

## PERAN KEPUASAN PELANGGAN DALAM MEMEDIASI KUALITAS PELAYANAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PADA GONG VANKA GUEST HOUSE CANGGU

**I Gede Adi Permana Putra<sup>1</sup>, Anak Agung Putu Agung<sup>2</sup>, Ni Putu Nita Anggraini<sup>3</sup>**  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mahasaraswati Denpasar  
Email: gedeadipermana063@gmail.com

### **ABSTRACT**

*Customer loyalty is a deep commitment of customers for years to re-subscribe or to consistently repurchase selected products or services in the future. Customer loyalty can be affected by service quality and customer satisfaction. This study aims to examine the effect of service quality on customer loyalty which is mediated by customer satisfaction. The data collection method was done by using a questionnaire. The sample in this study were 100 respondents. The sample was determined by using purposive sampling technique, namely the technique of determining the sample with certain considerations or criteria. The data analysis technique used was Partial Least Square (PLS). The results of the instrument test showed valid and reliable data. The results showed that service quality had a positive and significant effect on customer satisfaction with a statistical value of 9,579. Customer satisfaction has a positive and significant effect on customer loyalty with a statistical value of 2.401. Service quality has a positive and significant effect on customer loyalty with a statistical value of 7,320. Customer satisfaction can mediate the effect of service quality on customer loyalty at Gong Vanka Guest House Canggu.*

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

### **PENDAHULUAN**

#### **Latar Belakang**

Kondisi kepariwisataan nasional dari waktu ke waktu semakin berkembang. Hal ini dapat dilihat dari kontribusi sektor pariwisata terhadap PDB nasional sebesar 4,23% atau senilai Rp. 461,36 triliun, dengan peningkatan devisa yang dihasilkan mencapai US\$ 11,9 milyar, dan tenaga kerja pariwisata sebanyak 12,16 juta orang (Kementerian Pariwisata, 2016). Dari kenyataan tersebut, maka sangat terlihat nilai manfaat ekonomi yang didorong oleh keberadaan sektor pariwisata. Dampak positif dari pertumbuhan sektor pariwisata juga

sudah dirasakan hingga seluruh daerah yang ada di Indonesia.

Beragam obyek wisata yang ditawarkan menyebabkan wisatawan membutuhkan waktu lebih banyak untuk bisa menikmati keindahan semua obyek tersebut. Disinilah peran jasa akomodasi dibutuhkan untuk menunjang aktivitas mereka selama berwisata. Jasa akomodasi penginapa juga merupakan salah satu kunci untuk meningkatkan pendapatan daerah dari sektor wisata.

Peningkatan ini harus diimbangi dengan fasilitas pendukungnya terutama disektor jasa akomodasi. Dari sisi penyedia jasa akomodasi,

bertambahnya jumlah wisatawan yang berkunjung dari tahun ke tahun seolah menjadikan ladang bisnis yang menarik untuk menanamkan modalnya dalam bidang akomodasi. Banyaknya penginapan yang ada di Bali ini menjadi bukti bahwa usaha jasa di bidang akomodasi menjadi usaha yang menjanjikan di wilayah ini. Tujuan dari penginapan seperti *hotel, villa, resort, homestay, guest house* dan *bungalow* tidak saja menyediakan fasilitas menginap bagi para wisatawan, tetapi juga menawarkan fasilitas lain yang terdapat di penginapan tersebut. Fasilitas lain yang dimaksud antara lain yaitu *free wifi, swimming pool, room service*, dan pemandangan alam yang mungkin ada di penginapan tersebut. Penelitian ini dilakukan untuk melihat pentingnya peran kepuasan pelanggan terhadap kinerja karyawan yang dapat mengakibatkan pengunjung bersedia untuk datang lagi atau pengunjung yang pernah datang dapat menginformasikan kepada keluarga dan sahabat mereka tentang kualitas pelayanan yang disajikan di akomodasi penginapan seperti yang tersedia di sebagian sektor wisata pulau Bali. Penelitian ini juga mengacu kepada kualitas pelayanan yang dapat bermuara kepada kepuasan pelanggan di sektor pariwisata.

Gong Vanka Guest House Canggu merupakan salah satu penginapan yang bernuansa *villa* yang ada di Canggu, Badung, Bali. Penginapan ini memiliki jumlah kamar sebanyak 7 kamar. Fasilitas yang ditawarkan, yaitu *room with fan, room with ac, room with ac and hot water, restaurant, swimming pool, garden view*. Gong Vanka Guest House Canggu memiliki banyak

pesaing yang berada di sekitarnya. Gong Vanka Guest House Canggu hendaknya harus mampu meningkatkan kualitas pelayanan yang diberikan kepada wisatawan yang menginap. Penelitian yang dilakukan oleh Utama & Kusuma (2016) menyatakan bahwa kepuasan pelanggan memediasi pengaruh kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan.

Pelanggan harus merasakan kualitas pelayanan terlebih dahulu sehingga pelanggan bisa merasakan kualitas pelayanan itu sesuai dengan keinginan mereka atau tidak, jika pelanggan merasakan sesuai harapan mereka maka pelanggan akan timbul rasa percaya dan loyalitas terhadap perusahaan jasa tersebut sehingga konsumen mau melakukan pembelian kembali atau penggunaan kembali produk atau jasa tersebut (Hilmawan & Suryani, 2014). Berdasarkan hasil penelitian Rofiah & Wahyuni (2017) menyatakan kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Penelitian Fergian & Amarul (2018) menyatakan kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan.

Kepuasan pelanggan adalah sebuah konsep yang kritis pada pemasaran yang secara umum berargumentasi bahwa apabila pelanggan puas atas suatu produk, jasa atau merek, mereka akan lebih suka melanjutkan pembeliannya dan menceritakan kepada orang lain dari pengalaman mereka (Destiana Baetie, 2018). Hasil penelitian Agustina, dkk. (2018) menyatakan kepuasan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Pentingnya

loyalitas pelanggan ini dianggap sebagai aset perusahaan yang berdampak pada bertambahnya pangsa pasar serta laba perusahaan (Santoso & Aprianingsih, 2017).

Pentingnya penelitian mengenai peran kepuasan pelanggan dalam memediasi kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan adalah bagaimana para pelaku usaha bisnis khususnya dalam usaha bidang akomodasi penginapan yang ada di Bali untuk mampu menyiapkan akomodasi yang ada agar dapat menarik pengunjung lebih banyak lagi. Masalah penting yang menjadi acuan dari penulis untuk mengangkat masalah peran kepuasan pelanggan dalam memediasi kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan adalah peningkatan kunjungan di Gong Vanka Guest House dari tahun ke tahun dengan melihat adanya ketertarikan pengunjung untuk menghabiskan waktu liburan di Bali dan menyewa akomodasi penginapan yang disediakan oleh Gong Vanka Guest House. Peningkatan ini tidak secara langsung didapat tanpa melihat kualitas pelayanan yang disajikan oleh pihak Gong Vanka Guest House yang menjadi salah satu variable penting dari penulisan ini.

#### **Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan diatas, maka yang menjadi pokok permasalahan dalam penelitian ini adalah:

- 1) Bagaimanakah pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan di Gong Vanka Guest House Canggu ?
- 2) Bagaimanakah pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas

pelanggan di Gong Vanka Guest House Canggu ?

- 3) Bagaimanakah pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan di Gong Vanka Guest House Canggu ?
- 4) Bagaimanakah peran kepuasan pelanggan dalam memediasi kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan di Gong Vanka Guest House Canggu ?

#### **Tujuan Penelitian**

Dengan demikian rumusan masalah yang telah di paparkan, maka adapun tujuan dari penelitian ini adalah:

- 1) Untuk menjelaskan pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan di Gong Vanka Guest House Canggu.
- 2) Untuk menjelaskan pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan di Gong Vanka Guest House Canggu.
- 3) Untuk menjelaskan pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan di Gong Vanka Guest House Canggu.
- 4) Untuk menjelaskan peran kepuasan pelanggan dalam memediasi kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan di Gong Vanka Guest House Canggu.

#### **TINJAUAN PUSTAKA**

##### **Teori Harapan**

Teori pengharapan (*expectancy theory*) dikemukakan oleh Vroom (1964), menjelaskan bahwa perilaku individu dipengaruhi oleh berbagai faktor internal dan eksternal. Asumsi dasar teori pengharapan ini adalah bahwa manusia meletakkan nilai tertentu terhadap sesuatu yang diharapkan dan motivasi seseorang,

yang selain harus mempertimbangkan hasil yang dicapai juga harus mempertimbangkan keyakinan orang tersebut bahwa yang dikerjakan memberikan sumbangan terhadap tercapainya tujuan yang diharapkan.

### **Kepuasan Pelanggan**

Howard & Sheth (Tjiptono, 2017:353) mengungkapkan bahwa kepuasan pelanggan adalah situasi kognitif pembeli berkenaan dengan kesepadanan atau ketidaksepadanan antara hasil yang didapatkan dibandingkan dengan pengorbanan yang dilakukan. Indikator kepuasan konsumen (Mardikawati, dkk., 2013) yaitu kesesuaian layanan yang diharapkan, kesesuaian layanan dengan tarif yang dibayarkan, dan kepuasan pelanggan akan layanan yang ditawarkan.

### **Loyalitas Pelanggan**

Loyalitas pelanggan, yaitu hasil dari kepuasan pelanggan yang nanti akan memberikan *feedback* untuk perusahaan, *feedback* tersebut yaitu hubungan harmonis antara perusahaan dan pelanggan (Tjiptono, 2018:338). Adapun indikator loyalitas pelanggan meliputi: 1) melakukan pembelian berulang secara teratur yaitu berhubungan dengan kesediaan pelanggan dalam melakukan pembelian secara teratur, 2) membeli antar lini produk maupun jasa yaitu berhubungan dengan kesediaan pelanggan dalam melakukan pembelian jenis-jenis produk yang disediakan oleh perusahaan, 3) merekomendasi kepada orang lain yaitu berhubungan kesediaan pelanggan dalam merekomendasikan produk kepada orang lain, dan 4) menunjukkan kekebalan terhadap tarikan dari pesaing yaitu berhubungan

dengan kekebalan pelanggan terhadap produk yang ditawarkan oleh perusahaan lain.

### **Kualitas Pelayanan**

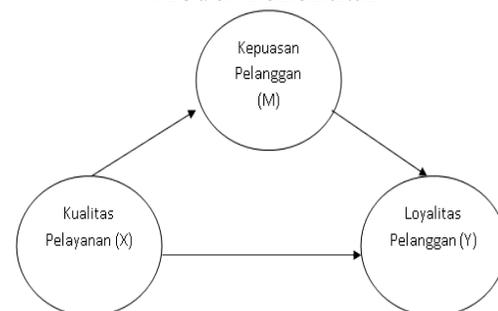
Menurut Tjiptono (2016:59) menyatakan bahwa “Kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan.” Menurut Parasuraman, dkk. (dalam Purnama, 2016:22) terdapat lima indikator pokok dalam kualitas pelayanan yaitu Bukti Fisik (*tangibles*), Keadaan (*reliability*), Daya Tanggap (*responsiveness*), Jaminan (*assurance*), dan Empati (*empathy*).

## **KERANGKA BERPIKIR DAN HIPOTESIS**

### **Kerangka Berpikir**

Kerangka berpikir merupakan hubungan variabel-variabel yang diteliti meliputi: kepuasan pelanggan, loyalitas pelanggan, dan kualitas pelayanan.

**Gambar 1.**  
**Model Penelitian**



### Hipotesis

Berdasarkan hasil uraian teori dan penelitian sebelumnya maka dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

- 1) Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.
- 2) Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan.
- 3) Kepuasan pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan.
- 4) Kepuasan pelanggan memediasi kualitas layanan dan loyalitas pelanggan

### METODE PENELITIAN

#### Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Gong Vanka Guest House Cangu yang beralamat di Jalan Munduk Catu Gang Cempaka No 4, Cangu.

#### Obyek Penelitian

Objek penelitian merupakan permasalahan yang diteliti. Dalam penulisan skripsi ini, yang menjadi objek penelitian ini Kualitas Layanan, Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Pelanggan.

#### Identifikasi Variabel

Variabel dependen, dalam penelitian ini adalah loyalitas pelanggan. Variabel bebas dalam penelitian ini adalah kualitas layanan. Variabel mediasi adalah kepuasan pelanggan.

#### Definisi Operasional Variabel

Agar tidak terjadi kerancuan mengenai variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian ini maka berikut disampaikan definisi operasional:

- 1) Kualitas layanan merupakan kemampuan dalam memberikan

layanan secara maksimal untuk memenuhi kebutuhan konsumen.

Indikator kualitas layanan yaitu:

- a) Bukti fisik
  - b) Keandalan
  - c) Daya Tangkap
  - d) Jaminan
  - e) Empati
- 2) Kepuasan pelanggan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja (atau hasil) yang ia persepsikan dibandingkan harapannya. Indikator kualitas produk yaitu:
    - a) Kepuasan pelanggan terhadap pelayanan yang diberikan Feature.
    - b) Kepuasan pelanggan akan fasilitas.
    - c) Kepuasan pelanggan dengan biaya yang dibayarkan
  - 3) Loyalitas pelanggan merupakan asset dan memiliki peran penting dalam sebuah perusahaan. Indikator loyalitas pelanggan yaitu:
    - a) Melakukan pembelian berulang secara teratur.
    - b) Membeli antar lini produk maupun jasa.
    - c) Merekomendasi kepada orang lain.
    - d) Menunjukkan kekebalan terhadap tarikan dari pesaing.

#### Jenis dan Sumber Data

##### 1) Jenis Data

Data kuantitatif yaitu data yang dapat dihitung dan berupa angka-angka seperti Hasil penilaian responden terhadap pernyataan kusioner. Data kualitatif yaitu data yang bersifat keterangan seperti jenis kelamin responden, umur responden, dan pekerjaan responden.

## 2) Sumber Data

Data primer dalam penelitian ini adalah responden yang memberikan penilaian atas pernyataan yang terdapat dalam kuesioner mengenai variabel-variabel dalam penelitian. Data sekunder diambil dari orang lain, lewat dokumen, data dari biro statistik, majalah, keterangan-keterangan atau publikasi lainnya.

## Populasi dan Sampel

### 1) Populasi

Populasi dalam penelitian ini adalah pengunjung Gong Vanka Guest House Canggung pada tahun 2019 sebanyak 322 orang.

### 2) Sampel

Teknik yang digunakan dalam penelitian ini adalah *purposive sampling*. Maka jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah 100 sampel.

## Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu observasi, interview, studi dokumentasi, dan kuesioner.

## Teknik Analisis Data

1) Pengujian Instrumen Penelitian dengan Uji Validitas dan Uji Reliabilitas.

### 2) Analisis Partial Least Square

Evaluasi *Outler model* dengan indikator refleksif di evaluasi melalui validitas *convergent* dan *discriminal* untuk indikator pembentuk konstruk laten, serta melalui *composite reability* dan *cronbach alpha* untuk blok indikatornya. Evaluasi Inner model dilihat dari nilai R-square dan Q-square.

3) Pengujian Hipotesis Penelitian

4) Pengujian Variabel Mediasi

## HASIL ANALISIS DAN PEMBAHASAN

### Hasil Pengujian Instrumen Penelitian

#### 1) Uji Validitas

Hasil uji validitas instrumen penelitian menunjukkan bahwa seluruh indikator pernyataan dalam variabel kualitas layanan, kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan memiliki *pearson correlation* yang lebih besar dari angka 0,30 sehingga seluruh indikator tersebut telah memenuhi syarat validitas data.

#### 2) Uji Reliabilitas

Hasil uji reliabilitas instrumen penelitian menunjukkan bahwa ketiga instrumen penelitian yaitu variabel kualitas layanan, kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan memiliki koefisien *cronbach's alpha* yang lebih besar dari 0,60 sehingga pernyataan pada kuesioner tersebut reliabel.

## Karakteristik Resonden

Tabel 1.

### Karakteristik Responden

No	Karakteristik	Klasifikasi	Jumlah Responden (orang)	Presentase Responden (%)
1	Jenis Kelamin	Laki-laki	54	54
		Perempuan	46	46
Jumlah			100	100
2	Usia	17 – 26 Tahun	24	24
		27 - 36 Tahun	48	48
		37 - 46 Tahun	16	16
		>47 Tahun	12	12
Jumlah			100	100
3	Pendidikan Terakhir	SMA/SMK	27	27
		Diploma	7	7
		S1	54	54
		S2 dan S3	8	8
Jumlah			100	100
4	Pekerjaan	Pelajar/ Mahasiswa	46	46
		PNS/TNI/POLRI	12	12
		Karyawan Swasta	24	24
		Wiraswasta	18	18
Jumlah			100	100
5	Pendapatan	<Rp. 3.000.000	28	28
		Rp.3.000.000 – Rp.10.000.000	45	45
		>Rp.10.000.000	27	27
		Jumlah	100	100

Berdasarkan tabel 1 dapat diketahui responden berjenis laki-laki sebanyak 54 orang dan responden dengan jenis kelamin perempuan sebanyak 46 orang. Responden dengan pendidikan terakhir yaitu S1 merupakan responden terbanyak dengan 54 orang atau sekitar 54 persen. Berdasarkan jenis pekerjaan responden dengan mahasiswa merupakan responden dengan jumlah terbanyak dengan 46 orang. Dilihat dari jumlah pendapatan responden dengan kriteria pendapatan 3.000.000 sampai 10.000.000 merupakan responden dengan jumlah terbanyak yaitu 45 orang.

### Deskripsi Jawaban Responden

#### 1. Kualitas Pelayanan

Berdasarkan data dapat diketahui penilaian responden terhadap variabel kualitas layanan sebesar 3,82, hal ini menunjukkan pelanggan menilai baik kualitas layanan yang dimiliki oleh Gong Vanka Guest House Canggü. Pernyataan yang memiliki nilai rata-rata tertinggi adalah “Karyawan Gong Vanka Guest House Canggü memiliki kemampuan berbahasa yang baik” sebesar 3,9. Pernyataan yang memiliki penilaian terendah adalah “Karyawan Gong Vanka Guest House Canggü selalu bersikap sopan dalam memberikan pelayanan” sebesar 3,68.

#### 2. Kepuasan Pelanggan

Berdasarkan data dapat diketahui penilaian responden terhadap variabel kepuasan pelanggan sebesar 3,68, hal ini menunjukkan Gong Vanka Guest House Canggü dinilai baik oleh pelanggan. Pernyataan yang memiliki penilaian tertinggi adalah “keluarkan sesuai dengan kualitas pelayanan yang diberikan oleh Gong Vanka Guest House Canggü.” sebesar 3,8.

Pernyataan yang memiliki penilaian terendah adalah “Saya puas terhadap pelayanan dari Gong Vanka Guest House Canggü” sebesar 3,53.

#### 3. Loyalitas Pelanggan

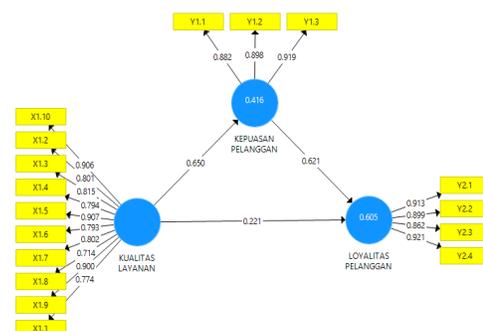
Berdasarkan data dapat diketahui penilaian responden terhadap variabel loyalitas pelanggan sebesar 3,8 atau masuk dalam kategori baik. Pernyataan yang mempunyai penilaian tertinggi adalah “Saya akan menginap ulang di Gong Vanka Guest House Canggü” sebesar 3,86. Pernyataan yang mempunyai penilaian terendah adalah “Saya merekomendasikan Gong Vanka Guest House Canggü kepada orang lain” sebesar 3,71.

#### Hasil Analisis PLS

Analisis data menggunakan pendekatan *Partial Least Square* (PLS). PLS adalah model persamaan *Structural Equation Modeling* (SEM) yang berbasis komponen atau varian. Untuk memperoleh ketiga estimasi ini PLS menggunakan proses iterasi 3 tahap dan setiap tahap iterasi menghasilkan estimasi untuk inner model dan outlier model, dan tahap ketiga menghasilkan estimasi means dan lokasi.

#### 1) Hasil Evaluasi Model Pengukuran (*Outlier model*)

Gambar 5.1  
Outlier Model



*Outlier model* dengan indikator refleksif di evaluasi melalui validitas *convergent* dan *discriminal* untuk indikator pembentuk konstruk laten, serta melalui *composite reliability* dan *cronbach alpha* untuk blok indikatornya.

#### a) Validitas *Convergent*

Validitas *convergent* berhubungan dengan prinsip bahwa pengukuran–pengukuran (*manifest variable*) dan suatu kontrak seharusnya berkolerasi tinggi. Uji validitas *convergent* indikator refleksi dapat dilihat dari nilai loading faktor yang direkomendasikan harus lebih besar dari 0,7 untuk penelitian yang bersifat *confirmatory* dan nilai loading factor antara 0,6 s/d 0,7 untuk penelitian yang bersifat *explatory* masih dapat diterima, serta nilai *average variance extracted* (AVE) harus lebih besar dari 0,5.

**Tabel 2.**  
**Hasil Uji Validitas *Convergent***  
**Loading Factor**

	Kualitas Layanan (X1)	Kepuasan Pelanggan (Y1)	Loyalitas Pelanggan (Y2)
X1.1	0,774		
X1.2	0,801		
X1.3	0,815		
X1.4	0,794		
X1.5	0,907		
X1.6	0,793		
X1.7	0,802		
X1.8	0,714		
X1.9	0,900		
X1.10	0,906		
Y1.1		0,882	
Y1.2		0,898	
Y1.3		0,919	
Y2.1			0,913
Y2.2			0,899
Y2.3			0,862
Y2.4			0,921

Sumber: *Data primer diolah, 2020*

Berdasarkan Tabel 2 di atas dapat dilihat bahwa semua nilai *loading factor* pada uji validitas *confergent* lebih besar dari 0,7. Dengan demikian dapat dinyatakan bahwa data dalam penelitian valid.

**Tabel 3.**  
**Hasil Uji Validitas *Convergent* AVE**

Variabel	Average Variance Extracted (AVE)
Kualitas Layanan (X1)	0,677
Kepuasan Pelanggan (Y1)	0,810
Loyalitas Pelanggan (Y2)	0,808

Sumber: *Data primer diolah, 2020*

Berdasarkan Tabel 3 di atas dapat dilihat bahwa semua nilai AVE validitas *confergent* lebih besar dari 0,5. Dengan demikian dapat dinyatakan bahwa data dalam penelitian valid.

#### b) Validitas *Discriminant*

Validitas *discriminant* berhubungan dengan prinsip bahwa pengukuran (*manifest variable*) konstruk yang berbeda seharusnya tidak berkorelasi dengan tinggi. Cara untuk menguji validitas *discriminant* dengan indikator refleksif yaitu dengan melihat nilai *cross loading* untuk setiap variabel harus  $>0,70$ .

Berdasarkan Tabel 4 dapat dilihat bahwa semua nilai *cross loading* setiap indikator pada masing – masing variabel lebih besar dari 0,7. Dengan demikian dapat dinyatakan bahwa data dalam penelitian valid.

**Tabel 4.**  
Hasil Uji Validitas *Discriminant Cross Loading*

	Kualit as Layan an (X1)	Kepuas an Pelangg an (Y1)	Loyalita s Pelangg an (Y2)
X1.1	0,774	0,421	0,424
X1.2	0,801	0,494	0,385
X1.3	0,815	0,533	0,596
X1.4	0,794	0,538	0,398
X1.5	0,907	0,611	0,641
X1.6	0,793	0,488	0,459
X1.7	0,802	0,550	0,509
X1.8	0,714	0,393	0,381
X1.9	0,900	0,361	0,619
X1.10	0,906	0,618	0,612
Y1.1	0,557	0,882	0,683
Y1.2	0,643	0,898	0,655
Y1.3	0,554	0,919	0,726
Y1.4	0,494	0,661	0,913
Y2.1	0,712	0,809	0,899
Y2.2	0,486	0,600	0,862
Y2.3	0,507	0,638	0,921

Sumber: *Data primer diolah, 2020*

**c) Reliabilitas *Cronbach's alpha* dan *Composite reliability***

Di samping uji validitas, juga dilakukan uji reliabilitas variabel yang diukur dengan dua kriteria yaitu *cronbach's alpha* dan *composite reliability* dari blok indikator yang mengukur variabel. Variabel dinyatakan reliable jika nilai *cronbach's alpha* dan *composite reliability* diatas 0,70.

**Tabel 5.**  
Hasil Uji Reliabilitas *Cronbach's alpha* dan *Composite reliability*

Variabel	Cronbach's Alpha	Composite Reliability
Kualitas Layanan (X1)	0.947	0.954
Kepuasan Pelanggan (Y1)	0.882	0.927
Loyalitas Pelanggan (Y2)	0.921	0.944

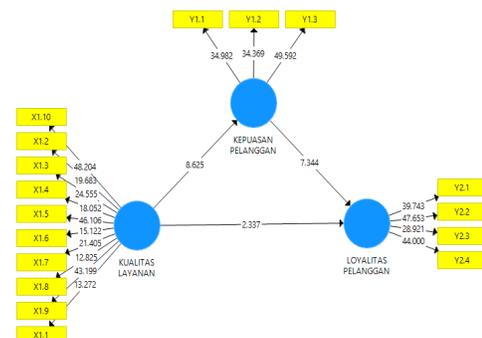
Sumber: *Data primer diolah, 2020 (Lampiran 6)*

Berdasarkan Tabel 5 di atas dapat dilihat bahwa semua nilai *Cronbach's alpha* dan *Composite reliability* pada masing-masing variabel lebih besar dari 0,70. Dengan demikian dapat dinyatakan bahwa data dalam penelitian reliabel.

**2) Evaluasi Model Struktural (*Inner Model*)**

Dalam menilai model struktural dengan struktural PLS dapat dilihat dari nilai *R-squares* untuk setiap variabel laten endogen sebagai kekuatan prediksi dari model struktural. Nilai *R-squares* merupakan uji *goodness fit* model.

**Gambar 2.**  
**Inner Model**



Sumber: *Data primer diolah, 2020*

### a) R – squares

Nilai *R-squares* 0,67 ; 0,33 ; dan 0,19 untuk variabel laten endogen dalam model struktural menunjukkan model kuat, moderat dan lemah. Hasil dari PLS *R-squares* mempresentasikan jumlah varian dari konstruk yang dijelaskan oleh model.

**Tabel 6.**  
**Hasil Uji R-square**

Variabel	R Square	R Square Adjusted
Kepuasan Pelanggan (Y1)	0,422	0,416
Loyalitas Pelanggan (Y2)	0,613	0,605

Sumber: *Data primer diolah, 2020 (Lampiran 6)*

Berdasarkan Tabel 6 di atas diperoleh nilai *R-squares* untuk variabel kepuasan pelanggan sebesar 0,422 yang menunjukkan memiliki pengaruh yang moderat. Nilai *R-square* untuk variabel loyalitas pelanggan sebesar 0,613 yang menunjukkan memiliki pengaruh yang moderat.

### b) Q-Square

Pengujian inner model dilakukan dengan melihat nilai *Q-Square* yang merupakan uji *goodness of fit model*. Apabila nilai *Q-Square* lebih besar dari 0 (nol) memperlihatkan bahwa model mempunyai nilai *predictive relevance*, sedangkan nilai *Q-Square* kurang dari 0 (nol) memperlihatkan bahwa model kurang memiliki *predictive relevance*. Namun, jika hasil perhitungan memperlihatkan nilai *Q-Square* lebih dari 0 (nol), maka model layak dikatakan memiliki nilai

prediktif yang relevan. Perhitungan *Q-Square* dapat dilihat sebagai berikut:

$$Q\text{-Square} = 1 - (1 - R_1^2) (1 - R_2^2)$$

$$Q\text{-Square} = 1 - (1 - 0,422) (1 - 0,613)$$

$$Q\text{-Square} = 1 - (0,578) (0,387)$$

$$Q\text{-Square} = 1 - (0,172)$$

$$Q\text{-Square} = 0,776$$

Berdasarkan perhitungan diatas, diperoleh nilai *Q-Square* sebesar 0,776 lebih dari 0 dan mendekati 1, sehingga dapat disimpulkan model mempunyai nilai *predictive relevance* atau model layak dikatakan memiliki nilai prediktif yang relevan sebesar 77,6 persen.

Hal ini menunjukkan bahwa variasi pada variabel loyalitas pelanggan mampu dijelaskan oleh variabel kualitas layanan dan kepuasan pelanggan, sedangkan sisanya 22,4 persen dijelaskan oleh variabel lain di luar model.

### Pengujian Hipotesis Penelitian

Dalam pengujian hipotesis dapat dilihat dari nilai t-statistik dan nilai probabilitas. Untuk pengujian hipotesis yaitu dengan menggunakan nilai statistik maka untuk alpha 5% nilai t-statistik yang digunakan adalah 1,96. Sehingga kriteria penerimaan/penolakan hipotesis adalah  $H_a$  diterima dan  $H_0$  di tolak ketika t-statistik  $> 1,96$ . Untuk menolak/menerima hipotesis menggunakan probabilitas maka  $H_a$  di terima jika nilai  $p < 0,05$ .

**Tabel 7.**  
**Hasil Uji Hipotesis**

	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	Standard Error (STERR)	T Statistics (O/STDEV)	P Values
Kualitas Layanan (X1) -> Kepuasan Pelanggan (Y1)	0,650	0,657	0,072	9,081	0,000
Kualitas Layanan (X1) -> Loyalitas Pelanggan (Y2)	0,221	0,231	0,092	2,401	0,017
Kepuasan Pelanggan (Y1) -> Loyalitas Pelanggan (Y2)	0,621	0,613	0,085	7,320	0,000

Sumber: *Data primer diolah, 2020*

Berdasarkan tabel 7 diperoleh nilai *p-value* dan *t statistics* untuk masing-masing variabel yang dijelaskan sebagai berikut.

- 1) Nilai beta sebesar 0,650 dan nilai *t statistics* sebesar 9,579 dengan nilai *p value* sebesar 0,000. Karena nilai *t-statistics* > *t-value* ( $9,579 > 1,96$ ) maka dapat disimpulkan bahwa kualitas layanan berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan pelanggan.
- 2) Nilai beta sebesar 0,221 dan nilai *t statistics* sebesar 2,401 dengan nilai *p value* sebesar 0,017. Karena nilai *t-statistics* > *t-value* ( $2,401 > 1,96$ ) maka dapat disimpulkan bahwa kualitas layanan berpengaruh positif signifikan terhadap loyalitas pelanggan.
- 3) Nilai beta sebesar 0,621 dan nilai *t statistics* sebesar 7,320 dengan nilai *p value* sebesar 0,000. Karena nilai *t-statistics* > *t-value* ( $7,320 > 1,96$ ) maka dapat disimpulkan bahwa kepuasan pelanggan berpengaruh positif signifikan terhadap loyalitas pelanggan.

### Pengujian Variabel Mediasi

Untuk menentukan peran mediasi dalam model dapat dilihat menggunakan metode pengujian variabel mediasi sebagai berikut (Hair *et al.*, 2010: 744-745):

- a) Memeriksa pengaruh langsung variabel independen terhadap variabel dependen pada metode dengan melibatkan variabel mediasi.
- b) Memeriksa pengaruh variabel independen terhadap variabel mediasi.
- c) Memeriksa pengaruh variabel mediasi terhadap variabel dependen.

**Tabel 8.**

### Rekapitulasi Hasil Pengujian Variabel Mediasi

No.	Mediasi Variabel	Efek				Keterangan
		A	B	C	D	
1	Kualitas layanan (X) -> Kepuasan pelanggan (Y1) -> Loyalitas Pelanggan	9,081 (Sig.)	2,401 (Sig.)	7,320 (Sig.)	6,953 (Sig.)	Partial Mediation

Sumber: *Data primer diolah, 2020*

Berdasarkan tabel 8 di atas, maka hasil uji hipotesis dengan menggunakan analisis *Partial Least Square* (PLS) sesuai dengan kriteria pada point 2 yaitu: pengaruh variabel independen terhadap variabel mediasi (b) adalah signifikan, pengaruh variabel mediasi terhadap variabel dependen (c) adalah signifikan, pengaruh langsung variabel independen terhadap variabel dependen pada model dengan melibatkan variabel mediasi (a) signifikan, maka dikatakan sebagai mediasi sebagian (*partial mediation*). Dengan demikian, maka peran kepuasan pelanggan sebagai pemediasi pengaruh kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan dikategorikan

sebagai mediasi sebagian (*partial mediation*).

### **Pembahasan Hasil Penelitian**

#### 1) Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan.

Hasil pengujian hipotesis mengenai pengaruh langsung antara kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan menunjukkan bahwa kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan Gong Vanka Guest House Canggü. Kualitas layanan juga sebagai faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan. Kualitas layanan memberikan dorongan kepada pelanggan untuk menjalin ikatan yang kuat dengan perusahaan. Untuk mengetahui tingkat kepuasan pelanggan perlu terlebih dahulu mengetahui kualitas layanan yang diberikan produsen kepada pelangganya. Kepuasan pelanggan akan timbul setelah seseorang mengalami pengalaman dengan kualitas pengalaman yang diberikan oleh penyedia jasa. Berarti hipotesis pertama (H1) dalam penelitian ini diterima.

Hasil Penelitian ini didukung oleh penelitian Utama & Kusuma (2016) dan Rofiah & Wahyuni (2017) yang menyatakan kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

#### 2) Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan.

Hasil pengujian hipotesis mengenai pengaruh langsung antara kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan menunjukkan bahwa kualitas layanan

berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan Gong Vanka Guest House Canggü. Loyalitas pelanggan adalah perilaku pembelian secara berulang pada merek atau produk tertentu. Loyalitas akan muncul apabila para pelanggan atau konsumen mendapatkan apa yang mereka inginkan sehingga setelah mereka menggunakan produk tersebut mereka akan mendapatkan pengalaman yang akan mendorong mereka untuk melakukan pembelian secara berulang dan pada akhirnya timbul rasa loyal terhadap produk atau jasa tersebut (Putra dan Sulistyawati, 2018). Untuk membuat pelanggan menjadi loyal harus diseimbangi dengan kualitas layanan, karena ketika konsumen menerima kualitas pelayanan yang lebih baik dari biaya yang dikeluarkannya, mereka percaya menerima nilai yang sangat baik (*good value*), dimana hal ini akan meningkatkan loyalitasnya kepada penyedia jasa. Berarti hipotesis kedua (H2) dalam penelitian ini diterima.

Hasil Penelitian ini didukung oleh penelitian Utama & Kusuma (2016), Zarei, dkk. (2018) dan Aprianingsih (2017) yang menyatakan kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan.

#### 3) Pengaruh Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan.

Hasil pengujian hipotesis mengenai pengaruh langsung antara kepuasan pelanggan terhadap kepuasan pelanggan menunjukkan bahwa kualitas layanan berpengaruh positif dan

signifikan terhadap loyalitas pelanggan Gong Vanka Guest House Canggü. Kepuasan pelanggan merupakan faktor yang sangat menentukan dalam pemasaran, sebaliknya kekecewaan pelanggan dalam memberi layanan bisa menjadikan kehancuran perusahaan di masa mendatang. Dalam pasar yang tingkat persaingannya cukup tinggi, kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan saling berhubungan, yang artinya bila ada usaha dari perusahaan untuk meningkatkan kepuasan pada pelanggan maka loyalitas pelanggan juga akan meningkat begitu pula sebaliknya bila perusahaan atau badan usaha menurunkan kepuasan pada pelanggan maka secara otomatis loyalitas pelanggan juga akan menurun. Jadi dalam hal ini kepuasan pelanggan merupakan penyebab terjadinya loyalitas pelanggan. Berarti hipotesis ketiga (H3) dalam penelitian ini diterima.

Hasil Penelitian ini didukung oleh penelitian Utama & Kusuma (2016) dan Agustina, dkk. (2018) yang menyatakan kepuasan pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan.

4) Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan.

Berdasarkan kriteria uji mediasi, maka hasil uji hipotesis dengan menggunakan analisis Partial Least Square (PLS) sesuai dengan kriteria pada point 2 yaitu: pengaruh variabel independen terhadap variabel mediasi (b) adalah signifikan, pengaruh

variabel mediasi terhadap variabel dependen (c) adalah signifikan, pengaruh langsung variabel independen terhadap variabel dependen pada model dengan melibatkan variabel mediasi (a) signifikan, maka dikatakan sebagai mediasi sebagian (partial mediation). Dengan kata lain kepuasan pelanggan dapat memediasi pengaruh kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan pada Gong Vanka Guest House Canggü. Berarti hipotesis keempat (H4) dalam penelitian ini diterima.

Pelanggan yang loyal adalah mereka yang membeli merek yang sama, hanya mempertimbangkan merek yang sama namun sebelum perusahaan mencapai tahap kepuasan dan loyalitas pelanggan perusahaan harus memperhatikan kualitas layanan. Kualitas layanan yang baik akan menciptakan kepuasan pelanggan yang pada akhirnya menciptakan loyalitas pelanggan. Hasil penelitian ini mendukung temuan Trisnayani dan Setiawan (2014), Novandy dan Rastini (2018) dan Utama & Kusuma (2016) yang memperoleh hasil kepuasan pelanggan memediasi pengaruh kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan.

## **PENUTUP**

### **Simpulan**

Berdasarkan pembahasan hasil penelitian yang telah dilakukan, maka dapat disimpulkan bahwa:

- 1) Kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap

- kepuasan pelanggan pada Gong Vanka Guest House Canggung.
- 2) Kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada Gong Vanka Guest House Canggung.
  - 3) Kepuasan pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada Gong Vanka Guest House Canggung.
  - 4) Kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan pada Gong Vanka Guest House Canggung. Peran kepuasan pelanggan sebagai pemediasi pengaruh kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan dikategorikan sebagai mediasi sebagian (*partial mediation*).

#### **Keterbatasan**

- 1) Penelitian ini hanya menggunakan metode survei melalui kuesioner, sehingga simpulan yang diambil hanya berdasarkan data yang dikumpulkan melalui penggunaan instrumen secara tertulis.
- 2) Keterbatasan waktu, biaya, dan sumber daya manusia juga menjadi pembatas dalam menentukan jumlah sampel yang layak dalam suatu penelitian. Begitu juga tidak jarang menjadi kendala bagi peneliti untuk melakukan sesuatu yang ideal.
- 3) Penelitian ini hanya terbatas pada variabel kualitas layanan, kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan.
- 4) Penelitian ini tidak bisa di generalisasi.

#### **Saran**

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan maka dapat dikemukakan beberapa saran sebagai berikut.

- 1) Berdasarkan penilaian pelanggan terhadap kualitas layanan, pernyataan yang memiliki penilaian terendah adalah “Karyawan Gong Vanka Guest House Canggung selalu bersikap sopan dalam memberikan pelayanan”, maka saran yang dapat diberikan adalah kepada karyawan Gong Vanka Guest House Canggung agar bersikap lebih sopan dalam memberikan pelayanan agar dapat meningkatkan kepuasan pelanggan.
- 2) Berdasarkan penilaian pelanggan terhadap kepuasan pelanggan, pernyataan yang memiliki penilaian terendah adalah “Saya puas terhadap pelayanan dari Gong Vanka Guest House Canggung” maka saran yang diberikan adalah kepada pengelola dan karyawan Gong Vanka Guest House Canggung agar lebih meningkatkan kualitas pelayanan sehingga mampu meningkatkan kepuasan dari pelanggan.
- 3) Kepada peneliti lain diharapkan lebih memperluas kajian tentang faktor yang berhubungan dengan loyalitas pelanggan, karena masih banyak faktor lain yang memberi sumbangan yang signifikan terhadap loyalitas pelanggan yang belum terungkap dalam penelitian ini.

#### **DAFTAR PUSTAKA**

- Agustina, dkk. 2018. Pengaruh Kepuasan Pelanggan, Biaya Beralih, Dan Kepercayaan Merek Terhadap Loyalitas Pelanggan (Survei Pada Pengguna Kartu Operator Seluler Simpati Pada Mahasiswa Jurusan Ilmu

- Administrasi Bisnis Angkatan 2015/2016 Dan 2016/2017 Fakultas Ilmu Administrasi. *Jurnal Administrasi Bisnis*. 64 (1), Hal: 92-101.
- Fergian dan Amarul. 2016. Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Dan Persepsi Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Roti Bakar 88 Kota Serang. *Jurnal Sains Manajemen*. 2 (2) Hal: 94-104.
- Tjiptono, Fandy dan Gregorius, Chandra. 2017. *Pemasaran Strategik. Edisi ke-3*. Yogyakarta: Andi (Anggota IKAPI).
- Utama Dan Kusuma. 2019. Peran Kepuasan Pelanggan Dalam Memediasi Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan. *E-Jurnal Manajemen*. 8 (11), Hal: 6468-6487.
- Vroom, V.H. 1964. *Work and Motivation*. New York : John Willey And Sons.
- Zarei, E., Daneshkohan, A., Pouragha, B., Marzban, S., Arab, M. 2014. An Empirical Study of the Impact of Service Quality on Patient Satisfaction in Private Hospitals, Iran. *Global Journal of Health Science*, 7(1), 71–77.