

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP  
KEPUASAN PELANGGAN, KEPERCAYAAN PELANGGAN, DAN  
LOYALITAS PELANGGAN**

**(Studi pada Pelanggan Mirota Kampus di Jalan C. Simanjuntak No. 70,  
Gondokusuman, Yogyakarta)**

FANNY CANDRA SAKTI

20160410120

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA

Jl. Lingkar Selatan, Kasihan, Bantul, DIY 55183

Email : [fannycandras819@gmail.com](mailto:fannycandras819@gmail.com)

***ABSTRACT***

*This research aimed at analyzing the influence of service quality on customer satisfaction, customer trust, and customer loyalty of Mirota Kampus customer on C. Simanjuntak street number 70, Gondokusuman, Yogyakarta. The subject in this study was consumer who had shopped at Mirota Kampus, especially Mirota Kampus located at C. Simanjuntak Street Number 70.*

*This research used 163 respondents as samples determined by using non probability sampling technique with purposive sampling method and questionnaires distributed to the respondents using Google Forms. The analysis tool used was Structural Equation Modeling (SEM) using AMOS 22 application program.*

*Based on the analysis made, it shows that (1) the service quality has positive and significant influence on customer satisfaction and customer trust, and (2) the service quality has positive and significant influence on customer loyalty, then (3) customer satisfaction and customer trust has positive and significant influence on customer loyalty. (4) Customer satisfaction and customer trust variables are able to be the mediator of the relations between service quality and customer loyalty.*

***Keywords: Service Quality, Customer Satisfaction, Customer Trust, Customer Loyalty***

## **PENDAHULUAN**

Mirota Kampus merupakan toko ritel modern yang merupakan bagian dari PT. Mirota Nayan. Mirota Kampus adalah salah satu usaha yang bergerak di bidang retail atau toko eceran. Mirota Kampus telah mampu merubah format bisnisnya secara lebih modern. Bukan hanya dari tampilan muka toko Mirota Kampus yang lebih terlihat modern dan bagian dalam toko yang terasa lebih baru dengan sistem pendisplayan yang ada, tetapi Mirota Kampus juga mengubah sistem pemberian harga yang lebih terjangkau, selain itu produk yang dijual juga memiliki kualitas yang baik dan pelayanan yang diberikan Mirota Kampus merupakan pelayanan yang terbaik bagi pelanggannya agar pelanggan tetap tertarik dan loyal terhadap Mirota Kampus sehingga Mirota Kampus menjadi satu-satunya toko ritel yang terbaik di Yogyakarta. Mirota Kampus harus bersaing dengan perusahaan ritel lainnya yang berbasis waralaba yang tersebar di seluruh wilayah Yogyakarta.

Swalayan ini didirikan dengan tujuan untuk membantu memenuhi kebutuhan anak kost dan kebutuhan masyarakat sekitar. Target utama pelanggannya adalah anak-anak kuliah itulah alasan mengapa dinamakan Mirota Kampus. Lokasi Mirota Kampus Swalayan dekat dengan beberapa kampus seperti UGM, UII, UNY dan beberapa kampus lain yang berada di Yogyakarta. Lokasi yang strategis dan dekat dengan kampus tersebut menjadi strategi Mirota Kampus dalam memasarkan produknya. Mirota Kampus menawarkan berbagai barang atau produk yang sangat beragam mulai dari makanan, minuman, obat-obatan, pakaian, serta perlengkapan kebutuhan sehari-hari yang ditawarkan dengan kualitas terbaik dengan harga yang relatif murah dan terjangkau. Mirota Kampus juga sebagai

rumah belanja yang bernuansa kekeluargaan, dengan memberikan layanan yang ramah, cepat dan tepat. Serta Mirota Kampus juga memberikan fasilitas yang nyaman serta aman sehingga Mirota Kampus mempunyai nilai lebih dan dapat dipercaya oleh masyarakat Yogyakarta.

## **TINJAUAN PUSTAKA**

### **Kualitas Pelayanan**

Menurut Tjiptono (2014) menyatakan bahwa kualitas pelayanan merupakan upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampaiannya dalam mengimbangi harapan konsumen. Menurut Tjiptono (2014) menyatakan bahwa kualitas pelayanan berfokus pada bagaimana cara untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan cara penyampaiannya untuk memenuhi harapan konsumen.

### **Kepuasan Pelanggan**

Menurut Tjiptono (2014) menyatakan bahwa kepuasan pelanggan yaitu sesuatu yang dirasakan oleh konsumen dengan membandingkan persepsi dengan kinerja suatu produk atau jasa. Pada dasarnya kepuasan pelanggan tercipta karena produk yang didapatkan melebihi dari apa yang diharapkan oleh konsumen. Jika konsumen merasa senang dan gembira setelah membeli hasil produk dari suatu perusahaan, maka tidak salah lagi muncul adanya kepuasan dari konsumen tersebut. Pembelian pertama konsumen terhadap suatu produk dapat menjadi bentuk harapan konsumen untuk merasa puas.

## **Kepercayaan Pelanggan**

Menurut Kotler dan Keller (2012) kepercayaan adalah kesediaan perusahaan untuk bergantung pada mitra bisnis. Kepercayaan tergantung pada beberapa faktor antar pribadi dan antar organisasi seperti kompetensi, integritas, kejujuran dan kebaikan hati. Membangun kepercayaan bisa menjadi hal yang sulit dalam situasi online, perusahaan menerapkan peraturan ketat kepada mitra bisnis online mereka dibanding mitra lainnya. Pembeli bisnis khawatir bahwa mereka tidak akan mendapatkan produk atau jasa dengan kualitas yang tepat dan diantarkan ke tempat yang tepat pada waktu yang tepat, begitupun sebaliknya.

## **Loyalitas Pelanggan**

Menurut Griffin (2010) Loyalitas adalah seseorang konsumen dikatakan setia atau loyal apabila konsumen menunjukkan perilaku pembelian secara teratur atau terdapat suatu kondisi dimana mewajibkan konsumen membeli paling sedikit dua dalam waktu tertentu.

## **HUBUNGAN ANTAR VARIABEL**

### **1. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan**

Kualitas pelayanan yang diberikan kepada pelanggan akan sangat berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Pelanggan akan merasa puas, apabila pelayanan yang diterima sesuai harapan. Hasil penelitian Purwaningsih, dkk (2018), Sukmawati dan Massie (2015), Muzammil, dkk (2017), Normasari, dkk (2013), Elrado, dkk (2014), Putro dan Samuel (2014), Sembiring, dkk (2014), dan Darwin dan Kunto (2014), menyatakan

bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Berdasarkan uraian di atas, maka hipotesis dalam penelitian ini adalah:

**H1: Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan**

## **2. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepercayaan Pelanggan**

Kepercayaan pelanggan merupakan pondasi dari bisnis. Suatu transaksi bisnis kedua belah pihak atau lebih akan terjadi apabila masing-masing saling mempercayai. Pelanggan yang menyediakan pelayanan yang berkualitas baik akan membuat pelanggannya percaya pada perusahaan. Hasil penelitian Sukmawati dan Massie (2015), Muzammil, dkk (2017), Elrado, dkk (2014), Darwin dan Kunto (2014), dan Jalil, dkk (2015) menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepercayaan pelanggan. Berdasarkan uraian di atas, maka hipotesis dalam penelitian ini adalah:

**H2: Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepercayaan pelanggan**

## **3. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan**

Kunci dari kesuksesan perusahaan dapat dilihat dari kualitas pelayanan yang diberikan kepada pelanggan. Perusahaan harus meningkatkan kualitas layanannya, agar tercipta loyalitas dari pelanggan. Pelanggan yang merasa nyaman, aman, diperhatikan kebutuhannya

merupakan bagian dari kualitas layannya, akan menjadi loyal terhadap perusahaan itu sendiri. Hasil penelitian Purwaningsih, dkk (2018), Muzammil, dkk (2017), Pongoh (2013), Elrado, dkk (2014), Sembiring, dkk (2014), Henriawan (2015), dan Jalil, dkk (2015) menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Berdasarkan uraian di atas, maka hipotesis dalam penelitian ini adalah:

**H3: Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan**

#### **4. Pengaruh Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan**

Prediktor utama dari loyalitas pelanggan adalah kepuasan pelanggan. Pelanggan yang merasakan puas secara berulang-ulang dari kualitas pelayanan yang diberikan perusahaan, akan menciptakan loyalitas pelanggan dari pelanggan tersebut. Hasil penelitian Purwaningsih, dkk (2018), Muzammil, dkk (2017), Irawan dan Japariato (2013), Normasari, dkk (2013), Putro dan Samuel (2014), Elrado, dkk (2014), Sembiring, dkk (2014), Henriawan (2015), dan Randi, dkk (2017) menyatakan bahwa kepuasan pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Berdasarkan uraian di atas, maka hipotesis dalam penelitian ini adalah:

**H4: Kepuasan pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan**

## **5. Pengaruh Kepercayaan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan**

Kepercayaan sangat diperlukan dalam menjalin hubungan antara perusahaan dan konsumen, dengan kepercayaan dapat menimbulkan loyalitas konsumen terhadap produk ataupun jasa. Hasil penelitian Muzammil, dkk (2017), Elrado, dkk (2014), Jalil, dkk (2015), Darwin dan Kunto (2014), dan Randi, dkk (2017) menyatakan bahwa kepercayaan pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Berdasarkan uraian di atas, maka hipotesis dalam penelitian ini adalah:

**H5: Kepercayaan pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan**

## **6. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan yang dimediasi oleh Kepuasan Pelanggan**

Kualitas pelayanan yang sesuai dengan harapan pelanggan akan menciptakan rasa puas pada pelanggan, kepuasan tersebut mengakibatkan pelanggan akan terus membeli produk yang ditawarkan. Selanjutnya, kepuasan yang dirasakan pelanggan akan berdampak positif bagi perusahaan di antaranya akan mendorong loyalitas pelanggan. Hasil penelitian Rofiah dan Wahyuni (2017), Purwaningsih, dkk (2018), Sukmawati dan Massie (2015), Muzammil, dkk (2017), Darwin dan Kunto (2014), Sembiring, dkk (2014), dan Irawan dan Japarianto (2013) menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap

loyalitas pelanggan yang dimediasi oleh kepuasan pelanggan. berdasarkan uraian di atas, maka hipotesis dalam penelitian ini adalah:

**H6: Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan yang dimediasi oleh kepuasan pelanggan**

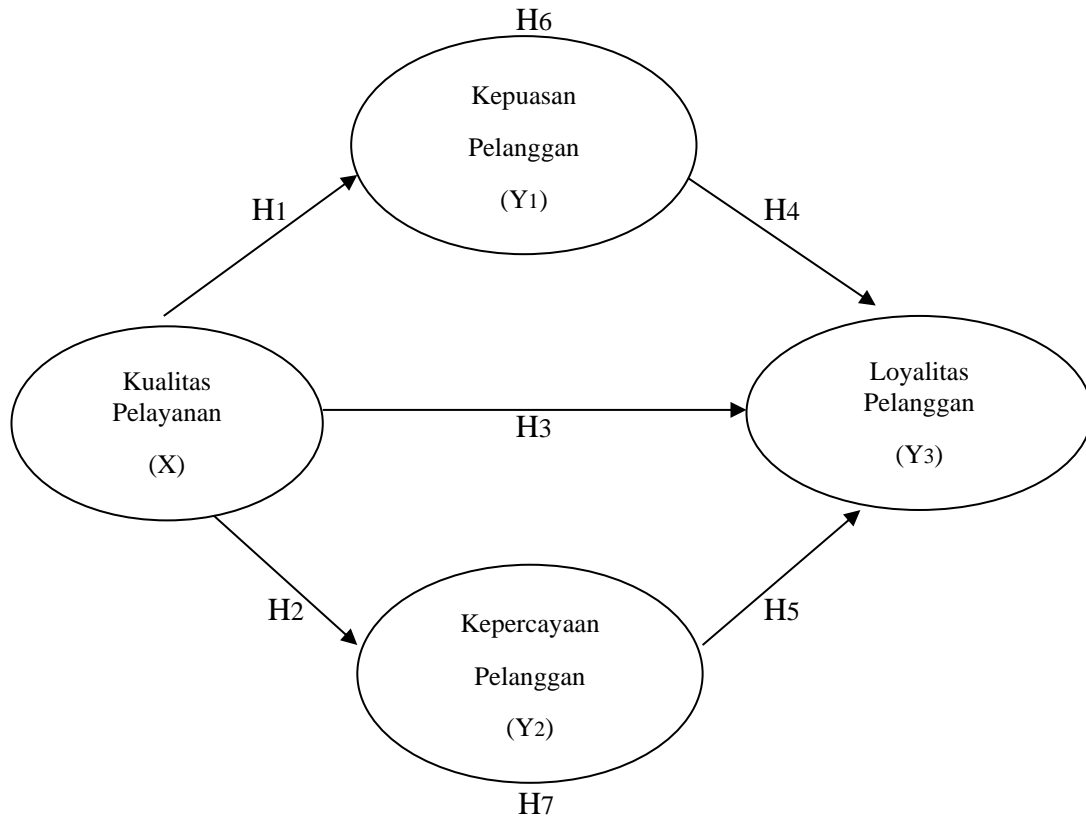
**7. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan yang dimediasi oleh Kepercayaan Pelanggan**

Kualitas pelayanan memiliki hubungan yang erat dengan kepercayaan pelanggan. Apabila kualitas pelayanan yang diberikan perusahaan sesuai dengan harapan dan kinerja maka konsumen akan percaya karena harapan dari pelayanan tersebut sudah baik dan loyalitas pelanggan secara langsung akan timbul pada perusahaan tersebut. Hasil penelitian Dawin dan Kunto (2014), Muzammil, dkk (2017), dan Sukmawati dan Massie (2015) menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan yang dimediasi oleh kepercayaan pelanggan. berdasarkan uraian di atas, maka hipotesis dalam penelitian ini adalah:

**H7: Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan yang dimediasi oleh kepercayaan pelanggan**



## MODEL PENELITIAN



## METODE PENELITIAN

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Penelitian ini dilakukan di Mirota Kampus di Jalan C. Simanjuntak No.70, Gondokusuman, Yogyakarta. Populasi dalam penelitian ini yaitu orang yang sudah pernah berbelanja di Mirota Kampus di Jalan C. Simanjuntak No.70, Gondokusuman, Yogyakarta. Pada penelitian ini, peneliti menggunakan kuesioner sebagai metode pengumpulan data. Kuesioner sendiri dibagikan melalui *google forms*. Sumber data pada penelitian ini adalah data primer. Adapun alat analisis yang digunakan adalah *Structural Equation Modeling* atau SEM dengan menggunakan *software* AMOS versi 22.

## HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

### 1. Hasil Uji Validitas

Hasil yang diperoleh dari pengujian kualitas instrumen dengan uji validitas CFA dengan AMOS versi 22. Data dikatakan valid apabila nilai factor loading  $>0,5$ , dilihat dari *standardized regression weights*.

Variabel	Indikator	Factor Loading	Batas	Keterangan
<b>Kualitas Pelayanan</b>	KP1	0,834	$> 0,5$	<b>Valid</b>
	KP2	0,829		<b>Valid</b>
	KP3	0,854		<b>Valid</b>
	KP4	0,836		<b>Valid</b>
	KP5	0,837		<b>Valid</b>
	KP6	0,833		<b>Valid</b>
	KP7	0,829		<b>Valid</b>
	KP8	0,809		<b>Valid</b>
	KP9	0,852		<b>Valid</b>
	KP10	0,846		<b>Valid</b>
	KP11	0,835		<b>Valid</b>
	KP12	0,830		<b>Valid</b>
	KP13	0,855		<b>Valid</b>
	KP14	0,859		<b>Valid</b>
	KP15	0,852		<b>Valid</b>
	KP16	0,855		<b>Valid</b>
	KP17	0,833		<b>Valid</b>
	KP18	0,866		<b>Valid</b>
	KP19	0,850		<b>Valid</b>
	KP20	0,848		<b>Valid</b>
	KP21	0,845		<b>Valid</b>
	KP22	0,807		<b>Valid</b>
<b>Kepuasan Pelanggan</b>	KEP1	0,858	$> 0,5$	<b>Valid</b>
	KEP2	0,818		<b>Valid</b>
	KEP3	0,810		<b>Valid</b>
	KEP4	0,869		<b>Valid</b>
	KEP5	0,863		<b>Valid</b>
	KEP6	0,843		<b>Valid</b>
	KEP7	0,886		<b>Valid</b>

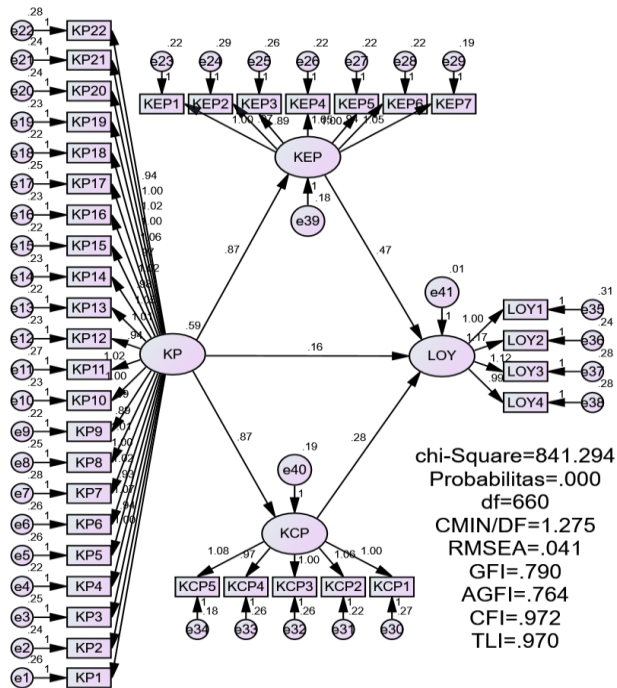
Variabel	Indikator	<i>Factor Loading</i>	Batas	Keterangan
<b>Kepercayaan Pelanggan</b>	KCP1	0,837	> 0,5	<b>Valid</b>
	KCP2	0,875		<b>Valid</b>
	KCP3	0,846		<b>Valid</b>
	KCP4	0,834		<b>Valid</b>
	KCP5	0,899		<b>Valid</b>
<b>Loyalitas Pelanggan</b>	LOY1	0,771	> 0,5	<b>Valid</b>
	LOY2	0,849		<b>Valid</b>
	LOY3	0,820		<b>Valid</b>
	LOY4	0,783		<b>Valid</b>

## 2. Hasil Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas menunjukkan kehandalan suatu alat ukur. Pengujian reliabilitas dalam penelitian ini menggunakan CR (*Construct Reliability*), dimana memiliki kriteria jika nilai CR > 0,7 maka variabel dapat dikatakan reliabel.

Variabel	CR	Batas	Keterangan
<b>Kualitas Pelayanan</b>	0,9814	> 0,7	<b>Reliabel</b>
<b>Kepuasan Pelanggan</b>	0,9479		<b>Reliabel</b>
<b>Kepercayaan Pelanggan</b>	0,9333		<b>Reliabel</b>
<b>Loyalitas Pelanggan</b>	0,8812		<b>Reliabel</b>

## Hasil Penelitian (Uji Hipotesis)



No	Variabel		Variabel	Estimate	S.E.	C.R.	P	Hipotesis
1	Kualitas Pelayanan	→	Kepuasan Pelanggan	0,870	0,077	11.348	***	Positif Signifikan
2	Kualitas Pelayanan	→	Kepercayaan Pelanggan	0,873	0,080	10.903	***	Positif Signifikan
3	Kualitas Pelayanan	→	Loyalitas Pelanggan	0,161	0,069	2.310	0,021	Positif Signifikan
4	Kepuasan Pelanggan	→	Loyalitas Pelanggan	0,469	0,073	6.397	***	Positif Signifikan
5	Kepercayaan Pelanggan	→	Loyalitas Pelanggan	0,283	0,068	4.129	***	Positif Signifikan

### 1. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan

Dalam penelitian ini, hipotesis 1 menyatakan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan antara variabel kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan. Dalam penelitian ini, hasil uji hipotesis 1 didapatkan nilai *probability* 0,000 ( $p < 0,050$ ) dengan nilai C.R sebesar  $11,348 > 1,960$ , sehingga hipotesis 1 yang berbunyi “Kualitas pelayanan berpengaruh positif

dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan” terdukung dan dapat dinyatakan jika ada pengaruh secara langsung antara kualitas pelayanan dengan kepuasan pelanggan. Berdasarkan hasil tersebut terdapat pengaruh positif dan signifikan antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan. Maka dari itu, hipotesis 1 dalam penelitian ini dapat **diterima**.

## **2. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepercayaan Pelanggan**

Dalam penelitian ini, hipotesis 2 menyatakan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan antara variabel kualitas pelayanan terhadap kepercayaan pelanggan. Dalam penelitian ini, hasil uji hipotesis 2 didapatkan nilai *probability* sebesar  $0,000 < (p < 0,050)$  dengan nilai C.R sebesar  $10,903 > 1,960$ , sehingga hipotesis 2 yang berbunyi “Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepercayaan pelanggan” terdukung dan dapat dinyatakan jika ada pengaruh secara langsung antara pengaruh kualitas pelayanan dengan kepercayaan pelanggan. Berdasarkan hasil tersebut terdapat pengaruh positif dan signifikan antara kualitas pelayanan terhadap kepercayaan pelanggan. Maka dari itu, hipotesis 2 dalam penelitian ini dapat **diterima**.

## **3. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan**

Dalam penelitian ini, hipotesis 3 menyatakan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan antara variabel kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan. Dalam penelitian ini, hasil uji hipotesis 2 didapatkan nilai *probability* sebesar  $0,021 < (p < 0,050)$  dengan nilai C.R sebesar  $2,310 > 1,960$ , sehingga hipotesis 3 yang berbunyi “Kualitas pelayanan

berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan” terdukung dan dapat dinyatakan jika ada pengaruh secara langsung antara kualitas pelayanan dengan loyalitas pelanggan. Berdasarkan hasil tersebut terdapat pengaruh positif dan signifikan antara kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan. Maka dari itu, hipotesis 3 dalam penelitian ini dapat **diterima**.

#### **4. Pengaruh Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan**

Dalam penelitian ini, hipotesis 4 menyatakan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan antara variabel kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan. Dalam penelitian ini, hasil uji hipotesis 4 didapatkan nilai *probability* sebesar  $0,000 < (p < 0,050)$  dengan nilai C.R sebesar  $6,397 > 1,960$ , sehingga hipotesis 4 yang berbunyi “Kepuasan pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan” terdukung dan dapat dinyatakan jika ada pengaruh secara langsung antara kepuasan pelanggan dengan loyalitas pelanggan. Berdasarkan hasil tersebut terdapat pengaruh positif dan signifikan antara kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan. Maka dari itu, hipotesis 4 dalam penelitian ini dapat **diterima**

#### **5. Pengaruh Kepercayaan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan**

Dalam penelitian ini, hipotesis 5 menyatakan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan antara variabel kepercayaan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan. Dalam penelitian ini, hasil uji hipotesis 5 didapatkan nilai *probability* sebesar  $0,000 < (p < 0,050)$  dengan nilai C.R sebesar  $4,129 > 1,960$ , sehingga hipotesis 5 yang berbunyi “Kepercayaan

pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan” terdukung dan dapat dinyatakan jika ada pengaruh secara langsung antara kepercayaan pelanggan dengan loyalitas pelanggan. Berdasarkan hasil tersebut terdapat pengaruh positif dan signifikan antara kepercayaan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan. Maka dari itu, hipotesis 5 dalam penelitian ini dapat **diterima**

**Nilai *Standardized Direct Effects* dan *Standardized Indirect Effects***

<i>Standardized Direct Effect</i>				
	KP	KCP	KEP	LOY
KCP	.841	.000	.000	.000
KEP	.846	.000	.000	.000
LOY	.183	.334	.550	.000

<i>Standardized Indirect Effect</i>				
	KP	KCP	KEP	LOY
KCP	.000	.000	.000	.000
KEP	.000	.000	.000	.000
LOY	.746	.000	.000	.000

Berdasarkan tabel di atas dapat dilihat bahwa pengaruh langsung kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan di dapatkan nilai sebesar 0,183. Nilai yang diperoleh pada pengaruh tidak langsung melalui kepuasan pelanggan yaitu sebesar 0,465 atau lebih besar dari 0,183. Hasil dari 0,465 didapatkan dari hasil 0,846 dikali 0,550. Hasil tersebut menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan mampu memediasi hubungan antara kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan. Kemudian nilai yang diperoleh pada pengaruh tidak langsungnya melalui kepercayaan pelanggan yaitu sebesar 0,280 atau

lebih besar dari 0,183. Hasil 0,280 didapatkan dari hasil 0,841 dikali 0,334. Hasil tersebut menunjukkan bahwa kepercayaan pelanggan mampu memediasi antara kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan.

#### **6. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan yang dimediasi oleh Kepuasan Pelanggan**

Pengaruh antara kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan dimediasi oleh kepuasan pelanggan membandingkan antara nilai *direct effect* < nilai *indirect effect*, pengujian hubungan kedua variabel tersebut menunjukkan nilai  $0,183 < 0,465$  hal ini menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan memediasi kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan positif. Artinya semakin baik kualitas pelayanan maka akan menciptakan kepuasan pelanggan, dan berdampak pada meningkatkan loyalitas pelanggan. Sehingga dapat membuktikan bahwa ada pengaruh secara tidak langsung antara kualitas pelayanan dengan loyalitas pelanggan. Maka dapat disimpulkan bahwa hipotesis 6 dalam penelitian ini **diterima**.

#### **7. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan yang dimediasi oleh Kepercayaan Pelanggan**

Pengaruh antara kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan dimediasi oleh kepercayaan pelanggan membandingkan antara nilai *direct effect* < nilai *indirect effect*, pengujian hubungan kedua variabel tersebut menunjukkan nilai  $0,183 < 0,280$  hal ini menunjukkan bahwa kepercayaan pelanggan memediasi kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan positif. Artinya semakin baik kualitas pelayanan maka akan menciptakan



kepercayaan pelanggan, dan berdampak pada meningkatkan loyalitas pelanggan. Sehingga dapat membuktikan bahwa ada pengaruh secara tidak langsung antara kualitas pelayanan dengan loyalitas pelanggan. Maka dapat disimpulkan bahwa hipotesis 7 dalam penelitian ini **diterima**.

## **KESIMPULAN**

1. Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan Mirota Kampus di Jalan C. Simanjuntak No. 70, Gondokusuman, Yogyakarta.
2. Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepercayaan pelanggan Mirota Kampus di Jalan C. Simanjuntak No. 70, Gondokusuman, Yogyakarta.
3. Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan Mirota Kampus di Jalan C. Simanjuntak No. 70, Gondokusuman, Yogyakarta.
4. Kepuasan pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan Mirota Kampus di Jalan C. Simanjuntak No. 70, Gondokusuman, Yogyakarta.
5. Kepercayaan pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan Mirota Kampus di Jalan C. Simanjuntak No. 70, Gondokusuman, Yogyakarta.
6. Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan yang dimediasi oleh kepuasan pelanggan Mirota Kampus di Jalan C. Simanjuntak No. 70, Gondokusuman, Yogyakarta.

7. Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan yang dimediasi kepercayaan pelanggan Mirota Kampus di Jalan C. Simanjuntak No. 70, Gondokusuman, Yogyakarta.

#### **KETERBATASAN PENELITIAN**

1. Peneliti masih memiliki ruang lingkup populasi yang sempit, karena hanya sebatas orang yang melakukan pembelian di Mirota Kampus di Jalan C. Simanjuntak No. 70, Gondokusuman, Yogyakarta.
2. Penelitian ini hanya menganalisis 4 variabel yaitu kualitas pelayanan, kepuasan pelanggan, kepercayaan pelanggan, dan loyalitas pelanggan.
3. Metode pengumpulan data dalam penelitian ini hanya melalui penyebaran kuesioner menggunakan *google form* sehingga data yang diterima peneliti bersifat subyektif.

#### **SARAN**

1. Akademik
  - a. Disarankan kepada peneliti selanjutnya untuk dapat menambah jumlah sampel yang lebih banyak.
  - b. Disarankan kepada peneliti selanjutnya untuk dapat memperluas ruang lingkup populasi.
  - c. Disarankan kepada peneliti selanjutnya untuk bisa menganalisis variabel bebas yang lainnya, agar nantinya dapat diketahui variabel apa saja yang dapat mempengaruhi variabel loyalitas pelanggan.

## 2. Praktek

Pada saat melakukan pengumpulan data, penulis dapat menambahkan metode lain seperti dengan melakukan metode wawancara secara langsung dengan responden atau melakukan observasi secara langsung kepada responden sehingga informasi yang diperoleh dapat lebih lebih bervariasi daripada angket atau kuesioner yang jawabannya telah tersedia.

### **DAFTAR PUSTAKA**

- Akbar, M.M., & Parvez, N. (2009). Impact of service quality, trust, and customer satisfaction on customers loyalty. *Journal ABAC*, 29(1), 24-38.
- Apriyani, D. A. (2017). Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen (Survei pada Konsumen The Little A Coffee Shop Sidoarjo). *Jurnal Administrasi Bisnis* , 7 Pages.
- Darwin, S., & Kunto, Y. S. (2014). Analisis Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Dan Kepercayaan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening Pada Asuransi Jiwa Manulife Indonesia - Surabaya. *Jurnal Manajemen Pemasaran Petra*.
- Ferdinand, A., (2014), *Metode Penelitian Manajemen*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Ferrinadewi, Erna. 2008. *Merek dan Psikologi Konsmen: Implikasi Pada Strategi Pemasaran. Edisi pertama*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Giovani, A. K. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepercayaan, Kepuasan Pelanggan, dan Citra Perusahaan terhadap Loyalitas Pelanggan di Swalayan Pamella 7 Yogyakarta.
- Ghozali, Imam. (2017), *Model Persamaan Struktural: Konsep dan Aplikasi dengan Program AMOS 24*. Semarang: Badan Penerbit UNDIP.
- Griffin, Jill. (2010). *Customer Loyalty, Menumbuhkan dan Mempertahankan Kesetiaan Pelanggan*. Alih Bahasa Dwi Kartini Yahya. Jakarta: Erlangga.
- H, M. E., Kumadji, S., & Yulianto, E. (2014). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan, Kepercayaan Dan Loyalitas (Survei pada Pelanggan yang Menginap di Jambuluwuk Batu Resort Kota Batu). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*.

- Henriawan, D. (2015). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi Kasus pada Toko Cabang Mufin Wilayah Bandung Timur). *Jurnal Copetition*.
- Hidayat, Rachmad. (2009). Pengaruh Kualitas Layanan, Kualitas Produk dan Nilai Nasabah Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Nasabah Bank Mandiri. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*. (Vol. 11 No. 1 Maret 2009)
- Irawan, D., & Japariato, E. (2013). Analisa Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Melalui Kepuasan Sebagai Variabel Intervening Pada Pelanggan Restoran POR KEE Surabaya. *Jurnal Manajemen Pemasaran*.
- Izogo, E. E., & Ogba, I.-E. (2014). Service quality, customer satisfaction and loyalty in automobile repair services sector. *International Journal of Quality & Reliability Management*, 23.
- Jalil, I., Yunus, M., & Chan, S. (2015). Pengaruh Promotion Mix Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Customers Trust Serta Dampaknya Pada Loyalitas Pelanggan Konsumen Toko Dan Swalayan Di Aceh Barat Dan Aceh Jaya. *Jurnal Manajemen*.
- Kaura, V., Prasad, D., & Sharma, S. (2014). Service quality, service convenience, price and fairness, customer loyalty, and the mediating role of customer satisfaction. *International Journal of Bank Marketing*, 22.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2011). *Manajemen Pemasaran, Edisi 13 Jilid 1 dan 2* Alih Bahasa: Bob Sabran. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, dan Keller. (2012). *Manajemen Pemasaran*. Edisi 12. Jakarta: Erlangga
- Kotler, Philip, (2014). *Prinsip-Prinsip Pemasaran, Edisi Ketiga. Jilid 1. Terjemahan Bob Sabran*. Jakarta: Erlangga.
- Laely, N. (2016). Analisis Pengaruh Kepercayaan dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Dimediasi Kepuasan Pada PT. Telkomsel di Kota Kediri. *Jurnal Ilmu Ekonomi & Manajemen*, 61-74.
- Lupiyoadi, Hamdani. 2006. *Manajemen Pemasaran Jasa*, Edisi Kedua. Jakarta: Penerbit Salemba Empat.
- Maria, M. (2013). Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Konsumen King Cake. *Jurnal Manajemen Teori dan Terapan*, 9.
- Muzammil, A., Yunus, M., & Darsono, N. (2017). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Citra Perusahaan Terhadap Loyalitas Pelanggan Indihome PT. Telkom Indonesia Di Banda Aceh Dengan Kepuasan Dan Kepercayaan Pelanggan Sebagai Variabel Mediasi. *Jurnal Manajemen dan Inovasi*, 104-133.
- Normasari, S., Kumadji, S., & Kusumawati, A. (2013). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan, Citra Perusahaan Dan Loyalitas Pelanggan (Survei pada Tamu Pelanggan yang Menginap di Hotel Pelangi Malang. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*.

- Pongoh, M. E. (2013). Kualitas Pelayanan. Kualitas Produk Dan Harga Pengaruhnya Terhadap Loyalitas Pelanggan Kartu AS Telkomsel Di Kota Manado. *Jurnal EMBA*.
- Purwaningsih, L. S., Rahadhini, M. D., & Utami, S. S. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Mediasi (Survei pada pelanggan Rias Pengantin Putri Ayu di Surakarta). *Jurnal Ekonomi dan Kewirausahaan Vol. 18*, 140-150.
- Putro, S. W., Samuel, H., Karina, R., & Brahmana. (2014). Pengaruh Kualitas Layanan Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Dan Loyalitas Konsumen Restoran Happy Garden Surabaya. *Jurnal Manajemen Pemasaran*.
- Rofiah, C., & Wahyuni, D. (2017). Kualitas Pelayanan Dan Pengaruhnya Terhadap Loyalitas Pelanggan Yang Di Mediasi Oleh Kepuasan Di Bank Muamalat Jombang. *EKSIS, Vol 12*, 69-82.
- S, M. R., Chalil, H., & Santi, I. N. (2017). Pengaruh Kepuasan Dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Pelanggan Rumah Makan Dua Putri Di Kelurahan Matano Kecamatan Bungku Tengah. *Jurnal Ilmu Manajemen*.
- Sekaran, Uma., & Bougie, Roger. (2017). *Metode Penelitian Untuk Bisnis Edisi 6 Jilid Satu*. Jakarta Selatan: Salemba Empat.
- Sekaran, Uma., & Bougie, Roger. (2017). *Metode Penelitian Untuk Bisnis Edisi 6 Jilid Dua*. Jakarta Selatan: Salemba Empat.
- Sembiring, I. J., Suharyono, & Kusumawati, A. (2014). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Dalam Membentuk Loyalitas Pelanggan (Studi pada Pelanggan McDonald's MT.Haryono Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*.
- Setiawan, M. B., & Ukudi, 2007, "Pengaruh Kualitas Layanan, Kepercayaan dan Komitmen Terhadap Loyalitas Nasabah (Studi pada PD. BPR Bank Pasar Kendal)", *Jurnal Bisnis dan Ekonomi*, 215-227
- Solimun, & Fernandes, A. A. (2017). The mediation effect of customer satisfaction in the relationship between service quality, service orientation, and marketing mix strategy to customer loyalty. *Journal of Management Development*, 14.
- Sukmawati, I., & Massie, J. D. (2015). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dimediasi Kepuasan Pelanggan Dan Kepercayaan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan pada PT AIR MANADO. *Jurnal EMBA*, 729-742.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Pendidikan*. Bandung: Alfabeta.
- Tjiptono, F., (2008). *Strategi Pemasaran, Edisi Ketiga*. Andi, Yogyakarta
- Tjiptono, F dan G. Chandra. (2012). *Pemasaran Strategik Edisi 2*. Andi. Yogyakarta.

Tjiptono, F., (2014), *Manajemen Pemasaran Jasa*, Yogyakarta: Andi Offset.

Tschannen Moran, M. and Hoy, A.W. (2001). Teacher efficacy: Capturing an elusive construct. *Teaching and Teacher Education. Journal. 17*, 783-805.

**HALAMAN PERSETUJUAN**

**SKRIPSI**

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN  
PELANGGAN, KEPERCAYAAN PELANGGAN, DAN LOYALITAS  
PELANGGAN**

**(Studi pada Pelanggan Mirota Kampus di Jalan C. Simanjuntak No. 70,  
Gondokusuman, Yogyakarta)**

***THE INFLUENCE OF SERVICE QUALITY ON CUSTOMER  
SATISFACTION, CUSTOMER TRUST, AND CUSTOMER LOYALTY***

***(Study on Mirota Kampus Customer at C. Simanjuntak Street Number 70,  
Gondokusuman, Yogyakarta)***

Disusun Oleh:

**FANNY CANDRA SAKTI**

**20160410120**

Telah Disetujui

Dosen Pembimbing



**Dr. Susanto.,MS**

**NIK: 195212231980031003**

**Tanggal, 20 Januari 2020**

HALAMAN PENGESAHAN

SKRIPSI

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN  
PELANGGAN, KEPERCAYAAN PELANGGAN, DAN LOYALITAS  
PELANGGAN

(Studi pada Pelanggan Mirota Kampus di Jalan C. Simanjuntak No. 70,  
Gondokusuman, Yogyakarta)

*THE INFLUENCE OF SERVICE QUALITY ON  
CUSTOMER SATISFACTION, CUSTOMER TRUST, AND CUSTOMER LOYALTY*

*(Study on Mirota Kampus Customer at C. Simanjuntak Street Number 70,  
Gondokusuman, Yogyakarta)*

Diajukan Oleh:

**FANNY CANDRA SAKTI**  
20160410120

Skripsi ini telah Dipertahankan dan Disahkan di depan Dewan Penguji  
Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta  
**Tanggal: 17 Februari 2020**

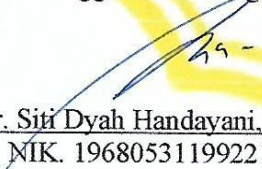
Yang terdiri dari


Ketua Penguji

  
Dr. Indah Fatmawati, S.E., M.Si  
NIK. 19690816199303143029


Anggota Tim Penguji

Anggota Tim Penguji

  
Dr. Siti Dyah Handayani, S.E., MM  
NIK. 1968053119922143012

  
Dr. Susanto, M.S  
NIK. 195212231980031003

Mengetahui Ka Prodi Manajemen  
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

  
Endang Widawati, PA., M.Si., Ph.D.  
NIP. 196304071991032001



## SURAT PERSETUJUAN

Assalaamu'alaikumwr. wb.

Saya yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : Fanny Candra Sakel  
NIM : 20160410120  
No. HP : 081327569607 (nomor yang bisa dihubungi)  
Email : Fannycandras@ig@gmail.com  
Program Studi : Manajemen  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis (FEB)  
Tanggal yudisium: 29 Februari 2020  
Judul Skripsi :  
PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN,  
KEPERCAYAAN PELANGGAN, DAN LOYALITAS PELANGGAN. (Studi  
pada pelanggan Mirota Kampus di Jalan C. Simanjuntak No. 70, Gondokus  
man, Yogyakarta)  
Dosen Pembimbing : Dr. Susanto, M.S

Menyatakan bahwa,

1. Bersedia/~~tidak bersedia~~\* bekerjasama dengan dosen pembimbing untuk mengembangkan skripsi menjadi naskah publikasi yang layak untuk diterbitkan di jurnal/prosiding yang dituju
2. Bersedia/~~tidak bersedia~~\* menjadikan dosen pembimbing sebagai penulis pertama dalam naskah publikasi yang telah diolah dan diformat ulang sesuai ketentuan jurnal/prosiding yang dituju

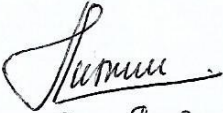
Demikian surat persetujuan ini dibuat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Wassalaamu'alaikumwr. wb.

Yogyakarta, 20 Februari 2020

Pembimbing Skripsi,

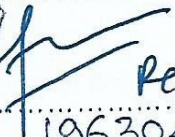
Mahasiswa,

  
(... Dr. Susanto M.S ...)  
NIK. 195212231980031003

  
(Fanny Candra Sakel ...)



Mengetahui,

Kaprodi... Manajemen...  
  
Retno W. P.  
196304071991032001

\*coret yang tidak perlu