

PENGARUH *EXCELLENT SERVICE* TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN SERTA DAMPAKNYA PADA LOYALITAS PELANGGAN (Survei pada Pelanggan Pizza Hut Malang Town Square)

Annisa Mirandha Hapsari

Srikandi Kumadji

Yusri Abdillah

Fakultas Ilmu Administrasi

Universitas Brawijaya

Malang

E-mail:annisa.mirandha@outlook.com

ABSTRACT

The objectives of this research are to analyze (1) the influence of Excellent Service on Customer Satisfaction; (2) the influence of Excellent Service on Customer Loyalty; and (3) the influence of Customer Satisfaction on Customer Loyalty. Research type is explanatory research with quantitative approach. The sample are 116 respondents who are the customers of Pizza Hut at Malang Town Square. Sampling technique is purposive sampling. Data were collected by distributing the questionnaire. Data analysis techniques include descriptive analysis and path analysis. Result of the research indicates that (1) Excellent Service (X) is significantly influencing customer satisfaction (Y₁); (2) Excellent Service (X) is not significantly influencing customer loyalty (Y₂); and (3) customer satisfaction (Y₁) is significantly influencing customer loyalty (Y₂).

Keywords: *excellent service, customer satisfaction, customer loyalty*

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui: (1) pengaruh *Excellent Service* terhadap Kepuasan Pelanggan; (2) pengaruh *Excellent Service* terhadap Loyalitas Pelanggan; dan (3) pengaruh Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan. Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian penjelasan (*explanatory research*) dengan pendekatan kuantitatif. Sampel sebanyak 116 orang responden yang merupakan pelanggan Pizza Hut Malang Town Square. Teknik pengambilan sampel menggunakan teknik *purposive sampling*. Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah menyebar kuesioner. Analisis data yang digunakan yaitu analisis deskriptif dan analisis jalur (*path analysis*). Hasil dari penelitian ini diketahui bahwa: (1) variabel *excellent service* berpengaruh signifikan terhadap variabel kepuasan pelanggan; (2) variabel *excellent service* berpengaruh tidak signifikan terhadap variabel loyalitas pelanggan; (3) variabel kepuasan pelanggan berpengaruh signifikan terhadap variabel loyalitas pelanggan.

Kata Kunci: *excellent service, kepuasan pelanggan, loyalitas pelanggan*

PENDAHULUAN

Persaingan dalam industri restoran saat ini sangat ketat dan membuat pengelola restoran berupaya mencari strategi yang tepat untuk menarik pelanggan sebanyak-banyaknya. Mempunyai menu utama yang dapat diandalkan adalah hal yang penting bagi perusahaan, selain

itu produk alternatif juga penting disuguhkan kepada pelanggan untuk mendukung penyajian produk utamanya. Produk alternatif bisa dalam bentuk pertunjukan atau yang sering kita temui adalah *live music* atau bisa dalam bentuk pemandangan dan objek yang menarik.

Dalam mempertahankan eksistensinya di dunia bisnis, perusahaan harus memperhatikan kualitas produk yang dihasilkan serta kualitas pelayanan yang diberikan pada *customer*. Pelayanan Prima (*Excellent Service*) dalam perusahaan merupakan salah satu persyaratan dasar untuk bertahan dan berkembang dalam dunia bisnis. Hal ini disebabkan karena kepuasan konsumen akan memberikan dampak positif bagi perusahaan. Menurut Ruslan (2005:274), "Excellent Service (Pelayanan Prima) berkaitan dengan jasa pelayanan yang dilaksanakan oleh perusahaan dalam upaya untuk memberikan rasa kepuasan dan menumbuhkan kepercayaan pihak pelanggan".

Dewasa ini semakin banyak bisnis restoran menyadari arti pentingnya serta menerapkan *excellent service* untuk membangun daya saing selain kualitas produk yang dihasilkan serta harga kompetitif yang ditawarkan, karena aspek tersebut merupakan satu kesatuan yang tidak dapat dipisahkan. Sisi prosedur dari pelayanan terdiri dari sistem dan prosedur yang mapan untuk menyerahkan produk atau jasa. Sisi pribadi dari pelayanan adalah bagaimana personal pelayanan (dengan menggunakan sikap, perilaku, dan keterampilan verbal) dalam berinteraksi dengan pelanggan. Pelayanan yang diberikan oleh restoran tidak boleh hanya sekedar untuk mencukupi kebutuhan konsumen, tetapi bagaimana agar konsumen mendapatkan pelayanan lebih dari yang diharapkan, sehingga konsumen merasa puas terhadap apa yang didapatkannya dan menjadi loyal terhadap restoran karena selalu menyuguhkan pelayanan yang membuat konsumen tidak rugi untuk datang kembali ke restoran.

Berdasarkan uraian tersebut, *excellent service* merupakan unsur penting yang memiliki kaitan erat dengan keberhasilan perusahaan dalam mempertahankan konsumen dengan melayani sampai konsumen mencapai tingkat kepuasan dan menjadi loyal terhadap perusahaan. Selanjutnya, *excellent service* harus menjadi bagian dari budaya perusahaan yang tercermin dalam visi, misi dan komitmen perusahaan. Bercermin pada visi, misi, dan komitmen ini perusahaan harus mampu menerapkan layanan yang unggul pada pelanggan dan selalu mengukur tingkat kepuasan pelanggan, apakah pelayanan yang diberikan sudah memenuhi standar atau masih perlu dibenahi, karena keinginan pelanggan tidak jarang selalu berubah-ubah sehingga perusahaan harus

selalu memperhatikan kebutuhan dan keinginan pelanggan. Jika pelanggan selalu diperhatikan kebutuhan dan keinginannya maka pelanggan tidak akan ragu untuk selalu kembali ke restoran tersebut karena selalu dipuaskan dengan pelayanan yang diberikan.

KAJIAN PUSTAKA

a. *Excellent Service*

Pengertian pelayanan prima (*Excellent Service*) berkaitan dengan jasa pelayanan yang dilaksanakan oleh karyawan perusahaan dalam upaya untuk memberikan kepuasan dan menumbuhkan kepercayaan pihak pelanggan (konsumen). Melayani pelanggan dengan baik akan membuat pelanggan merasa diistimewakan, dengan memperhatikan kebutuhan pelanggan juga akan sangat membuat pelanggan senang. Adapun pengertian pelayanan prima (*excellent service*) menurut pendapat beberapa ahli, antara lain dipaparkan pada bagian berikut.

Menurut Barata (2003:27), "pelayanan prima adalah kepedulian kepada pelanggan dengan memberikan layanan terbaik untuk memfasilitasi kemudahan pemenuhan kebutuhan dan mewujudkan kepuasannya, agar mereka selalu loyal kepada organisasi/ perusahaan".

b. Pengertian Kepuasan Pelanggan

Susanto (1999:52) mengemukakan bahwa "kepuasan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang dirasakan dibandingkan dengan harapannya, jadi tingkat kepuasan adalah fungsi dari perbedaan antara kinerja sesungguhnya dengan harapan".

Berdasar pendapat diatas kepuasan pelanggan adalah tingkat perasaan terhadap jasa yang diterima pelanggan terhadap pengalaman-pengalaman berkaitan dengan produk atau jasa tertentu, serta berkenaan dengan kesepadanan dan ketidaksepadanan antara hasil yang didapatkan dibandingkan dengan pengorbanan yang dilakukan.

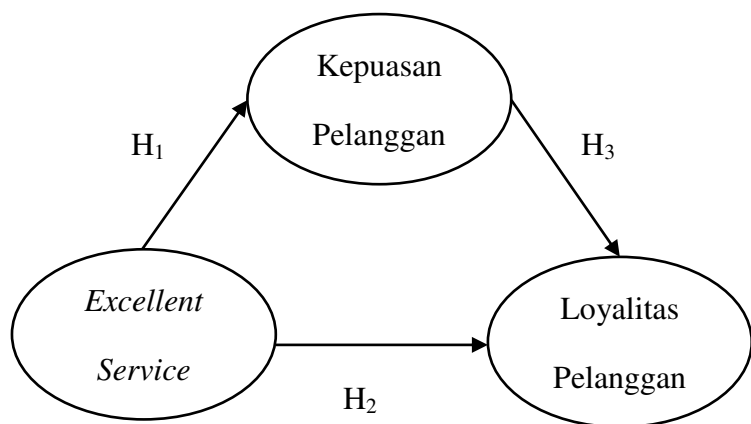
c. Pengertian Loyalitas Pelanggan

Hurriyati (2008:128) mengatakan bahwa "loyalitas adalah komitmen pelanggan bertahan secara mendalam untuk berlangganan kembali atau melakukan pembelian ulang produk atau jasa terpilih secara konsisten di masa yang akan datang". Hurriyati (2008:129) menjelaskan bahwa "loyalitas lebih mengacu pada wujud perilaku dari

unit-unit pengambil keputusan untuk melakukan pembelian secara terus menerus terhadap barang atau jasa perusahaan yang dipilih”.

Model Hipotesis

Menurut Arikunto (2006:64) hipotesis merupakan suatu jawaban yang sifatnya sementara terhadap permasalahan penelitian, sampai terbukti melalui data yang terkumpul, jadi hipotesis juga dapat diartikan sebagai jawaban sementara teoritis terhadap rumusan masalah penelitian dan belum merupakan jawaban empirik.



Gambar 1 Model Hipotesis

Berdasarkan model hipotesis tersebut, dapat ditarik rumusan hipotesis dalam penelitian ini yang diuraikan sebagai berikut :

H₁ : Variabel *excellent service* (X) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Y₁).

H₂ : Variabel *excellent service* (X) berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan pembelian (Y₂).

H₃ : Variabel kepuasan pelanggan (Y₁) berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan (Y₂).

METODE

Berdasarkan latar belakang dan perumusan masalah penelitian yang telah disusun dalam bab sebelumnya, maka penelitian yang dilaksanakan untuk menjawab masalah dalam penelitian ini adalah *explanatory research* (penelitian penjelasan).

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif. Lokasi peneliti mengumpulkan data penelitian ini mengambil lokasi di Pizza Hut Malang Town Square karena merupakan salah satu restoran cepat saji.

Variabel dalam penelitian ini dibagi menjadi tiga kelompok , yaitu variabel *exogenous*, variabel *intervening*, dan variabel *endogenous*.

Variabel eksogen merupakan semua variabel yang tidak mempunyai penyebab eksplisitnya atau di dalam diagram tidak punya anak panah yang menuju ke arahnya. (Sarwono,2012:10). Variabel eksogen dalam penelitian ini ialah *excellent service* yang diterapkan di restoran.

Menurut Kartiko (2010: 164), variabel *intervening* adalah variabel yang menghubungkan variabel bebas (variabel *exogenous*) dengan variabel terikat (variabel *endogenous*). Variabel *intervening* yang digunakan penelitian ini adalah kepuasan pelanggan.

Variabel, Indikator, dan Item

Variabel, Indikator dan Item dalam penelitian ini dijelaskan pada Tabel 1 berikut:

Tabel 1 Variabel, Indikator, dan Item

Variabel	Indikator	Item
Excellent Service (X)	Kecepatan Pelayanan	1. Kecepatan karyawan melayani konsumen 2. Kecepatan dalam menyajikan produk 3. Kecepatan karyawan merespon permintaan
	Kenyamanan Pelayanan	1. Suasana restoran 2. Penampilan karyawan 3. Kebersihan restoran
	Keramahan Pelayanan	1. Komunikasi karyawan dengan konsumen 2. Sapaan karyawan terhadap konsumen 3. Perilaku karyawan terhadap konsumen
	Kebenaran Pelayanan	1. Ketepatan pemenuhan janji 2. Keakuratan informasi 3. Kesalahan minimum dalam memberikan pelayanan
Kepuasan Pelanggan (Y1)	Nilai Kepuasan Pelanggan	1. Kepuasan terhadap pelayanan karyawan 2. Kepuasan terhadap keramahan karyawan 3. Kepuasan terhadap kecepatan karyawan

		4. Pelanggan nyaman dengan pelayanan yang diberikan 5. Produk yang disajikan sesuai dengan yang dipesan
Variabel	Indikator	Item
Loyalitas Pelanggan (Y₂)	Tingkat Loyalitas Pelanggan	1. Pembelian berulang karena pelayanan cepat 2. Pengonsumsi-an berulang karena produk dan pelayanan sesuai harapan 3. Memberitahukan hal positif ke orang lain

Menurut Arikunto (2006:130) populasi adalah keseluruhan subjek penelitian. Sedangkan Malhotra (2009:364) mengemukakan bahwa populasi adalah gabungan seluruh elemen, yang memiliki serangkaian karakteristik serupa, yang mencakup semesta untuk kepentingan masalah riset pemasaran. Populasi dalam penelitian ini adalah pengunjung Pizza Hut - Malang Town Square. Malhotra mendefinisikan sampel sebagai subkelompok elemen populasi yang terpilih untuk berpartisipasi dalam studi.

Sampel dalam penelitian ini tidak diketahui jumlahnya sehingga pengambilan sampel dalam penelitian ini dapat ditentukan dengan rumus Machin (1987:89).

Teknik pengambilan sampel pada penelitian ini adalah *purposive sampling*, dikarenakan untuk menjadi responden diperlukan syarat-syarat elemen terlebih dahulu, yaitu konsumen yang membeli produk di Pizza Hut Matos.

Hasil Uji

a. Validitas

Diketahui bahwa semua *item* pernyataan dari variabel *excellent service* (X) yang terdiri dari dua belas *item*, dan variabel kepuasan pelanggan (Y₁) yang terdiri dari lima *item* dan variabel loyalitas pelanggan (Y₂) yang terdiri dari tiga *item* mempunyai nilai koefisien korelasi (r) lebih dari 0,3. Dengan demikian dinyatakan bahwa semua *item* pernyataan untuk semua variabel tersebut valid.

b. Reliabilitas

Pengujian reliabilitas dilakukan untuk mengetahui tingkat ketetapan atau konsistensi alat ukur. Reliabilitas memberikan kesesuaian antara hasil dengan pengukuran. Suatu instrumen yang reliabel mengandung arti bahwa instrumen tersebut cukup baik sehingga mengungkap data yang dapat dipercaya.

Pada penelitian ini, dalam pengukuran reliabilitas kuesioner peneliti menggunakan rumus *alpha Cronbach* untuk mengetahui apakah hasil pengukuran data yang diperoleh memenuhi syarat reliabilitas atau tidak. Kriteria reliabilitas dengan menggunakan *alpha Cronbach* adalah apabila hasil korelasi *alpha* lebih dari 0,6 maka instrumen tersebut dikatakan reliabel dan begitu sebaliknya.

Hasil dari penelitian ini semua *item* pernyataan dari variabel *Excellent Service* (X), Kepuasan Pelanggan (Y₁) dan Loyalitas Pelanggan (Y₂) mempunyai koefisien *alpha* lebih dari 0,6. Dengan demikian dapat dinyatakan bahwa *item* pernyataan untuk semua variabel tersebut reliabel.

Hasil Koefisien Jalur

a. Koefisien Jalur *Excellent Service* terhadap Kepuasan Pelanggan

Koefisien jalur yang pertama pada penelitian ini adalah analisis pengaruh *excellent service* terhadap kepuasan pelanggan. Kebanyakan pelanggan dapat merasakan kepuasan yang diberikan Pizza Hut Matos setelah pelanggan menilai pelayanan yang diberikan dengan pelayanan yang diharapkan, jika pelayanan yang diberikan melebihi yang diharapkan, maka pelanggan akan merasa puas. Pengujian pengaruh variabel *excellent service* terhadap kepuasan pelanggan dapat dilihat pada Tabel 4.

Tabel 4 Hasil Uji Koefisien Jalur *Excellent Service*, Kepuasan Pelanggan, dan Loyalitas Pelanggan.

Variabel		Beta	R ²	t _{hitung} g	p- valu e	Keput usan
Eksogen	Endogen					
<i>Excellent Service</i> (X)	Kepuasan Pelanggan (Y ₁)	0,806	0,649	14,53 2	0,000	Signifi kan

<i>Excellent Service</i> (X)	Loyalitas Pelanggan (Y ₂)	0,212	0,278	1,573	0,119	Tidak Signifikan
Kepuasan Pelanggan (Y ₁)	Loyalitas Pelanggan (Y ₂)	0,341	0,278	2,524	0,013	Signifikan

H₁ : Variabel *excellent service* (X) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Y₁)

Tabel 4 menjelaskan hasil pengujian analisis jalur untuk mengetahui pengaruh *excellent service* terhadap kepuasan pelanggan sebesar 0,806 dan koefisien beta pada hubungan *excellent service* terhadap kepuasan pelanggan adalah sebesar 0,806. Hasil uji t_{hitung} yang diperoleh sebesar 14,535 dengan probabilitas sebesar 0,000 ($p < 0,05$) maka keputusannya adalah H₀ ditolak. Dengan demikian hipotesis yang menyatakan *excellent service* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan diterima. Pengaruh *excellent service* terhadap kepuasan pelanggan yang paling mempengaruhi adalah dari segi penampilan karyawan, pelanggan merasa penampilan karyawan yang rapi, bersih, dan menarik dapat membuat pelanggan merasa nyaman saat dilayani.

b. Koefisien Jalur *Excellent Service* terhadap Loyalitas Pelanggan

Koefisien jalur yang kedua pada penelitian ini adalah analisis pengaruh *excellent service* terhadap loyalitas pelanggan. Pengujian pengaruh variabel *excellent service* terhadap loyalitas pelanggan dapat dilihat pada Tabel 4 Hipotesis kedua pada penelitian ini adalah:

H₂ : Variabel *excellent service* (X) berpengaruh tidak signifikan terhadap loyalitas pelanggan (Y₂).

Tabel 4 menjelaskan hasil pengujian analisis jalur untuk mengetahui pengaruh *excellent service* terhadap loyalitas pelanggan. Koefisien beta pada hubungan *excellent service* terhadap loyalitas pelanggan adalah sebesar 0,212. Hasil uji t_{hitung} yang diperoleh sebesar 1,573 dengan probabilitas sebesar 0,119 ($p > 0,05$) maka keputusannya adalah H₀ diterima. Hipotesis yang menyatakan *excellent service* berpengaruh tidak signifikan terhadap

loyalitas pelanggan ditolak. *Excellent Service* tidak berpengaruh signifikan dikarenakan harus melalui variabel perantara untuk mengetahui pengaruh tersebut, dalam penelitian ini saya menggunakan variabel kepuasan pelanggan sebagai variabel perantara. Hasil uji ini berarti adanya pengaruh yang tidak signifikan dari variabel *excellent service* terhadap variabel loyalitas pelanggan.

c. Koefisien Jalur Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan

Koefisien jalur yang ketiga pada penelitian ini adalah analisis pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan. Pengujian pengaruh variabel kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan dapat dilihat pada Tabel 4 Hipotesis ketiga pada penelitian ini adalah:

H₃ : Variabel kepuasan pelanggan (Y₁) berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan (Y₂).

Tabel 4 menjelaskan hasil pengujian analisis jalur untuk mengetahui pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan. Koefisien beta pada hubungan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan adalah sebesar 0,341 dan t_{hitung} yang diperoleh sebesar 2,524 dengan probabilitas sebesar 0,013 ($p < 0,05$) maka keputusannya adalah H₀ ditolak. Hipotesis yang menyatakan kepuasan pelanggan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan diterima. Dari nilai kepuasan yang dicapai dapat memunculkan rasa loyalitas pelanggan terhadap perusahaan, tergantung dari pelanggan tersebut, karena tidak berarti pelanggan yang merasa puas mereka menjadi loyal terhadap perusahaan. Hasil uji ini berarti adanya pengaruh yang signifikan dari variabel kepuasan pelanggan terhadap variabel loyalitas pelanggan

Diagram Analisis Hasil Analisis Jalur

Gambar 2 menampilkan diagram hasil analisis jalur secara keseluruhan dalam penelitian ini. Pengaruh variabel *excellent service* terhadap kepuasan pelanggan sebesar 0,806, pengaruh variabel *excellent service* terhadap loyalitas pelanggan sebesar 0,212, dan pengaruh variabel kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan sebesar 0,341.

variabel, atau dengan kata lain pengaruh total atau *Total Effect* (TE) digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh keseluruhan hubungan antar variabel dalam sebuah model. Untuk mengetahui pengaruh total atau *Total Effect* (TE) variabel *excellent service*, kepuasan pelanggan, dan loyalitas pelanggan dapat diketahui melalui perhitungan berikut:

$$\begin{aligned} TE &= (PY_1X \times PY_2Y_1) + PY_2X \\ TE &= 0,274 + 0,212 \\ TE &= 0,486 \end{aligned}$$

Pengaruh total memperoleh angka sebesar 0,486. Angka tersebut berarti bahwa pengaruh total variabel *excellent service* dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan sebesar 0,486.

Ketepatan Model

Ketepatan model hipotesis penelitian diukur melalui hubungan Koefisien determinasi (R^2) pada kedua persamaan. Model persamaan sub struktur I dengan Koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,302 dan model persamaan sub struktur II dengan Koefisien determinasi sebesar 0,484. Dengan demikian hasil ketepatan model adalah sebagai berikut:

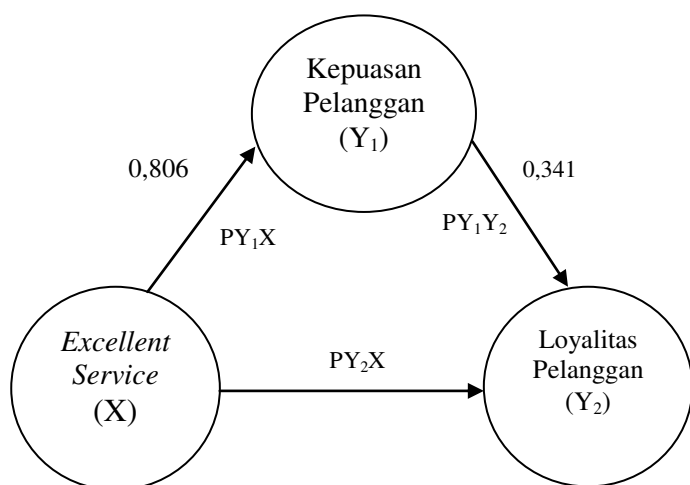
$$\begin{aligned} R^2 &= 1 - (1 - R^2_1) (1 - R^2_2) \\ &= 1 - (1 - 0,649) (1 - 0,278) \\ &= 1 - (0,351) (0,722) \\ &= 1 - 0,253 \\ &= 0,746 \text{ atau } 74,6\% \end{aligned}$$

Hasil perhitungan ketepatan model sebesar 74,6%, hal ini menunjukkan bahwa kontribusi model untuk menjelaskan hubungan struktural dari variabel *excellent service*, kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan yang diteliti adalah sebesar 74,6% dan sisanya sebesar 25,4% dijelaskan oleh variabel lain diluar model penelitian ini.

Pembahasan Pengujian Hipotesis

a. Pengaruh *Excellent Service* terhadap Kepuasan Pelanggan

Variabel *excellent service* memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel kepuasan pelanggan yang ditunjukkan oleh nilai koefisien jalur (β) sebesar 0,806, signifikan dengan probabilitas sebesar 0,000 ($p < 0,05$) dan koefisien



Gambar 2
Diagram Hasil Analisis Jalur Variabel *Excellent Service*, Kepuasan Pelanggan, Loyalitas Pelanggan

Pengaruh Tidak Langsung (*Indirect Effect*)

Pengaruh tidak langsung atau *Indirect Effect* (IE) merupakan pengaruh sebuah variabel eksogen terhadap variabel endogen namun melalui sebuah variabel lain.

$$\begin{aligned} IE &= \rho_{Y_1X} \times \rho_{Y_2Y_1} \\ IE &= 0,806 \times 0,341 \\ IE &= 0,274 \end{aligned}$$

Pengaruh tidak langsung memperoleh hasil angka sebesar 0,274. Angka tersebut berarti bahwa pengaruh *excellent service* terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan sebesar 0,274. Hal tersebut menunjukkan bahwa variabel kepuasan pelanggan berperan dalam hubungan *excellent service* terhadap loyalitas pelanggan.

Pengaruh Total (*Total Effect*)

Pengaruh total merupakan pengaruh keseluruhan dari berbagai hubungan antar

determinasi sebesar 64,9%. Hasil uji ini menjelaskan bahwa terdapat pengaruh signifikan dari variabel *excellent service* terhadap variabel kepuasan pelanggan dengan kontribusi sebesar 64,9% dengan pengaruh secara langsung sebesar 0,806. Sedangkan pengaruh sebesar 35,1% disebabkan oleh variabel lain diluar penelitian ini.

b. Pengaruh *Excellent Service* terhadap Loyalitas Pelanggan

Hasil analisis jalur menunjukkan bahwa variabel *excellent service* tidak memberikan pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Pengaruh variabel *excellent service* terhadap loyalitas pelanggan ditunjukkan oleh nilai koefisien jalur (β) sebesar 0,212, dengan probabilitas sebesar 0,119 ($p > 0,05$). Variabel *excellent service* tidak dapat mempengaruhi loyalitas pelanggan tanpa variabel perantara. Hasil uji ini menjelaskan bahwa terdapat pengaruh yang tidak signifikan dari variabel *excellent service* terhadap variabel loyalitas pelanggan dengan pengaruh secara langsung sebesar 0,278.

c. Pengaruh Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan

Hasil analisis jalur menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Pengaruh variabel kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan ditunjukkan oleh nilai koefisien jalur (β) sebesar 0,341, dengan probabilitas sebesar 0,013 ($p < 0,05$). Hasil uji ini menjelaskan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan dari variabel kepuasan pelanggan terhadap variabel loyalitas pelanggan dengan pengaruh secara langsung sebesar 0,278.

Kesimpulan

Berdasarkan pengolahan data dan hasil analisis data dalam pembahasan penelitian yang berjudul pengaruh *excellent service* terhadap kepuasan pelanggan dan dampaknya terhadap loyalitas pelanggan, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Variabel *excellent service* terbukti memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel kepuasan pelanggan yang ditunjukkan oleh nilai koefisien jalur (β) sebesar 0,806, signifikan dengan probabilitas sebesar 0,000 ($p < 0,05$).

2. Variabel *excellent service* terbukti memiliki pengaruh tidak signifikan terhadap loyalitas pelanggan yang ditunjukkan oleh nilai koefisien jalur (β) sebesar 0,212, tidak signifikan dengan probabilitas sebesar 0,119 ($p > 0,05$).
3. Variabel kepuasan pelanggan memberikan pengaruh tidak signifikan terhadap loyalitas pelanggan yang ditunjukkan oleh nilai koefisien jalur (β) sebesar 0,341, signifikan dengan probabilitas sebesar 0,013 ($p < 0,05$).

Saran

Berdasarkan kesimpulan dalam penelitian ini, maka dapat diberikan beberapa saran bagi pihak-pihak yang berkepentingan sebagai berikut:

1. *Excellent service* merupakan salah satu faktor yang dapat mempengaruhi suatu kepuasan pelanggan terhadap pelayanan yang diberikan. *Excellent service* yang diterapkan oleh restoran, akan membantu restoran tersebut meningkatkan nilai kepuasan konsumennya, dan akan membuat restoran tersebut lebih menonjol dari restoran lain, karena pelanggan merasakan pelayanan dan tingkat kepuasan yang berbeda dengan restoran lain. *Service excellent* yang diterapkan oleh Pizza Hut Matos pada pelayanan yang diberikan pelanggan dapat dikategorikan berhasil dalam memberikan tingkat kepuasan pelanggan yang tinggi. Dengan semakin banyaknya pelanggan yang datang, sebaiknya pihak restoran tetap menjaga konsistensi *excellent service* yang diterapkan, selalu melakukan evaluasi terhadap saran dan kritik yang diberikan pelanggan untuk menjadi koreksi bagi pihak restoran agar selalu menjadi lebih baik lagi.
2. Perlu adanya evaluasi terhadap kritik dan saran yang diberikan dari pelanggan, seperti melakukan *breafing* setiap sore untuk evaluasi kekurangan-kekurangan yang ada pada pelayanan terhadap pelanggan, jadi saran dan keritik yang pelanggan sampaikan bias menjadi bahan diskusi saat *breafing* dan agar semua karyawan BOH (*Back Of the House*) maupun FOH (*Front Of the House*) mengetahui kerurangan yang harus dibenahi saat *operational*.
3. Penelitian ini memberikan hasil hubungan antara *excellent service* dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan. Hal ini menunjukkan bahwa banyak factor diluar

yang disebutkan penulis yang mempengaruhi loyalitas pelanggan, oleh karena itu peneliti menyarankan bagi perusahaan ataupun pihak lain yang akan melakukan penelitian lebih jauh mengenai loyalitas pelanggan untuk menambah variabel-variabel lain selain *excellent service* dan kepuasan pelanggan, yang tentunya dapat mempengaruhi variabel loyalitas pelanggan konsumen agar lebih melengkapi penelitian ini karena masih ada variabel-variabel lain seperti kualitas pelayanan, *word of mouth*, kualitas produk, dan lain-lainnya di luar penelitian yang mungkin bisa mempengaruhi loyalitas pelanggan.

DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, Suharsimi. 2006. *Prosedur Penelitian (Suatu Pendekatan Praktik)*. Jakarta: PT Rineka Cipta.
- Barata, Atep Adya, 2003. *Dasar-Dasar Pelayanan Prima*. Jakarta : PT. Elex Media Komputindo.
- Hurriyati, Ratih. 2008. *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*. Bandung: Penerbit CV. Alfabeta.
- Kartiko, Restu W. 2010. *Asas Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Malhotra, Naresh K. 2009. *Riset Pemasaran: Pendekatan Terapan Jilid 1*. Alih bahasa Soleh Rusyadi Maryam. Jakarta: PT Indeks
- Ruslan, Rosady. 2005. *Manajemen Public Relations dan Media Komunikasi, konsepsi, dan aplikasi, edisi revisi*, Jakarta, PT. Raja Grafindo Persada.
- Sarwono, Jonathan. 2007. *Analisis Jalur Untuk Riset Bisnis Dengan SPSS*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Susanto, A.B. 1999. *Manajemen Pemasaran di Indonesia*. Edisi Pertama. Jakarta: Salemba Empat.

