

**PENGARUH KUALITAS LAYANAN DAN KEPUASAN PELANGGAN
TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN
(STUDI KASUS PADA RESTORAN FAST FOOD PIZZA HUT DI
JAKARTA SELATAN)**

Oleh:
Dwi Siti T¹⁾, Lina Aryani¹⁾
E-mail:dwi.siti63@yahoo.com

ABSTRACT

The purpose of this study was to examine whether there is the influence of service quality and customer satisfaction to customer loyalty. Data obtained from 100 respondents Hut pizza. This analysis was conducted to test the regression coefficients jointly or simultaneously (F test), the test individually or partial regression (t-test), analysis of determination (R²) and regression testing. The results of this study indicate that the value of R² 0,384, which means a 38.4% customer satisfaction variables explained 38.4% of Tangible influenced by variables (X1), Reliability (X2), responsiveness (X3), Collateral (X4), Empathy (X5), Satisfaction and the rest influenced by other factors. While the effect of satisfaction on loyalty of 0,121 or 12.1%.

Keywords: *quality of service, satisfaction*

PENDAHULUAN

Salah satu tujuan utama aktivitas pemasaran seringkali dilihat dari pencapaian loyalitas pelanggan melalui strategi pemasaran. Loyalitas pelanggan merupakan bagian terpenting pada pengulangan pembelian pada pelanggan. Loyalitas pelanggan tidak hanya meningkatkan nilai dalam bisnis, tetapi juga dapat menarik pelanggan baru. Pada jangka pendek, memperbaiki loyalitas pelanggan akan membawa *profit* pada penjualan. *Profit* merupakan motif utama konsistensi bisnis. Kepuasan pelanggan merupakan suatu keadaan dimana harapan, keinginan dan kebutuhan pelanggan dipenuhi. Kepuasan pelanggan merupakan kunci dalam menciptakan loyalitas pelanggan.

Restoran merupakan salah satu sektor bisnis yang bergerak di bidang jasa karena disamping menjual makanan, konsumen juga mengharapkan memperoleh pelayanan yang

baik. Dalam sektor bisnis ini karyawan perusahaan mempunyai peranan yang sangat penting karena melalui kualitas layanannya dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan. Restoran fastfood jenis pizza yang ada di Indonesia sekarang ini antara lain Pizza Hut, Domino, Izzi dan Paparons. Dengan adanya berbagai restoran fastfood, maka berdampak pula pada ketatnya persaingan untuk mendapatkan pelanggan agar perusahaan mampu mendapatkan keuntungan, terus tumbuh dan tetap survive. Di Jakarta Selatan jumlah cabang pizza hut ada 17 (Pasaraya Blok M, Pasar Festival Bakri, Kemang, Blok M Plaza, Tebet Indraya, Buncit, Bintaro, Milenia, Permata Hijau, Semanggi Plaza, Pondok Indah Mall, Cilandak, Lapangan Ross Tebet, Kalibata Plaza, Kuningan, Gandaria, Carrefour Lebak Bulus). <https://id-id.facebook.com/.../pizza-hut>.

Kualitas Pelayanan adalah kondisi dinamis yang berhubungan dengan lima dimensi utama yakni fisik, kehandalan, daya tanggap, jaminan dan empati. Menurut Kotler (2003:140) Hubungan antara kepuasan dan loyalitas adalah saat dimana konsumen mencapai tingkat kepuasan tertinggi yang menimbulkan ikatan emosi yang kuat dan komitmen jangka panjang dengan merek perusahaan.

Pizza Hut di Jakarta Selatan memiliki kompetitor yang lokasinya cukup berdekatan dengan pesaingnya. Permasalahan yang dihadapi oleh pelanggan adalah bagaimana memilih restoran fastfood dengan menu utama Pizza yang sesuai dengan harapan mengingat bahwa pelanggan sekarang ini merupakan pelanggan yang kritis dan tergolong *smart customer* yang membutuhkan banyak pertimbangan sebelum melakukan pembelian terhadap suatu produk.

Rumusan Masalah

1. Apakah ada pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan
2. Apakah ada pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan

Tujuan Penelitian

1. Untuk menguji apakah ada pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan
2. Untuk menguji apakah ada pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan

PEMBAHASAN

Penelitian Terdahulu

Matriks Penelitian Terdahulu

NO.	Peneliti	Judul Penelitian	Analisa data	Hasil
1.	Albert Caruana (2002)	Service loyalty: The effects of service quality and the mediating role of customer satisfaction	regresi	kepuasan pelanggan tidak memainkan peran mediator dalam pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas layanan.
2.	Siddhartha Bhattacharya (2011)	Exploring Customer Loyalty: A Study on Fast Food Outlet"s The City Of Chennai	Deskriptif Regresi	loyalitas positif dipengaruhi oleh citra restoran dan kepuasan pelanggan terhadap rumah tangga, makanan & minuman, penerimaan dan harga.
3.	Md. Arifur Rahman & Friends (2012)	The Influence of Service Quality and Price on Customer Satisfaction: An Empirical Study on Restourant Services in Khulna Division	<ul style="list-style-type: none"> • Chi-Square Test 	pelanggan restoran memiliki kesan negatif tentang produk dan layanan berkualitas keadilan , keadilan harga, pelayanan staf , lingkungan yang restoran , citra restoran dan loyalitas restoran
4.	Dwi Ariyani & Febrina Rosinta (2010)	Pengaruh kualitas layanan terhadap Kepuasan Pelanggan dalam membentuk Loyalitas Pelanggan	<ul style="list-style-type: none"> • Analisis structural equation modelling (SEM) 	terdapat pengaruh yang kuat dan positif antara kualitas layanan KFC terhadap loyalitas pelanggan pada mahasiswa FISIP UI
5.	John Hendra Istianto (2011)	Analisis Pengaruh kualitas layanan terhadap Kepuasan Pelanggan	Regresi	kehandalan, jaminan, empathy berpengaruh positif dan signifikan thp kepuasan pelanggan.

Landasan Teori

1. Kualitas Layanan

Pengertian Kualitas Layanan

Definisi Kualitas Pelayanan menurut Rambat Lupiyoadi & A. Hamdani (2008;181) “Keberhasilan perusahaan dalam memberikan layanan yang berkualitas kepada para pelanggannya, pencapaian pangsa pasar yang tinggi, serta peningkatan laba perusahaan tersebut sangat ditentukan oleh pendekatan yang digunakan. Terdapat lima dimensi kualitas jasa yaitu sebagai berikut:

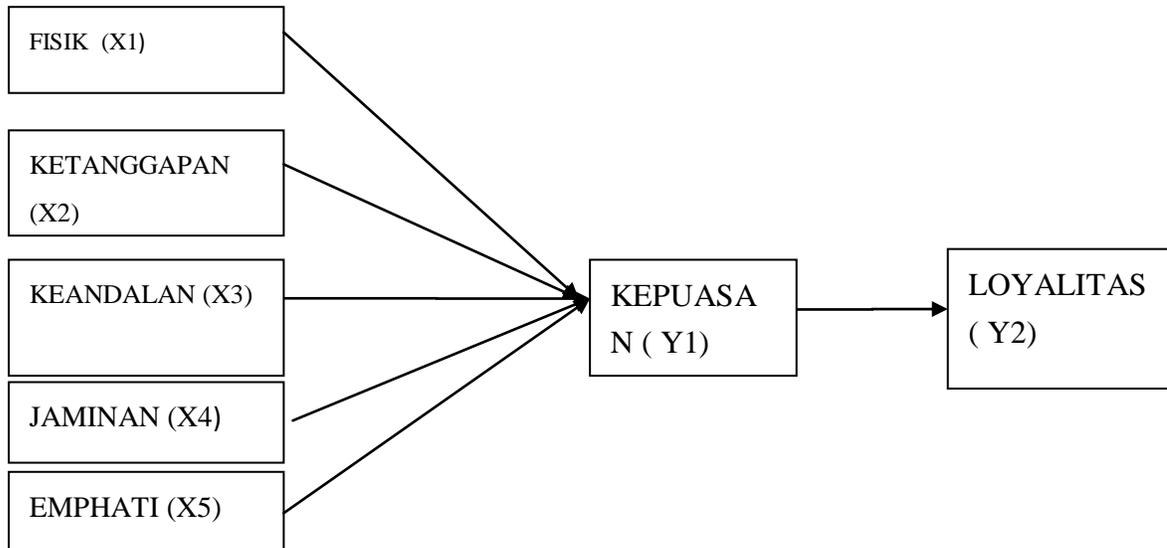
- a. Berwujud/Fisik (*tangible*), yaitu kemampuan suatu perusahaan dalam menunjukkan eksistensinya kepada pihak eksternal. Berupa penampilan dan kemampuan sarana dan prasarana fisik perusahaan.
- b. Keandalan (*reliability*), yaitu kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan sesuai dengan yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya. Seperti ketepatan waktu, pelayanan yang sama untuk semua pelanggan tanpa kesalahan, sikap yang simpatik, dan dengan akurasi yang tinggi.
- c. Ketanggapan (*responsiveness*), yaitu suatu kebijakan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat (*responsive*) dan tepat kepada pelanggan, dengan penyampaian informasi yang jelas.
- d. Jaminan dan kepastian (*assurance*), yaitu pengetahuan, kesopansantunan, dan kemampuan para pegawai perusahaan untuk menumbuhkan rasa percaya para pelanggan kepada perusahaan. Hal ini meliputi beberapa komponen antara lain komunikasi (*communication*), kredibilitas (*credibility*), keamanan (*security*), kompetensi (*competence*), dan sopan santun (*courtesy*).
- e. Empati (*empathy*), yaitu memberikan perhatian yang tulus dan bersifat individual atau pribadi yang diberikan kepada para pelanggan dengan berupaya memahami keinginan konsumen.

Kepuasan Pelanggan, secara umum, kepuasan (*satisfaction*) adalah perasaan atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang dipersepsikan produk (atau hasil) terhadap ekspektasi mereka (Philip Kotler & Kevin Lane Keller 2009;138).

Loyalitas Pelanggan, menurut Sumarwan dalam Ujang Sumarwan, dkk (2011;230) loyalitas adalah konsumen yang merasa puas terhadap produk atau merek yang dikonsumsi atau dipakai akan membeli ulang produk tersebut.

Kerangka Pemikiran

Beragam harapan pelanggan terhadap pelayanan produsen adalah faktor kenyamanan, pelayanan, kelengkapan produk, dan lain sebagainya. Maka penulis menyusun kerangka pemikiran:



Atas dasar pertimbangan tersebut di atas, maka dapat dirumuskan hipotesis dari penelitian ini adalah :

H₁: Diduga adanya pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan

H₂: Diduga adanya pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan.

Metode Penelitian

Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel

1. Definisi Operasional

Variabel kualitas layanan adalah skor yang diperoleh dari jawaban responden tentang kualitas layanan, yang dilihat dari dimensi fisik, keandalan, ketanggapan, jaminan dan kepastian, empati, merupakan variabel X. Variabel kepuasan pelanggan adalah skor yang diperoleh dari jawaban responden tentang keadaan dimana harapan pelanggan terhadap pelayanan dan harga dapat dipenuhi, merupakan variabel Y1. Variabel loyalitas pelanggan adalah Y2.

Teknik Penentuan Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi pada penelitian ini adalah seluruh konsumen yang datang untuk membeli atau makan produk Pizza Hut di Jakarta Selatan. Adapun kriteria yang ditetapkan dalam penelitian ini adalah : konsumen yang telah berkunjung ke Pizza hut lebih dari 2 kali dan telah berumur 17 tahun ke atas.

2. Sampel

Sampel yang digunakan untuk menjawab pertanyaan penelitian yang berjumlah 100 orang. Ukuran sampel menggunakan berdasarkan rumus Cochran. $n = p(1-p)(Z/E)^2$; n jumlah sampel = $0,5(1-0,5)(1,96/0,1)^2 = 0,25(384,16) = 96,04$

Teknik Pengumpulan Data

Data penelitian ini menggunakan data primer dengan menggunakan daftar pertanyaan, yang meliputi keinginan, kebutuhan, dan harapan konsumen yang berkenaan dengan fasilitas fisik, keandalan atau kemampuan perusahaan dalam memuaskan pelanggan, ketepatan dan kecermatan dalam pelayanan, jaminan dan kemudahan dalam berhubungan, komunikasi, perhatian dan kenyamanan yang diberikan perusahaan kepada konsumen. Pengukuran yang dilakukan menggunakan skala likert.

Teknik Analisis dan Uji Hipotesis

Analisa Data

Teknik analisa data menggunakan

1. Analisa regressi

Bentuk persamaan regresi adalah :

$$Y1 = a + b1X1 + b2 X2 + b3X3 + b4X4 + b5X5$$

$$Y2 = a + b1 Y1$$

2. Uji t yaitu suatu uji untuk mengetahui signifikansi pengaruh variabel independen secara parsial atau individual terhadap variabel dependen. Kriteria yang digunakan adalah:

$H_0 : b_1 = 0$ Artinya, tidak ada pengaruh yang signifikan secara parsial pada masing- masing variabel independen.

$H_a : b_1 > 0$ Artinya, ada pengaruh yang signifikan secara parsial pada masing- masing variabel independen.

Sedangkan kriteria pengujiannya adalah sebagai berikut:

- Taraf Signifikan ($\alpha = ,0 05$)
- Distribusi t dengan derajat kebebasan (n)
- Apabila t hitung $>$ t tabel maka H_0 ditolak dan H_a diterima
- Apabila t hitung $<$ t tabel maka H_0 diterima dan H_a ditolak.

Setiap pilihan jawaban responden diberi skor nilai atau bobot yang disusun secara bertingkat berdasarkan skala Likert. Untuk angket ini skor yang diberikan adalah sebagai berikut:

- Sangat Setuju (SS) = 5 ; 2. Setuju (S) = 4 ; 3. Kurang Setuju (KS) = 3 ; 4. Tidak Setuju (TS) = 2 ; 5. Sangat Tidak Setuju (STS) = 1

HASIL DAN PEMBAHASAN

Deskripsi Responden

Responden dalam penelitian ini diambil dari konsumen berkunjung ke Pizza hut lebih dari 2 kali dan telah berumur 17 tahun ke atas.

Kuesioner dibagikan kepada 100 orang responden. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas : Untuk wujud fisik (X1); kehandalan (X2); Daya tanggap (X3); Jaminan (X4); empaty (X5); dan kepuasan (Y) semua indikator valid dan reliabel. Analisis Asumsi Klasik : Uji Normalitas, Uji Heterokedastisitas, Uji Multikolerasi, Uji Autokorelasi telah dilakukan pengujian dan hasilnya layak dilakukan model analisis regresi dalam penelitian ini.

Uji Hipotesis

Teknik Analisis Data

Data diperoleh dari hasil kuesioner responden dan diolah melalui metode kuantitatif.

Teknik Analisa Data Menggunakan

1. Analisa regresi

Bentuk persamaan regresi pengaruh kualitas layanan dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas adalah :

$$Y1 = a + b1X1 + b2 X2 + b3X3 + b4X4 + b5X5$$

$$Y2 = a + b1 Y1$$

Hasil Analisis Korelasi

Correlations

		Fisik	Keandalan	Ketanggapan	Jaminan	Empati	Kepuasan
Fisik	Pearson Correlation	1	.490**	.447**	.477**	.371**	.500**
	Sig. (1-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
Keandalan	Pearson Correlation	.490**	1	.374**	.453**	.366**	.543**
	Sig. (1-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
Ketanggapan	Pearson Correlation	.447**	.374**	1	.392**	.543**	.323**
	Sig. (1-tailed)	.000	.000		.000	.000	.001
	N	100	100	100	100	100	100
Jaminan	Pearson Correlation	.477**	.453**	.392**	1	.419**	.429**
	Sig. (1-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
Empati	Pearson Correlation	.371**	.366**	.543**	.419**	1	.326**
	Sig. (1-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100	100	100
Kepuasan	Pearson Correlation	.500**	.543**	.323**	.429**	.326**	1
	Sig. (1-tailed)	.000	.000	.001	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100

** . Correlation is significant at the 0.01 level (1-tailed).

a. Korelasi Fisik (X1) Terhadap Kepuasan (Y1)

Angka korelasi sebesar 0.500 atau $r = 0.500$ terletak pada angka 0.40 – 0.599 yang berarti tingkat hubungan antar variabel Fisik (X1) dengan variabel Kepuasan (Y) adalah Sedang. Angka signifikan hubungan antara variabel Fisik (X1) dengan Kepuasan (Y) adalah 0.000. Angka $0.000 < 0.05$ yang berarti bahwa hubungan kedua variabel tersebut signifikan.

b. Korelasi Keandalan (X2) Terhadap Kepuasan (Y)

Angka korelasi sebesar 0.543 atau $r = 0.543$ terletak pada angka 0,40 – 0,599 yang berarti tingkat hubungan antar variabel Reliability (X2) dengan variabel Kepuasan (Y) adalah Sedang. Angka signifikan hubungan antara variabel Keandalan (X2) dengan Kepuasan (Y) adalah 0.000. Angka $0.000 < 0.05$ yang berarti bahwa hubungan kedua variabel tersebut signifikan.

c. Korelasi Ketanggapan (X3) Terhadap Kepuasan (Y)

Angka korelasi sebesar 0.326 atau $r = 0.326$. terletak pada angka 0,20 – 0,399 yang berarti tingkat hubungan antar variabel Ketanggapan (X3) dengan variabel Kepuasan (Y) adalah Rendah. Angka signifikan hubungan antara variabel Ketanggapan (X3) dengan Kepuasan (Y) adalah 0.000. Angka $0.000 < 0.05$ yang berarti bahwa hubungan kedua variabel tersebut signifikan.

d. Korelasi Jaminan (X4) Terhadap Kepuasan (Y)

Angka korelasi sebesar 0.429 atau $r = 0.429$ terletak pada angka 0.40 – 0.599 yang berarti tingkat hubungan antar variabel Jaminan (X4) dengan variabel Kepuasan (Y) adalah Sedang. Angka signifikan hubungan antara variabel Jaminan (X4) dengan Kepuasan (Y) adalah 0.000. Angka $0.000 < 0.05$ yang berarti bahwa hubungan kedua variabel tersebut signifikan.

e. Korelasi Empati (X5) Terhadap Kepuasan (Y)

Angka korelasi sebesar 0.326 atau $r = 0.326$ terletak pada angka 0,20 – 0,399 yang berarti tingkat hubungan antar variabel Empati (X5) dengan variabel Kepuasan (Y) adalah Rendah. Angka signifikan hubungan antara variabel Empati (X5) dengan Kepuasan (Y) adalah 0.000. Angka $0.000 < 0.05$ yang berarti bahwa hubungan kedua variabel tersebut signifikan.

Uji T

Untuk menguji pengaruh Tangible, Reliability, Responsiveness, Assurance, dan Empati secara parsial terhadap Keputusan pembelian maka digunakan uji statistic (uji t). Apabila $t\text{-hitung} > t\text{-tabel}$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Sebaliknya apabila nilai $t\text{-hitung}$

< nilai t-tabel, maka H0 diterima dan Ha ditolak. Hasil pengujian hipotesis secara parsial dapat dilihat pada tabel berikut :

**Hasil Uji T Regresi Berganda
Coefficients^a**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	2.412	1.822		1.323	.189
1 Fisik	.219	.090	.248	2.433	.017
1 Keandalan	.318	.092	.340	3.451	.001
1 Ketanggapan	.011	.197	.006	.055	.956
1 Jaminan	.155	.115	.134	1.341	.183
1 Empati	.054	.108	.051	.502	.617

a. Dependent Variable: Kepuasan

Hasil pengujian hipotesis secara parsial menunjukkan bahwa variabel Fisik (X1) memiliki nilai t-hitung $2.433 >$ nilai dari t-tabel 1.9845 dengan signifikansi $0.017 < 0.05$ maka keputusannya adalah H0 ditolak dan Ha diterima. Hal ini berarti variabel Kualitas secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan.

Hasil pengujian hipotesis secara parsial menunjukkan bahwa variabel Keandalan (X2) memiliki nilai t-hitung $3.451 >$ nilai t-tabel 1.9845 dengan signifikansi $0.001 < 0.05$ maka keputusannya adalah H0 ditolak dan Ha diterima. Hal ini berarti variabel Keandalan secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan.

Hasil pengujian hipotesis secara parsial menunjukkan bahwa variabel Ketanggapan (X3) memiliki nilai t-hitung $0.055 <$ nilai dari t-tabel 1.9845 dengan signifikansi $0.956 > 0.05$ maka keputusannya adalah H0 diterima dan Ha ditolak. Hal ini berarti variabel Ketanggapan secara parsial berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap Kepuasan.

Hasil pengujian hipotesis secara parsial menunjukkan bahwa variabel Jaminan (X4) memiliki nilai t-hitung $1.341 <$ nilai t-tabel 1.9845 dengan signifikansi $0.183 > 0.05$ maka keputusannya adalah H0 diterima dan Ha ditolak. Hal ini berarti variabel Jaminan secara parsial berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap Kepuasan.

Hasil pengujian hipotesis secara parsial menunjukkan bahwa variabel Empati (X5) memiliki nilai t-hitung $0.502 <$ nilai t-tabel 1.9845 dengan signifikansi $0.617 > 0.05$ maka keputusannya adalah H0 diterima dan Ha ditolak. Hal ini berarti variabel Ketanggapan secara parsial berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap Kepuasan.

**Hasil Uji T Regresi Sederhana
Coefficients^a**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	-3.497	4.129		-.847	.399
1 KEPUASA	.949	.258	.348	3.679	.000

Hasil pengujian hipotesis secara parsial menunjukkan bahwa variabel Kepuasan (Y1) memiliki nilai t-hitung 3.679 > nilai dari t-tabel 1.9845 dengan signifikansi 0.000 < 0.05 maka keputusannya adalah H0 ditolak dan Ha diterima. Hal ini berarti variabel Kepuasan secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas.

Uji F

Hasil Uji F Analisis Regresi Berganda ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	158.748	5	31.750	11.724	.000 ^b
	Residual	254.562	94	2.708		
	Total	413.310	99			

a. Dependent Variable: Kepuasan

b. Predictors: (Constant), Empati, Keandalan, Jaminan, Kualitas, Ketanggapan

Dengan membandingkan nilai F-hitung dengan F-tabel, maka F-hitung 11.724 > nilai F-tabel 3.09 dengan signifikansi 0.000 < 0.05 maka keputusannya adalah H0 ditolak dan Ha diterima. Hal ini berarti bahwa variabel Fisik (X1), Keandalan (X2), Ketanggapan (X3), Jaminan (X4), dan Empati (X5) secara bersama-sama (simultan) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan (Y1).

Hasil Uji F Analisis Regresi Sederhana ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	372.567	1	372.567	13.533	.000 ^b
	Residual	2697.943	98	27.530		
	Total	3070.510	99			

a. Dependent Variable: Loyalitas

b. Predictors: (Constant), Kepuasan

Dengan membandingkan nilai F-hitung dengan F-tabel, maka F-hitung 13.533 > nilai F-tabel 3.09 dengan signifikansi 0.000 < 0.05 maka keputusannya adalah H0 ditolak dan Ha diterima. Hal ini berarti bahwa variabel Kepuasan (Y1) secara bersama-sama (simultan) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas (Y2).

Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Hasil Model Summary Analisis Regresi Berganda Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.620 ^a	.384	.351	1.646

a. Predictors: (Constant), Empati, Keandalan, Jaminan, Kualitas, Ketanggapan

b. Dependent Variable: Kepuasan

Besarnya pengaruh variabel Fisik (X1), Keandalan (X2), Ketanggapan (X3), Jaminan (X4), dan Empati (X5) secara simultan terhadap variabel Kepuasan (Y1) dapat diketahui dengan melihat nilai R^2 pada tabel *Model Summary*. Dalam kasus ini besar R^2 adalah $0.384 = 38.4\%$. Artinya besar pengaruh variabel Fisik (X1), Keandalan (X2), Ketanggapan (X3), Jaminan (X4), dan Empati (X5) secara simultan terhadap variabel Kepuasan (Y1) adalah sebesar 38,4% dan sisanya dipengaruhi oleh variabel lain.

Hasil Model Summary Analisis Regresi Sederhana Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.348 ^a	.121	.112	5.247

a. Predictors: (Constant), Kepuasan

b. Dependent Variable: Loyalitas

Besarnya pengaruh variabel Kepuasan (Y1) secara simultan terhadap variabel Loyalitas (Y2) dapat diketahui dengan melihat nilai R^2 pada tabel *Model Summary*. Dalam kasus ini besar R^2 adalah $0.121 = 12,1\%$. Artinya besar pengaruh variabel Kepuasan (Y1) secara simultan terhadap variabel Loyalitas (Y2) adalah sebesar 12,10% dan sisanya dipengaruhi oleh variabel lain.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis metode regresi berganda Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas dengan menggunakan SPSS, maka dapat disimpulkan bahwa :

1. Berdasarkan hasil pengujian secara parsial (uji t) dapat disimpulkan bahwa Variabel Fisik dan keandalan secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan pelanggan Pizza Hut di Jakarta Selatan, sedangkan ketanggapan, jaminan dan empati secara parsial tidak berpengaruh.
2. Berdasarkan Hasil Pengujian secara simultan (Uji F) dapat disimpulkan bahwa Variabel bahwa variabel Fisik, Keandalan, Ketanggapan, Jaminan dan empati secara bersama-sama (simultan) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan pelanggan Pizza Hut (Y1). Dan Kepuasan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas.
 - a. Koefisien Determinasi berdasarkan hasil perhitungan SPSS , diketahui bahwa nilai adjusted Rsquare sebesar $0.384 = 38.4\%$. Artinya besar pengaruh variabel Fisik, Keandalan, Ketanggapan, Jaminan dan empati secara simultan terhadap variabel Kepuasan Pelanggan (Y1) adalah sebesar 38.4% dan Kepuasan terhadap Loyalitas

SARAN

1. Dari hasil penelitian ini diharapkan dapat memberi masukan kepada perusahaan Pizza Hut agar kualitas pelayanan terutama di bidang ketanggapan, jaminan dan empati ditingkatkan. sehingga kepuasan pelanggan meningkat. Bidang keandalan dan fisik tetap dipertahankan.
2. Berdasarkan kesimpulan diatas penulis mencoba memberikan saran kepada peneliti selanjutnya yang ingin meneliti dengan tema yang sama sebaiknya perlu menambah variabel independen, sehingga penelitian lebih baik lagi.

DAFTAR PUSTAKA

- Albert Caruana, (2002) "Service loyalty: The effects of service quality and the mediating role of customer satisfaction", *European Journal of Marketing*, Vol. 36 Iss: 7/8, pp.811 – 828
- Alfi, Nura, 2008. Analisis Kepuasan Pelanggan Pada Restoran Fast Food Di Kota Medan. *Jurnal wawasan*.
- Apdian Cahyadi, Sumarsono, (2013), Pengaruh Produk, Lokasi dan Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan Serta Kepuasan Pelanggan Terhadap Niat Pembelian Ulang (Studi Kasus Pada Yogya Chicken Cabang Sumampir Purwokerto)", *Skripsi, UNSOED, Purwokerto*

- Aryani, Dwi & Rosinta, Febrina (2010). Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan dalam Membentuk Loyalitas. *Bisnis & Birokrasi, Jurnal Ilmu Administrasi dan Organisasi* volume 17 no. 2, Agustus 2010 hal.114-126.
- Battacharya, Siddartha, Sengupta, Partha, & Mishra, Ramakant (2011). Exploring Customer Loyalty: A Study on Fast Food Outlets in The City of Chennai. *Internatioinal Journal of Multidisciplinary Research* vol. 1 no. 4, August 2011.
- Gordon H.G. McDougall, Terrence Levesque, (2000) "Customer satisfaction with services: putting perceived value into the equation", *Journal of Services Marketing*, Vol. 14 Iss: 5, pp.392 - 410
- Harjanto, Ryan Nur (2010). Analisis Pengaruh Harga, Produk, Kebersihan, dan Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan. *Skripsi. Semarang: Program Sarjana Universitas Diponegoro Semarang.*
- Hendry (2010). Variabel intervening (intervening variable). Diakses 13/12/2013. Jakarta.
<http://teorionline.wordpress.com/2010/03/15/variabel-intervening-intervening-variable/>
<https://id-id.facebook.com/.../pizza-hut.>
- Istianto, John Hendra (2011). Analisis Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan Rumah Makan Ketty Resto. *Jurnal Ekonomi dan Informasi Akuntansi (JENIUS)* vol. 1 no. 8, September 2011.
- Jay Kandampully, Dwi Suhartanto, (2000) "Customer loyalty in the hotel industry: the role of customer satisfaction and image", *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, Vol. 12 Iss: 6, pp.346 - 351
- Kotler, Phillip & Keller, Kevin Lane (2009). *Manajemen Pemasaran, Edisi Ketiga Belas, Jilid 1* (Bob Sabran, penerjemah). Jakarta: Erlangga.
- Lupiyoadi, Rambat & Hamdani, A (2008). *Manajemen Pemasaran Jasa, Edisi 2*. Jakarta: Salemba 4.
- Nura, Alfi (2008). Analisis Kepuasan Pelanggan Pada Restoran Fast Food di Kota Medan. *Jurnal Wawasan* vol. 13 no. 3, Februari 2008.
- Rahman, Arifur, Kalam, Abdul, Moshiur, Rahman, & Abdullah (2012). The Influence of Service Quality and Price on Customer Satisfaction: An Empire Study on Restaurant Services in Khulna Division. *Research Journal on Finance and Accounting* vol. 3 no. 4 2012.
- Riduwan & Kuncoro, Engkos Achmad (2007). *Cara Menggunakan dan Memaknai Analisis Jalur (Path Analysis)*. Bandung: Alfabeta.

- Sandjojo, Nidjo (2011). *Metode Analisis Jalur (Path Analysis) dan Aplikasinya*. Jakarta: Pustaka Sinar Harapan.
- Sanusi, Anwar (2012). *Metodologi Penelitian Bisnis*. Jakarta: Salemba Empat.
- Sarwono, Jonathan (2012). *Metode Riset Skripsi Pendekatan Kuantitatif (Menggunakan Prosedur SPSS)*. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo.
- Shalim, Kardiyan, Haryanto, Benarto, Innocentius (2007), Pengaruh Kualitas Layanan Restoran Pizza Hut Terhadap Loyalitas Pelanggan, Kepuasan dan Kepercayaan sebagai Variabel Intervening, *Jurnal Management*, UPH, Vol 2, No.3 September
- Sumarwan, Ujang, dkk (2011). *Riset Pemasaran dan Konsumen, Seri I*. Bogor: IPB Press.