PENGARUH KUALITAS LAYANAN DAN KEPUASAN PELANGGAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PIZZA HUT JAKARTA

Andre Cahyadi

Program Studi Administrasi Bisnis

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Email : Cahyadiandre92@yahoo.com

ABSTRACT

Fast food restaurant is one of the businesses engaged in the culinary field. Businesses like this are usually required to have uniqueness that is of added value to customers. This is in line with the marketing concept where brand image, price, product quality and service quality influence purchasing decisions. However, due to time constraints, the researchers only limited this research to the quality of service and customer satisfaction that affects customer loyalty Pizza Hut Jakarta. Where this factor is determined by the author based on the research gap in previous studies.

Quality of service is one of the marketing principles in which one party offers to another party a form of service benefit. The existence of quality service will increase competitiveness in the fast food restaurant business. Customer satisfaction is a feeling of pleasure or disappointment as a form of response from the performance of services provided by the company. With high customer satisfaction and exceeding expectations, it will provide satisfaction and pleasure for customers. Customer loyalty is a form of customer response to a sense of satisfaction and the presence of good quality service. With customer loyalty, customers will be loyal to buy products offered by the fast food restaurant business so that competitiveness increases.

Keywords: Service quality, customer satisfaction and customer loyalty.

ABSTRAK

Restoran makanan cepat saji adalah salah satu bisnis yang bergerak dalam bidang kuliner. Bisnis seperti ini biasanya wajib memiliki keunikan yang menjadi nilai lebih bagi pelanggan. Hal itu selaras dengan konsep pemasaran dimana citra merek, harga, kualitas produk dan kualitas layanan mempengaruhi keputusan pembelian. Namun karena keterbatasan waktu, peneliti hanya membatasi penelitian ini hanya pada kualitas layanan dan kepuasan pelanggan yang mempengaruhi loyalitas pelanggan Pizza Hut Jakarta. Dimana faktor ini ditentukan penulis berdasarkan research gap pada penelitian terdahulu.

Kualitas layanan merupakan salah satu prinsip pemasaran dimana suatu pihak menawarkan kepada pihak lainnya suatu bentuk manfaat dari layanan atau jasa. Dengan keberadaan kualitas layanan maka akan meningkatkan daya saing dalam bisnis restoran cepat saji.

Kepuasan Pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa sebagai bentuk respon dari kinerja layanan yang diberikan oleh perusahaan. Dengan kepuasan pelanggan yang tinggi dan melebihi harapan maka akan memberikan rasa puas dan senang bagi pelanggan. Loyalitas pelanggan adalah suatu bentuk respon pelanggan atas rasa puas dan keberadaan kualitas layanan yang baik. Dengan loyalitas pelanggan maka pelanggan akan setia untuk membeli produk dari yang ditawarkan oleh bisnis restoran cepat saji sehingga daya saing meningkat.

Kata kunci : Kualitas Layanan, kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan.

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Pada zaman ini telah banyak berbagai jenis bisnis kuliner waralaba di Indonesia. Umumnya bisnis kuliner waralaba di Indonesia masih berada di kawasan mayoritas perkotaan. Bisnis kuliner waralaba di Indonesia terbagi menjadi bisnis kuliner waralaba lokal dan bisnis kuliner waralaba mancangeara. Salah satu contoh bisnis kuliner waralaba kuliner mancanegara yang telah mendunia pada era global saat ini adalah bisnis kuliner waralaba Pizza Hut.

Pizza Hut merupakan salah satu bisnis kuliner waralaba dengan menu masakan Italia-Amerika yang dibuka pada tahun 1958 di Winchita, Kansas, Amerika oleh Dan Carney dan Frank Carney. Pizza Hut memiliki berbagai jenis menu-menu seperti pizza dan pasta, serta lauk dan makanan penutup khas Italia-Amerika lainnya. Pizza Hut juga sering mengeluarkan banyak promosi maupun menu varian baru sehingga hal tersebut sering menarik hati para pelanggan mereka untuk menjadikan Pizza Hut sebagai salah satu pilihan utama makanan mereka.

Pizza Hut hadir di Indonesia untuk pertama kalinya pada tahun 1984 dan merupakan restoran pizza pertama di Indonesia. Pizza Hut di Indonesia saat ini berkembang pesat dan dikelola oleh PT. Sarimelati Kencana yang merupakan anak PT Sriboga Raturaya, produsen tepung terigu di Indonesia.

Pizza Hut Indonesia telah membukukan laba bersih sepanjang sembilan bulan di tahun 2019 dan memperoleh laba bersih sebesar Rp 149 milliar. Perolehan laba bersih tersebut meningkat 47% dibandingkan periode tahun sebelumnya yang hanya sebesar Rp 101 miliar. Kemudian hingga sampai bulan November 2019, sebanyak 50 gerai telah ditambahkan ke dalam sistem sehingga saat ini PT Sarimelati Kencana telah mengoperasikan sebanyak 501 gerai yang merupakan gabungan Pizza Hut Restaurant (PHR), Pizza Hut Delivery (PHD), dan Pizza Hut Express (PHE). Salah satu hal yang membuat Pizza Hut menjadi waralaba mancanegara yang sukses di mata dunia adalah dengan tidak terlepas dari adanya pengaruh kualitas layanan dan kepuasan pelanggan yang diberikan oleh pihak restoran kepada para pelanggan Pizza Hut.

Kualitas layanan merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi tingkat loyalitas pelanggan. Hal itu dikarenakan pelanggan yang terpuaskan nilai pribadinya akan mengalami *mood* yang positif terhadap layanan sehingga menciptakan tingkat loyalitas yang tinggi terhadap perusahaaan. Pelanggan yang tidak loyal seringkali disebabkan karena adanya pelayanan yang buruk atau kualitas layanan yang berbeda dari apa yang mereka harapkan. Dari hal tersebut maka dapat dikatakan bila kualitas layanan memiliki pengaruh terhadap loyalitas pelangan.

Selain kualitas layanan faktor kepuasan pelanggan juga tidak kalah penting. Pelanggan yang puas akan melakukan pembelian ulang kembali. Hal itu disebabkan karena harapan pelanggan terpenuhi pada saat mereka mereka melakukan pembelian.

Sehingga mereka datang kembali untuk dapat kembali merasakan puas tersebut. Dari hal tersebut maka dapat dikatakan bila kepuasan pelanggan memiliki pengaruh terhadap loyalitas pelangan.

Kualitas layanan merupakan salah satu cara perusahaan untuk memenuhi segala bentuk janji yang diberikan kepada para pelanggannya dengan andal, akurat dan tepat waktu. Bentuk kualitas layanan bisa terdiri dari kemampuan menjangkau pelanggan, promosi dan hal-hal lainnya. Sedangkan kepuasan pelanggan adalah bentuk respon atas perasaan senang pelanggan terhadap produk dan layanan yang diberikan oleh perusahaan. Dari hal-hal tersebut maka penulis ingin melakukan penelitian lebih lanjut mengenai seberapa besar dampak kualitas layanan dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan Pizza Hut Jakarta.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah disampaikan di atas, maka rumusan masalah yang dapat diambil adalah "Apakah kualitas layanan dan kepuasan pelanggan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan Pizza Hut Jakarta?"

C. Tujuan Penelitian

Penulis merumuskan tujuan dalam penelitian sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan Pizza Hut Jakarta
2. Untuk mengetahuai pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan Pizza Hut Jakarta.

D. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi :

1. Bagi Perusahaan
   Dapat menjadi masukan dan sumbangan bagi pihak perusahaan untuk melakukan tinjauan mengenai kualitas layanan terhadap bisnis yang mereka kelola serta dampak dan pengaruhnya terhadap kepuasan layanan dan loyalitas pelanggan tersebut.
2. Bagi Peneliti Lain
   Dapat menambah wawasan bagi para peneliti lain untuk dijadikan sumber referensi dalam melakukan penelitian yang berkaitan dengan kualitas layanan, kepuasan pelanggan, dan loyalitas pelanggan.

E. Hipotesis

Berdasarkan uraian tersebut, hipotesis yang diajukan untuk penelitian adalah sebagai berikut:

H1: Kualitas layanan berpengaruh positif secara langsung kepada Loyalitas.

H2 : Kepuasan pelanggan berpengaruh positif secara langsung kepada loyalitas.

METODE PENELITIAN

A. Objek Penelitian

Objek dalam penelitian ini adalah produk Pizza Hut dari PT Sarimelati Kencana TBK. Data-data yang akan diteliti adalah berupa hasil pengisian kuisioner oleh para pelanggan Pizza Hut Jakarta yang dilakukan pada bulan November-Desember 2019.

B. Teknik Pengumpulan Data

Penulis menggunakan *non-probability* sampel. Jenis non-*probability* sampel yang dipilih penulis adalah *Purposive Sampling*, dimana pengambilan sampel secara sengaja yaitu sampel yang diambil telah ditentukan dan tidak secara acak. Kriteria dari sampel ialah individu (orang pribadi).

C. Teknik Pengambilan Sampel

Populasi yang akan diambil dalam pengambilan sampel penelitian ini adalah pelanggan Pizza Hut yang pernah membeli produk Pizza HUT. Dari populasi tersebut maka akan diambil sampel dengan teknik *judgement sampling*, yaitu teknik pengambilan sampel yang dilakukan dengan memilih satuan sampel atas dasar pertimbangan tertentu. Dalam hal ini responden yang dipilih yaitu para pelanggan Pizza Hut yang berada di wilayah Jakarta.

Penelitian ini menggunakan teknik pengambilan sampel *non probability* sampel. Hal ini berarti bahwa temuan dari studi terhadap sampel tidak dapat digeneralisasikan secara pasti terhadap populasi.

D. Teknik Analisa data

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Uji Kuesioner
   a. Uji Validitas
   b. Uji Reliabilitas
2. Analisis Deskriptif
   a. Rata-rata Tertimbang
   b. Rentang Skala
3. Analisis Regresi
   a. Uji Asumsi Klasik
      (1) Uji Normalitas
      (2) Uji Heterokedastisitas
      (3) Uji Autokorelasi
      (4) Uji Multikolonieritas
   b. Uji Signifikansi Keseluruhan dari Regresi Sampel (Uji Stastistik F)
   c. Uji Signifikan Parameter Individual (Uji Stastistik t)

HASIL ANALISIS DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Analisis

1. Uji Kuesioner

a. Uji Validitas

Uji validitas dilakukan untuk menguji apakah instrumen penelitian benar-benar mampu mengukur kerangka (penelitian). Agar memperoleh nilai validitas pada kuesioner dan data, uji validitas dilakukan dengan cara mencermati indikator-indikator variabel. Nilai validitas yang diperoleh menunjukan sejauh mana perbedaan instrumen pengukuran, hal ini juga mereflesikan kemajemukan pada objek penelitian. Formula ditentukan dengan membandingkan nilai r tabel dengan r hitung pada taraf signifikansi 5%. Nilai r tabel dengan jumlah responden sebanyak 30 sehingga memperoleh nilai sebesar 0.361. Nilai sebuah instrumen dapat dikatakan valid apabila nilai r hitung > r tabel. Hasil uji validitas dapat dilihat dari tabel berikut ini:

Tabel 4.1
Hasil Uji Validitas Kualitas Layanan

No.	Indikator	r tabel	r hitung	Keterangan
1	Pizza Hut memiliki layanan ketepatan waktu yang baik.	0,361	0,786	Valid
2	Pizza Hut selalu menjaga kehigienisan dalam penyajian produk.	0,361	0,782	Valid
3	Karyawan Pizza Hut selalu tanggap dalam melayani kebutuhan pelanggan.	0,361	0,773	Valid
4	Pizza Hut memberikan informasi terkait hal-hal yang dibutuhkan pelanggan.	0,361	0,733	Valid
5	Pizza Hut memiliki sertifikat jaminan yang memberikan rasa aman kepada para pelanggan.	0,361	0,707	Valid
6	Karyawan Pizza Hut dapat dipercaya dalam menangani masalah yang dihadapi pelanggan.	0,361	0,862	Valid

Sumber : Lampiran 3

Tabel 4.2
Hasil Uji Validitas Kepuasan Pelanggan

No.	Indikator	r tabel	r hitung	Keterangan
1	Anda merasa puas dengan produk Pizza Hut akan bertahan pada Pizza Hut.	0,361	0,503	Valid
2	Anda meyakinkan orang-orang bahwa produk Pizza Hut lebih unggul dibandingkan produk lain.	0,361	0,663	Valid
3	Anda senantiasa membeli produk Pizza Hut meksipun ada pizza lainnya.	0,361	0,658	Valid
4	Anda tetap membeli Pizza Hut meskipun harganya naik.	0,361	0,685	Valid
5	Anda memberikan ide kepada Pizza Hut demi kebaikan perusahaan.	0,361	0,809	Valid

Sumber : Lampiran 3

Tabel 4.3
Hasil Uji Validitas Loyalitas Pelanggan

No.	Indikator	r tabel	r hitung	Keterangan
1	Anda akan melakukan pembelian kembali produk Pizza Hut.	0,361	0,404	Valid
2	Anda selalu membeli antar lini produk Pizza Hut.	0,361	0,776	Valid
3	Anda merekomendasikan Pizza Hut kepada teman atau keluarga.	0,361	0,815	Valid
4	Anda tetap bertahan pada Pizza Hut meskipun pesaing memberikan tawaran yang lebih menarik	0,361	0,765	Valid
5	Pizza Hut tetap menjadi pilihan utama saya meskipun merek lain menawarkan produk pizza lainnya yang lebih murah.	0,361	0,789	Valid
6	Saya akan setia pada produk Pzza Hut apabila Pizza Hut sedang tidak tersedia.	0,361	0,747	Valid

Sumber : Lampiran 3

b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dimaksudkan untuk mengetahui tingkat konsistensi terhadap instrumen-instrumen dalam mengukur konsep. Reliabilitas merupakan syarat untuk tercapainya validitas suatu kuesioner dengan tujuan tertentu. Dalam mengukur reliabilitas alat pengukuran yang digunakan adalah teknik *Alpha Cronbach*. Jika nilai Cronbach's Alpha > 0,70, maka variabel tersebut dianggap realiabel. Namun jika Cronbach's Alpha < 0,70, maka variabel

dianggap tidak reliabel. Hasil uji realibiltas dapat dilihat dalam tabel berikut ini:

Tabel 4.4
Uji realibilitas Kualitas Layanan

Cronbach's Alpha	Keterangan
.920	Reliabel

Sumber : Lampiran 3

Berdasarkan tabel 4.4 menunjukan bahwa dari hasil uji reliabilitas diperoleh Cronbach's Alpha untuk Kualitas Layanan adalah sebesar 0,920 lebih besar dari 0,70. Maka masing-masing penyataan atas variabel dianggap reliabel. Oleh karena itu, butir pernyataan yang ada dapat dimasukan sebagai kuesioner.

Tabel 4.5
Uji Realibilitas Kepuasan Pelanggan

Cronbach's Alpha	Keterangan
.898	Reliabel

Sumber : Lampiran 3

Berdasarkan tabel 4.8 menunjukan bahwa dari hasil uji reliabilitas diperoleh Cronbach's Alpha untuk Kepuasan pelanggan adalah sebesar 0,898 lebih besar dari 0,70. Maka masing-masing penyataan atas variabel dianggap reliabel. Oleh karena itu, butir pernyataan yang ada dapat dimasukan sebagai kuesioner.

Tabel 4.6
Uji Realibilitas Loyalitas Pelanggan

Cronbach's Alpha	Keterangan
.888	Reliabel

Sumber : Lampiran 3

Berdasarkan tabel 4.6 menunjukan bahwa dari hasil uji reliabilitas diperoleh Cronbach's Alpha untuk Loyalitas Pelanggan adalah sebesar 0,888 lebih besar dari 0,70. Maka masing-masing penyataan atas variabel dianggap reliabel. Oleh karena itu, butir pernyataan yang ada dapat dimasukan sebagai kuesioner.

2. Analisis Deskriptif

Dalam melakukan penelitian, penulis menyebarkan kuesioner kepada 150 orang responden dengan catatan para responden telah melakukan pembelian di Pizza Hut selama tiga kali dalam enam bulan terakhir dan berdomisili wilayah jakarta. Analisis deskriptif membantu penulis untuk bagaimana kualitas layanan dan kepuasan pelanggan yang diberikan oleh Pizza Hut di kawasan Jakarta dan menggambarkan atau mendeskripsikan tingkat loyalitas pelanggan oleh pelanggan Pizza Hut di kawasan Jakarta. Berikut adalah rentang skala yang digunakan penulis dan hasil penelitian deksiptif:

Rentang Nilai	Keterangan		
	Kualitas layanan	**Kepuasan Pelanggan**	**Loyalitas Pelanggan**
1,00 - 1,80	Sangat Tidak berkualitas	Sangat Tidak Puas	Sangat Tidak Loyal
1,81 - 2,60	Tidak Berkualitas	Tidak Puas	Tidak Loyal
2,61 - 3,40	Cukup Berkualitas	Cukup Puas	Cukup Loyal
3.41 - 4.20	Berkualitas	Puas	Loyal
4.21 - 5,00	Sangat Berkualitas	Sangat Puas	Sangat Loyal

Tabel 4.7

Deskripsi Variabel Kualitas Layanan

No.	Pertanyaan	Mean
1	Pizza Hut memiliki layanan ketepatan waktu yang baik.	3,97
2	Pizza Hut selalu menjaga kehigienisan dalam penyajian produk.	4,25
3	Karyawan Pizza Hut selalu tanggap dalam melayani kebutuhan pelanggan.	4,17
4	Pizza Hut memberikan informasi terkait hal-hal yang dibutuhkan pelanggan.	4,19
5	Pizza Hut memiliki sertifikat jaminan yang memberikan rasa aman kepada para pelanggan.	4,11
6	Karyawan Pizza Hut dapat dipercaya dalam menangani masalah yang dihadapi pelanggan.	4,03
Nilai Mean Variabel Kualitas Layanan		4,12

Sumber : lampiran 6

Berdasarkan tabel 4.7 variabel kualitas layanan maka diperoleh nilai rata-rata secara keseluruhan 4,12. Berdasarkan dari nilai rentang skala maka dapat dikatakan kualitas pelayanan yang ada di Pizza Hut sudah tergolong berkualitas.

Tabel 4.8
Deskripsi Variabel Kepuasan Pelanggan

No.	Pertanyaan	Mean
1	Anda merasa puas dengan produk Pizza Hut akan bertahan pada Pizza Hut.	4,13
2	Anda meyakinkan orang-orang bahwa produk Pizza Hut lebih unggul dibandingkan produk lain.	3,82
3	Anda senantiasa membeli produk Pizza Hut meksipun ada pizza lainnya.	3,85
4	Anda tetap membeli Pizza Hut meskipun harganya naik.	3,47
5	Anda memberikan ide kepada Pizza Hut demi kebaikan perusahaan.	3,30
	Nilai Mean Variabel Kepuasan Pelanggan	3,68

Sumber: Lampiran 6

Berdasarkan tabel 4.8 variabel kepuasan pelanggan maka diperoleh nilai rata-rata secara keseluruhan 3,68. Berdasarkan dari nilai rentang skala maka dapat dikatakan kepuasan pelanggan yang ada di Pizza Hut sudah tergolong puas.

Tabel 4.9

Variabel Loyalitas Pelanggan

No.	Pertanyaan	Mean
1	Anda akan melakukan pembelian kembali produk Pizza Hut.	4,05
2	Anda selalu membeli antar lini produk Pizza Hut.	3,60
3	Anda merekomendasikan Pizza Hut kepada teman atau keluarga.	3,90
4	Anda tetap bertahan pada Pizza Hut meskipun pesaing memberikan tawaran yang lebih menarik	3,54
5	Pizza Hut tetap menjadi pilihan utama saya meskipun merek lain menawarkan produk pizza lainnya yang lebih murah.	3,53
6	Saya akan setia pada produk Pizza Hut apabila Pizza Hut sedang tidak tersedia.	3,26
Nilai Mean Variabel Loyalitas Pelanggan		3,64

Sumber: Lampiran 6

Berdasarkan tabel 4.9 variabel loyalitas pelanggan maka diperoleh nilai rata-rata secara keseluruhan 3,64. Berdasarkan dari nilai rentang skala maka dapat disimpulkan loyalitas pelanggan yang ada di Pizza Hut sudah tergolong loyal.

3. Analisis Regresi

a. Uji Asumsi Klasik

(1) Uji Normalitas

Tabel 4.10
Tabel Hasil Pengujian Normalitas

Stastistik	Nilai
Asymp sig (2-tailed)	0,328

Sumber : Lampiran 7

Berdasarkan tabel 4.10 dapat diketahui bahwa nilai *Asymp. Sig. (2-tailed)* sebesar 0,328 > 0,05 maka dapat dikatakan bahwa data telah terdistribusi normal.

(2) Uji Heteroskedastisitas

Tabel 4.11
Tabel Hasil Pengujian Heterosedastisitas

Variabel Independen	Sig
Kualitas Layanan	0,460
Kepuasan Pelanggan	0,979

Sumber : Lampiran 7

Berdasarkan tabel 4.11 diatas, menunjukan bahwa nilai pada kolom signifikansi kualitas layanan sebesar 0,460 > 0,05. Sedangkan variabel kualitas pelanggan juga 0,979, dimana hasilnya > 0,05. Berdasarkan pengujian dikatakan, data tidak mengalami heteroskedastisitas.

(3) Uji Autokorelasi

Tabel 4.12
Tabel Hasil Pengujian Autokorelasi

Keterangan	Hasil Uji
Durbin Watson	2,084

Sumber : Lampiran 7

Syarat agar dikatakan tidak terjadi autokorelasi adalah DU ≤ Durbin-Watson (DW) ≤ 4-DU. Berdasarkan pengujian autokorelasi diperoleh nilai durbin watson sebesar 2,084. Hal ini sesuai dengan syarat tidak terjadinya autokorelasi dengan nilai 1,7602 ≤ 2,084 ≤ 2,2398. Maka dari itu dapat dikatakan data tidak terjadi autokorelasi.

(4) Uji Multikolonieritas

Tabel 4.13
Tabel Hasil Pengujian Multikolineritas

Variabel	Tolerance	VIF
Kualitas Layanan (X1)	0,682	1,466
Kepuasaan Pelanggan (X2)	0,682	1,466

Sumber: Lampiran 7

Berdasarkan tabel 4.13, didapatkan nilai *Tolerance* kedua variabel sebesar 0,682 lebih besar dari 0,1. Jika ditinjau dari nilai VIF, pada kedua variabel diperoleh 1,466 dimana hasilnya < 10. Dari hasil pengujian data dapat dikatakan dalam penelitian ini tidak terjadi multikolonieritas.

b. Uji Statistik F

Tabel 4.14
Tabel Hasil Uji F

Statistik	Nilai
Sig.	0,000

Sumber : Lampiran 8

Berdasarkan tabel 4.14 diatas, menunjukan bahwa F hitung yang diperoleh adalah dengan nilai signifikansi sebesar 0,000 . Dimana, nilai signifikansi sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05. Maka dapat dikatakan bahwa variabel independen yang meliputi kualitas layanan dan kepuasan pelanggan berpengaruh secara nyata terhadap loyalitas pelanggan.

c. Uji Stastistik t

Tabel 4.15
Tabel Hasil Uji t

Keterangan	2 Tailed	1 Tailed
Kualitas Layanan	0.059	0.0295
Kepuasaan Pelanggan	0.000	0.000

Sumber : Lampiran 8

Berdasarkan hasil pengujian diperoleh nilai uji kedua variabel. Data yang digunakan dalam penelitian ini lolos uji t yang berarti kedua variabel memiliki pengaruh yang signifikan. Hasil pengujian uji t kualitas layanan sebesar 0.0295 dan untuk kepuasaan pelanggan sebesar 0.000. Dari hasil pengujian yang dilakukan baik variabel kualitas layanan dan kepuasaan pelanggan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan, hal itu disebabkan karena nilai sig kurang dari 0,05.

B. Pembahasan

Setelah melakukan pengolahan data instrumen penelitian, maka didapatkan hasil bahwa semua variabel dalam penelitian ini valid dan reliabel. Berdasarkan hasil analisis deskriptif dari uji skor rata-rata kepada Pizza Hut kawasan Jakarta menunjukan bahwa Ketiga variabel tersebut tergolong sama ke dalam rentang nilai rata-rata yang berkisar antara 3,40 - 4,20. Hal itu berarti dapat dikatakan variabel kualitas layanan tergolong sudah memuaskan, variabel kepuasan pelanggan sudah tergolong puas dan variabel loyalitas pelanggan sudah tergolong loyal.

Berdasarkan hasil uji asumsi klasik maka dilakukan uji Normalitas, Heteroskedastisitas, Autokorelasi dan Multikolonieritas. Dalam uji Normalitas maka data yang diperoleh telah berdistribusi normal karena nilai *Asymp. Sig. (2-tailed)* lebih besar dari 0,05. Kemudian dalam uji Heteroskedastsitas diperoleh hasil yaitu tidak terjadi heterokedastisitas karena data lebih besar daripada 0,05. Lalu dalam uji Autokorelasi diperoleh hasil yaitu tidak terjadi Autokorelasi yang sesuai dengan syarat DU ≤ Durbin-Watson (DW) ≤ 4-DU. Dan terakhir dalam uji Mutikolonieritas diperoleh hasil yaitu tidak terjadi Multikolonieritas karena kedua variabel yang ada dalam nilai Tolerance lebih besar dari 0,1.

Kemudian dari hasil penelitian juga dilakukan uji F dan uji t. Dalam pengujian uji F, menunjukan bahwa kualitas layanan dan kepuasan pelanggan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Hal itu karena nilai sig lebih kecil dari 0,05. Kemudian dilakukan pengujian uji t dengan membandingkan variabel kualitas layanan dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan. Maka diperoleh hasil bahwa kedua variabel memiliki pengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan karena kedua variabel tersebut memiliki nilai t lebih kecil daripada 0,05. Dengan nilai uji t masing-masing untuk variabel kualitas layanan yaitu 0,0295 dan untuk variabel kepuasan pelanggan yaitu 0,000. Maka dari itu dapat dikatakan kepuasan pelanggan memiliki pengaruh signfikan yang paling kuat terhadap loyalitas pelanggan Pizza Hut Jakarta di kawasan Jakarta.

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Simpulan

Berdasarkan dari hasil penelitian dan pengujian data mengenai pengaruh kualitas layanan dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan pada pelanggan Pizza Hut Jakarta, Peneliti dapat menyimpulkan bahwa :

1. Kualitas Layanan memiliki pengaruh signifikan secara langsung terhadap kepuasan pelanggan di Pizza Hut Jakarta.
2. Kepuasan pelanggan memiliki pengaruh signifikan secara langsung terhadap loyalitas pelanggan di Pizza Hut Jakarta.
3. Kepuasan pelanggan memiliki pengaruh signifikan yang paling kuat terhadap loyalitas pelanggan di Pizza Hut Jakarta.
4. Kualitas Layanan di Pizza Hut Jakarta tergolong sudah berkualitas.
5. Kepuasan Pelanggan di Pizza Hut Jakarta tergolong sudah puas.
6. Loyalitas Pelanggan di Pizza Hut Jakarta tergolong sudah loyal.

B. Saran

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan yang telah dilakukan pada bab sebelumnya, maka diperoleh beberapa pertimbangan saran yang dapat diberikan oleh peneliti. Adapun saran yang dapat diberikan oleh peneliti adalah sebagai berikut:

1. Bagi Restoran

   Dari hasil penelitian uji t maka dapat dilihat jika kepuasan pelanggan memiliki pengaruh yang paling kuat signifikan terhadap loyalitas pelanggan di Pizza Hut di Jakarta. Berdasarkan hasil analisis deskriptif kepuasan pelanggan Pizza Hut Jakarta masih tergolong puas dan masih ada peluang kemungkinan untuk meningkatkannya ke dalam golongan sangat puas. Melihat kepuasan pelanggan memiliki pengaruh yang paling kuat maka akan lebih baik lebih baik jika restoran Pizza Hut melakukan survei dan penelitian lebih lanjut terhadap hal-hal apa saja yang dapat membuat pelanggan Pizza Hut menjadi lebih puas sehingga hal tersebut akan semakin mendukung meningkatnya loyalitas pelanggan Pizza Hut Jakarta.

2. Bagi peneliti selanjutnya

   Dilihat dari hasil pengujian uji F dan uji t maka diperoleh hasil jika kualitas layanan kepuasan pelanggan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Namun apabila melihat dari hasil pengujian uji t maka dapat dilihat jika variabel kepuasan pelanggan memiliki nilai pengaruh yang paling signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Melihat begitu pentingnya variabel kepuasan pelanggan maka diharapkan untuk peneliti selanjutnya agar dapat mengembangkan penelitian ini dengan memasukan variabel-variabel lain seperti kualitas produk, citra merek, harga dan sebagainya agar penelitian selanjutnya dapat mencakup variabel yang lebih luas dan bermanfaat serta dapat berguna bagi penelitian selanjutnya.

UCAPAN TERIMAKASIH

Ucapan terimakasih ditunjukan kepada :

1. Bapak Ir. Tumpal JRS, M.M., selaku dosen pembimbing yang telah sabar meluangkan waktu, tenaga, dan pikirannya dalam memberikan bimbingan, saran, dan nasihat yang bermanfaat bagi penulis sehinggi skripsi ini dapat cepat selesai.
2. Seluruh dosen dan staff pengajar Kwik Kian Gie School of Business yang telah memberi ilmunya kepada peneliti selama perkuliahan.
3. Terima kasih kepada orang tua dan adik yang selalu mendukung peneliti dalam mengerjakan skripsi ini baik melalui semangat, hiburan, nasehat dan doa sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
4. Seluruh karyawan institut Bisnis Informatika Kwik Kian Gie yang telah membantu peneliti dalam penyusunan skripsi baik secara langsung maupun tidak langsung.
5. Thomas Julius, selaku sahabat penulis yang membantu dan memberikan arahan kepada penulis selama proses pengolahan data.
6. Rekan peneliti dalam penelitian bersama Felix dan Samuel yang telah memberikan dukungan dan bantuan selama proses penelitian ini.
7. Koresyana, Joshua Hernando, Melina Sastra dan Fidelia Hartono yang selalu memberikan dukungan, doa dan semangat kepada penulis ketika penulis mengalami kejenuhan dalam penyusunan skripsi ini.
8. Steven Julius dan Diana selaku teman-teman dekat bermain penulis lain yang tidak bisa disebutkan satu per satu.

DAFTAR PUSTAKA

Buku Teks :

Bougie, U. S. dan R. (2017). *Metode Penelitian Bisnis* (6th ed.). Salemba Empat.

Cooper, Donald R., dan Pamela S. Schindler (2017), *Business Research Methods*, 12 *Edition*, New York: McGraw Hill-

Ghozali, Imam (2016), *Aplikasi Analisis Mulvariate dengan Program IBM SPSS 23*, Edisi 8, Semarang: Universitas Diponegoro

Kotler, P., & Armstrong, G. (2015), *Marketing An Introduction*, 12 Edition, England: Pearson.

Kotler, P., & Armstrong, G. (2017). Principles of Marketing, Global seventeenth edition. In *Pearson*.

Kotler, P., & Keller, K. (2016), *Marketing An Introduction*, 15 Edition, England: Pearson.

Jurnal :

Dewi, K. A. (2018). Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan sebagai Variabel Intervening (Studi pada Pelanggan Dunkin' Donuts di Surabaya dan Sidoarjo). *BISMA (Bisnis Dan Manajemen)*, *9*(1), 43. https://doi.org/10.26740/bisma.v9n1.p43-55

Husodho, W. R. (2015). Pengaruh Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Obyek Wisata Dumilah Water Park Madiun. *EQUILIBRIUM : Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Pembelajarannya*, *3*(2). https://doi.org/10.25273/equilibrium.v3i2.667

Tri, M. Y., & Achmad, Z. (2017). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi Pada Distro Redzone T-Shirt Maker). *Jurnal Aplikasi Bisnis*, 9–12.

Wardhani, W. K., Fauzi, A., & Arifin, Z. (2017). PENGARUH RELATIONSHIP MARKETING (PEMASARAN HUBUNGAN) TERHADAP LOYALITAS (Survei pada Nasabah Tabungan BritAma PT . Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk . Kantor Cabang Gresik). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, *51*(1), 39–43.

Widjoyo, I. O., Rumambi, L. J., & Kunto, Y. S. (2013). Analisa Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Konsumen pada Layanan Drive Thru McDonald's Basuki Rahmat Surabaya. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, *1*(1), 1–12.

Yulianingsih, D. K., Hidayat, W., & Budiatmo, A. (2016). *PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN KEPUASAN PELANGGAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN (Studi Kasus Pada Pengguna Jasa Transportasi BPU. Rosalia Indah)*.

Artikel Internet :

Catatan Sukses Pelopor Pizza Hut. (2012). http://catatanorangsukses.blogspot.com/2012/04/catatan-sukses-pizza-hut_17.html diakses pada tanggal 19 Desember 2019

Nidia Zuraya. (2019). *Pizza Hut Indonesia Bukukan Laba Bersih Rp 149 Milliar*. Republika.co.id. https://republika.co.id/berita/q0y8h0383/pizza-hut-indonesia-bukukan-laba-bersih-rp-149-miliar diakses pada tanggal 22 November 2019

Jasa, B. (2017). *4 Karakteristik Jasa Menurut Kotler*. https://www.bisnisjasa.id/2017/05/4-karakteristik-jasa-menurut-kotler.html diakses pada tanggal 13 November 2020