

BAB V

PEMBAHASAN

A. Pengaruh Fasilitas terhadap Loyalitas Konsumen

Berdasarkan hasil pengujian, Fasilitas berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Konsumen. Hal ini menunjukkan bahwa fasilitas pada RC Cafe, Carwash And Detailing sudah memberikan layanan yang memuaskan sehingga dapat meningkatkan loyalitas konsumen.

Selaras dengan Teori menurut Tjiptono fasilitas merupakan sumber daya fisik yang harus ada sebelum suatu jasa ditawarkan kepada konsumen. Fasilitas merupakan sesuatu yang penting dalam usaha jasa, oleh karena itu fasilitas yang ada yaitu kondisi fasilitas, desain interior dan eksterior serta kebersihan harus dipertimbangkan terutama yang berkaitan erat dengan apa yang dirasakan konsumen secara langsung.⁹⁰

Sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Indra Lutfi Sofyan,⁹¹ bahwa fasilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen Star Clean Car Wash Semarang. Artinya apabila fasilitas baik maka loyalitas juga akan meningkat, begitu pula sebaliknya. Apabila fasilitas menurun maka loyalitas juga akan menurun. Penelitian ini juga

⁹⁰ Fandy Tjiptono, *Pemasaran Jasa (prinsip, penerapan, penelitian)*, (Andi Offset, Yogyakarta, 2014). Hal 317

⁹¹ Indra Lutfi Sofyan, dkk, *Pengaruh Fasilitas dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas, Melalui Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening pada Star Clean Car Wash Semarang*, (DIPONEGORO JOURNAL OF SOCIAL AND POLITIC, 2013)

sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Michelle ⁹², dengan judul Pengaruh Kualitas Layanan Dan Fasilitas Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan Cafe Zybrick Coffee & Cantina. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas layanan dan fasilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Serta ditemukan bahwa kepuasan pelanggan juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan.

B. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Konsumen

Berdasarkan hasil pengujian, Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Konsumen. Hal ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanans pada RC Cafe, Carwash And Detailing sudah memberikan layanan yang memuaskan sehingga dapat meningkatkan loyalitas konsumen

Selaras dengan Teori menurut Lewis and Booms kualitas layanan merupakan ukuran seberapa bagus tingkat pelayanan yang diberikan sesuai dengan ekspektasi pelanggan, yang artinya pelayanan bisa diwujudkan melalui pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketetapan penyampaian untuk mengimbangi harapan pelanggan.⁹³

⁹² Michelle dan Hotlan Siagian, *Pengaruh Kualitas Layanan Dan Fasilitas Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan Cafe Zybrick Coffee & Cantina*, (AGORA Vol. 7, No. 1, (2019)

⁹³ Fandy tjiptono, *Service Quality Satisfaction edisi III*, (Yogyakarta: Penerbit Andi, 2011), hal.180

Sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Indra Lutfi Sofyan⁹⁴, bahwa Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen Star Clean Car Wash Semarang. Artinya apabila kualitas pelayanan baik maka loyalitas juga akan meningkat, begitu pula sebaliknya. Apabila kualitas pelayanan menurun maka loyalitas juga akan menurun. Juga sejalan dengan penelitian Tengku Putri Lindung Bulan⁹⁵, bahwa variabel kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas konsumen. Penelitian yang dilakukan oleh Robby Hariono⁹⁶, Kualitas layanan yang diberikan SMC kepada pelanggan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan SMC. Juga sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Rismatul Karomah⁹⁷, bahwa variabel pelayanan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Dari hasil tersebut dapat menunjukkan kualitas pelayanan yang baik dan ramah pada pelanggan akan meningkatkan kepuasan tersendiri bagi pelanggan.

C. Pengaruh Harga terhadap Loyalitas Konsumen

Berdasarkan hasil pengujian, harga berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Konsumen. Hal ini menunjukkan bahwa harga pada RC Cafe,

⁹⁴ Indra Lutfi Sofyan, dkk, *Pengaruh Fasilitas dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas, Melalui Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening pada Star Clean Car Wash Semarang*, (DIPONEGORO JOURNAL OF SOCIAL AND POLITICAL, 2013)

⁹⁵ Tengku Putri Lindung Bulan, *Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Loyalitas Konsumen pada PT. Tiki Jalur Nugraha Ekakurir Agen Kota Langsa*, (JURNAL MANAJEMEN DAN KEUANGAN, VOL.5, NO.2, NOVEMBER 2016)

⁹⁶ Robby Hariono, *Pengaruh Harga, Lokasi, Dan Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Mediator Pada Star Motor Carwash*, (PERFORMA: Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis, Volume 6, Nomor 1, April 2021)

⁹⁷ Rismatul Karomah, *Pengaruh Kualitas Produk, Pelayanan, Harga Dan Lokasi Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Konsumen Rumah Makan Super Geprek Dinoyo Malang)*, (e – Jurnal Riset Manajemen PRODI MANAJEMEN, 2018)

Carwash And Detailing sudah memuaskan sehingga dapat meningkatkan loyalitas konsumen

Selaras dengan teori menurut Soryani bahwa harga juga menjadi penting karena akan menjadi patokan bagi konsumen untuk membeli produk.⁹⁸ Dalam arti sempit harga adalah jumlah uang yang dibebankan atas suatu produk atau jasa. Lebih luas lagi, harga adalah jumlah dari seluruh nilai yang ditukar konsumen atas manfaat-manfaat memiliki atau menggunakan produk atau jasa tersebut.⁹⁹ Menurut Tjiptono “agar dapat sukses dalam memasarkan suatu barang atau jasa, setiap perusahaan harus menetapkan harganya secara tepat”.¹⁰⁰

Sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Tengku Putri Lindung Bulan¹⁰¹, bahwa variabel harga berpengaruh signifikan terhadap loyalitas konsumen. Dengan demikian hipotesis dalam penelitian ini dapat diterima. Juga sejalan dengan penelitian Robby Hariono¹⁰², Harga layanan jasa cuci mobil dan motor yang ditawarkan pada pelanggan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan SMC. Penelitian Maharesta Lutfhiana Nofindri¹⁰³, Harga berpengaruh signifikan

⁹⁸ Soryani, *Prilaku Konsumen*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2008), hal. 67

⁹⁹ Philip Kotler & Armstrong, *Prinsip-prinsip Pemasaran Jilid 1 edisi 8*, (Jakarta: Erlangga, 2011), hal. 439

¹⁰⁰ Tjiptono, F. *Strategi Pemasaran*, (Yogyakarta: Andi, 1997), hal. 151

¹⁰¹ Tengku Putri Lindung Bulan, *Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Loyalitas Konsumen pada PT. Tiki Jalur Nugraha Ekakurir Agen Kota Langsa*, (JURNAL MANAJEMEN DAN KEUANGAN, VOL.5, NO.2, NOVEMBER 2016)

¹⁰² Robby Hariono, *Pengaruh Harga, Lokasi, Dan Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Mediator Pada Star Motor Carwash*, (PERFORMA: Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis, Volume 6, Nomor 1, April 2021)

¹⁰³ Maharesta Lutfhiana Nofindri, *Pengaruh Harga Dan Lokasi Terhadap Loyalitas Konsumen Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening Di Mini Market Wirda Kota Padang*, (JM, VOL. , 3 NO. 1 , MARET 2021)

secara langsung terhadap loyalitas konsumen di Mini Market Wirda. Juga penelitian yang dilakukan oleh Rismatul Karomah¹⁰⁴, bahwa harga berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Dari hasil tersebut dapat menunjukkan harga yang memberikan kesesuaian dengan kualitas yang diberikan maka loyalitas pelanggan akan semakin meningkat.

D. Pengaruh Lokasi terhadap Loyalitas Konsumen

Berdasarkan hasil pengujian, lokasi berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Konsumen. Hal ini menunjukkan bahwa harga pada RC Cafe, Carwash And Detailing memiliki lokasi yang menarik sehingga dapat meningkatkan loyalitas konsumen.

Selaras dengan teori yang diutarakan Simamora, yang mengartikan lokasi sebagai sarana aktivitas perusahaan agar produk mudah didapatkan oleh konsumen sarannya.¹⁰⁵ Pengambilan lokasi yang baik dan strategis ialah berada di pusat kegiatan masyarakat. Lokasi yang dipilih haruslah mampu mengalami pertumbuhan ekonomi sehingga usahanya dapat bertahan dalam jangka panjang. Menurut Kotler, lokasi merupakan tempat yang paling menggantungkan pada yang dapat dilihat yaitu dari jumlah rata – rata khalyak yang melewati toko setia harinya, dan presentasi khalyak

¹⁰⁴ Rismatul Karomah, Pengaruh Kualitas Produk, Pelayanan, Harga Dan Lokasi Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Konsumen Rumah Makan Super Geprek Dinoyo Malang), (e – Jurnal Riset Manajemen PRODI MANAJEMEN, 2018)

¹⁰⁵ Simamora, Henry, Manajemen Sumber Daya Manusia , (Yogyakarta; STIE, 1997), hal. 285.

yang mampir ke toko, presentase mampir dan kemudan membeli serta nilai pembelian perjualan.¹⁰⁶

Sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Robby Hariono¹⁰⁷, bahwa Kualitas layanan yang diberikan SMC kepada pelanggan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan SMC. Juga sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Rismatul Karomah¹⁰⁸, bahwa variabel lokasi berpengaruh signifikan terhadap loyalitas konsumen. Dari hasil tersebut dapat menunjukkan lokasi yang mudah dijangkau oleh pelanggan akan memudahkan pelanggan untuk mampir ke rumah makan super geprek.

E. Pengaruh Fasilitas, Kualitas Pelayanan, Harga, dan Lokasi terhadap Loyalitas Konsumen

Berdasarkan hasil pengujian secara simultan Fasilitas, Kualitas Pelayanan, Harga, dan Lokasi berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Konsumen. Hal ini menunjukkan bahwa fasilitas, kualitas pelayanan, harga, dan lokasi pada RC Cafe, Carwash And Detailing sudah sesuai sehingga dapat meningkatkan loyalitas konsumen

Sejalan dengan penelitian Fitri Rahmadani¹⁰⁹, Variabel Kualitas pelayanan, harga, lokasi dan kepuasan pelanggan berpengaruh positif dan

¹⁰⁶ Philip Kotler & Armstrong, *Prinsip-prinsip Pemasaran Jilid 1 edisi 8*, (Jakarta: Erlangga, 2011), hal. 439

¹⁰⁷ Robby Hariono, Pengaruh Harga, Lokasi, Dan Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Mediator Pada Star Motor Carwash, (PERFORMA: Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis, Volume 6, Nomor 1, April 2021)

¹⁰⁸ Rismatul Karomah, Pengaruh Kualitas Produk, Pelayanan, Harga Dan Lokasi Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Konsumen Rumah Makan Super Geprek Dinoyo Malang), (e – Jurnal Riset Manajemen PRODI MANAJEMEN, 2018)

¹⁰⁹ Fitri Rahmadani, Pengaruh Kualitas Pelayanan, Produk, Harga Dan Lokasi Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening Pada Ud. Eva

signifikan terhadap variabel loyalitas pelanggan. Jadi dapat disimpulkan bahwa semakin baik Kualitas pelayanan, harga, lokasi dan kepuasan pelanggan maka akan semakin baik pula loyalitas pelanggan, begitu juga sebaliknya jika Kualitas pelayanan, harga, lokasi dan kepuasan pelanggan mengalami penurunan maka akan ikut menurunkan loyalitas pelanggan.

Berdasarkan hasil pengujian koefisien determinasi menunjukkan nilai Adjusted R Square dari data Fasilitas, Kualitas Layanan, Harga, dan Lokasi terhadap Loyalitas Konsumen. Diperoleh hasil Adjusted R Square sebesar 0,350 yang artinya Loyalitas Konsumen dipengaruhi oleh variabel Fasilitas, Kualitas Layanan, Harga, dan Lokasi adalah sebesar 35% dan sisanya dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak masuk dalam model.