsi (tidak diterbitkan). Jurusan Manajemen, Universitas Diponegoro Semarang.
- Sugiyono. 2009. *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif dan R & D*. Bandung: ALFABETA.
- Tjiptono, Fandy, 1997. *Strategi pemasaran*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Tjiptono, Fandy, 2002. *Manajemen Jasa*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Umar, Huesin. 2008. *Desain Penelitian MSDM dan Prilaku Karyawan*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Wahono, Tri. 2010. "Warnet Kian Tergerus Internet Ponsel". tersedia pada <http://news.palcomtech.com/2010/11/warnet-kian-tergerus-internet-ponsel/html>. (diakses tanggal 25 januari 2012).
- Yamit, Zulian, 2002. *Manajemen Kualitas Produk Dan Jasa*, Edisi kedua. Yogyakarta: Ekonisia