

ANALISIS PENGARUH KUALITAS LAYANAN DAN KEPUASAN PELANGGAN TERHADAP LOYALITAS PADA RESTORAN FASTFOOD PIZZA HUT DI MANADO TOWN SQUARE**ANALYSIS OF THE INFLUENCE OF THE QUALITY OF SERVICE AND CUSTOMER SATISFACTION AGAINST THE LOYALTY AT PIZZA HUT FASTFOOD RESTAURANT IN MANADO TOWN SQUARE**

Oleh :

Ikka Andini Lantuka¹
Silvy L Mandey²
Agusta L Repi³**Fakultas Ekonomi dan Bisnis Jurusan Manajen**
Universitas Sam Ratulangi

E-mail:

¹ikkaandinilantuka@gmail.com²silvyamandey@rocketmail.com³agustarepi@yahoo.com

Abstrak :Era globalisasi mengakibatkan banyak perubahan dan perkembangan akan teknologi yang lebih modern dan menyebabkan pola hidup masyarakat Indonesia lebih menyukai akan segala sesuatu yang praktis. Fenomena ini menimbulkan munculnya banyak persaingan dalam dunia bisnis yang membuat para pelaku usaha (wirausahawan) harus mengikuti alur bisnis yang semakin berkembang sesuai dengan kemajuan teknologi. Namun seberapa besar pengaruh kualitas layanan yang diberikan oleh perusahaan dan kepuasan yang dirasakan pelanggan terhadap loyalitas belum diketahui secara pasti bagaimana konsumen yang loyal untuk tetap setia mengkonsumsi makanan cepat saji berupa pizza ditengah fenomena persaingan kuliner yang semakin ketat. Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh kualitas layanan dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pada Pizza Hut di Manado Town Square. Penelitian ini menggunakan metode *accidental sampling* dengan sampel penelitian berjumlah 100 orang dari konsumen yang melakukan pembelian lebih dari dua kali dan telah berumur 17 tahun keatas pada Pizza Hut di Manado Town Square. Metode analisis yang digunakan adalah regresi linier berganda. Berdasarkan hasil penelitian, diperoleh persamaan regresi sebagai berikut : $Y= 6,223 + 0,304 X_1 + 0,203 X_2 + e$

Kata kunci: *Kualitas layanan, kepuasan pelanggan, Loyalitas*

Abstract :The era of globalization resulted in many changes and developments will be more modern technology and lead to a pattern of life in Indonesia prefers to be all things practical. This phenomenon raises the emergence of a lot of competition in the business world that makes businesses (entrepreneurs) must follow the growing business in accordance with technological advances. But how much influence the quality of services provided by the company and the satisfaction of the perceived customer loyalty is not certain how a loyal customer to remain loyal to eat fast food such as pizza amid culinary phenomenon increasingly fierce competition. This study aimed to examine the effect of service quality and customer satisfaction to loyalty at the Pizza Hut in Manado Town Square. This study uses research accidental sampling with a sample of 100 people from the consumers who make purchases more than two times and have been aged 17 years and over at the Pizza Hut in Manado Town Square. The analytical method used is multiple linear regression. Based on the research results, obtained regression equation as follows: $Y= 6,223 + 0,304 X_1 + 0,203 X_2 + e$

Keywords: *Service quality, Customer satisfaction, Loyalty*

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Era globalisasi mengakibatkan banyak perubahan dan perkembangan akan teknologi yang lebih modern dan menyebabkan pola hidup masyarakat Indonesia lebih menyukai akan segala sesuatu yang praktis. Fenomena ini menimbulkan munculnya banyak persaingan dalam dunia bisnis yang membuat para pelaku usaha (wirausahawan) harus mengikuti alur bisnis yang semakin berkembang sesuai dengan kemajuan teknologi. Sekarang ini tak sedikit wirausahawan yang terjun dalam bidang makanan dan minuman. Karena menyangkut kebutuhan dasar manusia, usaha di sektor makanan dan minuman bisa dibilang sebagai bisnis abadi. Bisnis makanan dan minuman banyak di jumpai hingga ke berbagai pelosok daerah. Karena usaha kuliner merupakan bisnis usaha yang dinilai cepat berkembang dan banyak menghasilkan *profit*. Contoh usaha kuliner yang sedang berkembang adalah kuliner dalam sistem *franchise*. Bisnis *franchise* (usaha waralaba) khususnya restoran *fastfood* (siap saji) saat ini sedang naik daun karena di nilai paling berkelas dan berkompeten untuk bersaing daripada restoran yang menyajikan makanan daerah. Usaha *franchise* (waralaba) dibagi menjadi dua, yakni usaha *franchise* luar negeri yang cenderung lebih di minati karena merek yang ditawarkan biasanya terkenal dan sudah diterima di berbagai dunia, dimana hal ini sering kali di kaitkan dengan mobilitas gaya hidup masyarakat yang semakin tinggi. Adapula usaha *franchise* dalam negeri, yang juga cenderung diminati karena merek yang biasanya terkenal dimana hal ini dikaitkan dengan mobilitas gaya hidup masyarakat dalam negeri dan menjadi pilihan investasi wirausahawan sehingga hal ini sering kali dikaitkan agar wirausahawan khususnya dalam bidang kuliner lebih mencermati apa yang diinginkan oleh konsumen.

Temuan terbaru atas hasil survei MasterCard menyebutkan, mayoritas masyarakat Indonesia ternyata lebih suka berkunjung ke gerai-gerai makanan cepat saji dibandingkan jenis restoran lainnya pada saat ingin makan di luar rumah. Menurut hasil analisis terbaru atas survei MasterCard bertajuk *Consumer Purchasing Priorities*, sebanyak 80% orang Indonesia lebih memilih untuk bersantap di gerai makan cepat saji (restoran *fast food*), diikuti oleh pusat jajanan (*foodcourt*) yang menempati urutan kedua dengan 61%, dan restoran atau kafe kelas menengah sebanyak 22% dan hanya 1 % konsumen Indonesia yang memilih berkunjung ke restaurant untuk jamuan makan resmi. Temuan ini atas hasil survei ini diperoleh berdasarkan wawancara dengan 8.698 responden (berusia 18-64 tahun) di 17 negara Asia Pasifik. Sebanyak 410 responden di antaranya berasal dari Indonesia Kisaran harga makanan atau minuman yang tidak terlalu mahal dan dan tempat yang nyaman di beberapa restoran *fastfood* menjadi alasan masyarakat lebih memilih untuk duduk berlama-lama yang kebanyakan berakses wifi sehingga menambah nilai plus bagi para remaja untuk makan atau sekedar termasuk berkumpul bersama para keluarga dan eksekutif muda.

Di Sulawesi utara khususnya kota Manado, termasuk salah satu kota yang mengalami peningkatan dalam bisnis kuliner. Terlihat dari berkembangnya cafe-cafe, tempat berkumpul dengan kemasakan cafe dan restoran *fastfood* bergaya eropa mulai banyak menghiasi sudut kota Manado. Para konsumen yang gemar kuliner akan disuguhkan menu yang berbeda dengan makanan sehari-hari dengan tampilan yang mewah dan menarik. Sedangkan kepraktisan bila membeli makanan di restoran *fastfood* hanya membutuhkan waktu menunggu 5-10 menit saja dengan pelayanan yang cepat dan sesuai. Terlebih, restoran *fastfood* sering kali dijadikan tempat berkumpul bersama teman, rekan kerja dan kumpul bersama keluarga.

Dengan memberikan kualitas layanan yang dapat memenuhi kepuasan pelanggan, akan berdampak pada pelanggan yang akan membeli produk secara berulang kali. Karena untuk membuat pelanggan merasa puas dan senang untuk kembali berkunjung atau membeli produk perusahaan juga harus memberikan kualitas layanan yang baik.

Tujuan Penelitian

Tujuan yang diharapkan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk menganalisis pengaruh kualitas layanan terhadap loyalitas.
2. Untuk menganalisis pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas.
3. Untuk menganalisis pengaruh kualitas layanan dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas.

KAJIAN PUSTAKA**Kualitas Layanan**

Kualitas pelayanan adalah kesesuaian dan derajat kemampuan untuk digunakan dari keseluruhan karakteristik produk dan jasa yang disediakan dalam pemenuhan harapan yang dikehendaki konsumen dengan atribut atau faktor yang meliputi : bukti langsung, perhatian pribadi dari karyawan kepada konsumen, daya tanggap, keandalan dan jaminan (Hutasoit, 2011) unggul dari pesaing. Terdapat lima dimensi kualitas jasa yaitu sebagai berikut:

1. *Tangibles* (bukti fisik) yaitu kemampuan suatu perusahaan dalam menunjukkan eksistensinya kepada pihak eksternal. Penampilan dan kemampuan sarana dan prasarana fisik perusahaan dan keadaan lingkungan sekitarnya adalah bukti nyata dari pelayanan yang diberikan oleh pemberi jasa. Yang meliputi fasilitas fisik (gedung, gudang, dan lain sebagainya), perlengkapan dan peralatan yang dipergunakan (teknologi), serta penampilan pegawainya.
2. *Reliability* (kehandalan) yaitu kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan sesuai yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya. Kinerja harus sesuai dengan harapan pelanggan yang berarti ketepatan waktu, pelayanan yang sama untuk semua pelanggan tanpa kesalahan, sikap yang simpatik, dan dengan akurasi yang tinggi.
3. *Responsiveness* (ketanggapan) yaitu kemauan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat (*responsif*) dan tepat kepada pelanggan, dengan penyampaian informasi yang jelas.
4. *Assurance* (jaminan dan kepastian) yaitu pengetahuan, kesopansantunan, dan kemampuan para pegawai perusahaan untuk menumbuhkan rasa percaya para pelanggan kepada perusahaan. Terdiri dari beberapa komponen antara lain komunikasi, kredibilitas, keamanan, kompetensi, dan sopan santun.
5. *Emphaty* (empati) yaitu memberikan perhatian yang tulus dan bersifat individual atau pribadi yang diberikan kepada para pelanggan dengan berupaya memahami keinginan konsumen. Dimana suatu perusahaan diharapkan memiliki pengertian dan pengetahuan tentang pelanggan, memahami kebutuhan pelanggan secara spesifik, serta memiliki waktu untuk pengoperasian yang nyaman bagi pelanggan.

Kepuasan Pelanggan

Kata kepuasan (*satisfaction*) berasal dari bahasa Latin "*satis*" (artinya cukup baik, memadai) dan "*facio*" (melakukan atau membuat). Kepuasan bisa diartikan sebagai "upaya pemenuhan sesuatu" atau "membuat sesuatu memadai" (Tjiptono dan Chandra, 2011). Kepuasan pelanggan merupakan kunci dalam menciptakan loyalitas pelanggan. Banyak manfaat yang diterima oleh perusahaan dengan tercapainya tingkat kepuasan pelanggan yang tinggi, yakni selain dapat meningkatkan loyalitas pelanggan tapi juga dapat mencegah terjadinya perputaran pelanggan, mengurangi sensitivitas pelanggan terhadap harga, mengurangi biaya kegagalan pemasaran, mengurangi biaya operasi yang diakibatkan oleh meningkatnya jumlah pelanggan, meningkatkan efektivitas iklan, dan meningkatkan reputasi bisnis. Kepuasan pelanggan menjadi parameter penting sehingga bisnis dapat terus berkelanjutan.

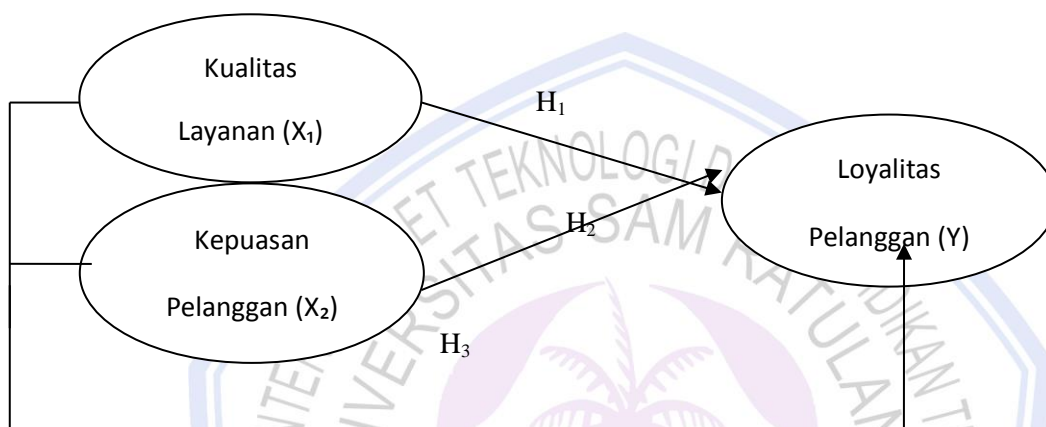
Menurut LoveLock dan Wirtz (2011) kepuasan adalah suatu sikap yang diputuskan berdasarkan pengalaman yang didapatkan. Sangat dibutuhkan penelitian untuk membuktikan ada atau tidaknya harapan sebelumnya yang merupakan bagian terpenting dalam kepuasan. Sedangkan menurut Tjiptono dan Chandra (2011), kepuasan adalah fenomena rangkuman atribut bersama-sama dengan emosi konsumsi lainnya. Dengan kata lain, apabila apa yang diperoleh pelanggan lebih besar daripada yang diharapkannya, maka pelanggan tersebut akan merasa puas, dan sebaliknya apabila apa yang diperoleh pelanggan sama atau lebih rendah dari harapannya, maka pelanggan tersebut akan merasa biasa saja atau tidak puas. Untuk menciptakan kepuasan pelanggan, maka perusahaan harus menciptakan dan mengelola suatu sistem untuk memperoleh pelanggan yang lebih banyak dan kemampuan untuk mempertahankan pelanggannya.

Loyalitas

Secara harfiah loyal berarti setia, atau loyalitas dapat diartikan sebagai suatu kesetiaan. Istilah loyalitas sering sekali diperdengarkan oleh pakar pemasaran maupun praktisi bisnis, loyalitas merupakan konsep yang tampak mudah dibicarakan dalam konteks sehari-hari. Tetapi menjadi lebih sulit ketika dianalisis maknanya. Loyalitas pelanggan merupakan salah satu tujuan inti yang diupayakan dalam pemasaran modern. Hal ini dikarenakan dengan loyalitas diharapkan perusahaan akan mendapatkan keuntungan jangka panjang atas hubungan mutualisme yang terjalin dalam kurun waktu tertentu.

Loyalitas konsumen adalah kesetiaan konsumen untuk berbelanja di lokasi tertentu. Kesetiaan tidak terbentuk dalam waktu singkat tetapi melalui proses belajar dan berdasarkan hasil pengalaman dari konsumen itu sendiri dari pembelian sepanjang waktu. Bila yang didapat sudah sesuai dengan harapan maka proses pembelian terus berulang. Hal ini dapat dikatakan bahwa telah timbul adanya kesetiaan menurut (Jill Griffin, 2010), loyalitas didefinisikan sebagai suatu sikap yang ditujukan oleh konsumen terhadap penyediaan produk atau jasa. Seorang konsumen akan menunjukkan sikap loyalnya jika suatu perusahaan memberikan kepuasan kepada konsumennya. Konsumen yang loyal adalah seorang konsumen yang selalu membeli kembali dari provider atau penyedia jasa yang sama dan memelihara suatu sikap positif terhadap penyedia jasa itu dimasa yang akan datang. Bagi organisasi terdapat empat manfaat utama yang dikaitkan dengan loyalitas konsumen. Pertama, loyalitas meningkatkan pembelian konsumen. Kedua, loyalitas konsumen menurunkan biaya yang ditanggung perusahaan untuk melayani konsumen. Ketiga, loyalitas konsumen meningkatkan komunikasi yang positif dari mulut ke mulut.

Kerangka Konseptual Penelitian



Gambar 1. Kerangka Berpikir Penelitian

Sumber : Data diolah 2017

Hipotesis

1. Kualitas Layanan, dan Kepuasan Pelanggan diduga berpengaruh terhadap Loyalitas pada Restoran *Pizza Hut di Manado Town Square*
2. Kualitas Layanan diduga berpengaruh terhadap Loyalitas *Pizza Hut* pada Restoran *Pizza Hut di Manado Town Square*
3. Kepuasan Pelanggan diduga berpengaruh terhadap Loyalitas pada Restoran *Pizza Hut di Manado Town Square*

METODE PENELITIAN

Populasi dan Sampel

Populasi adalah gabungan dari seluruh elemen yang berbentuk peristiwa, hal atau orang yang memiliki karakteristik yang serupa yang menjadi pusat perhatian seorang peneliti karena itu dipandang sebagai sebuah semesta penelitian (Ferdinand, 2006). Populasi dalam hal ini adalah seluruh pelanggan *pizza hut manado town square*.

Suharsimi Arikunto (2010) mengatakan bahwa sampel adalah bagian dari populasi sebagian dari wakil populasi yang diteliti. Sampel penelitian adalah sebagian populasi yang diambil sebagai sumber data dan dapat mewakili seluruh populasi. Sugiyono (2012) memberikan pengertian bahwa sampel adalah sebagian dari jumlah karakteristik yang dimiliki oleh populasi. Penentuan sampel dilakukan dengan mempertimbangkan bahwa sampel harus dapat mewakili populasi penelitian yang diteliti. Responden diperoleh dengan teknik *accidental sampling*, yaitu siapa saja yang pernah membeli produk di restoran *pizza hut manado town square* dapat diambil sebagai responden penelitian. Sekaran (2006) memberikan acuan umum untuk menentukan ukuran sampel. Ukuran sampel sama dengan atau lebih besar dari 30 dan sama atau lebih kurang dari 500 sampel. Jumlah sampel dalam penelitian ini adalah 100 sampel.

Definisi Operasional Variabel

1. Kualitas layanan (X1), adalah keberhasilan perusahaan dalam memberikan pelayanan yang berkualitas kepada para pelanggannya.
2. Kepuasan Pelanggan (X2), adalah perasaan yang dirasakan pembeli dari kinerja perusahaan yang memenuhi harapan mereka.
3. Loyalitas (Y), adalah perilaku pembelian secara teratur atau konsumen yang membeli paling sedikit dua kali dalam selang waktu tertentu.

Teknik Analisa Data

Analisa Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linier berganda digunakan untuk menganalisa pengaruh beberapa variabel bebas atau independen variabel (X) terhadap satu variabel tidak bebas atau dependen variabel (Y) secara bersama-sama. Dalam hubungan dengan penelitian ini, variabel independen adalah Kualitas layanan (X1), kepuasan pelanggan (X2), sedangkan variabel dependen adalah loyalitas (Y), sehingga persamaan regresi berganda estimasinya, Maka Persamaan Regresi Bergandanya (Umar, 2005 :134) menjadi :

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + e$$

Dimana: Y = loyalitas

α = Konstanta dari persamaan regresi

β_1 = koefisien regresi dari variable X1, Kualitas layanan

β_2 = koefisien regresi dari variable X2, kepuasan pelanggan

X1 = Kualitas layanan

X2 = kepuasan pelanggan

Pengujian Hipotesis

Uji Secara Serentak (Uji F)

Untuk menguji pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat secara bersama-sama (simultan) digunakan Uji F dengan langkah langkahnya antara lain : Membuat formula hipotesis, menentukan level signifikansi dengan tabel F – tabel, mencari F – hitung dan mengambil keputusan dengan asumsi jika F – hitung < F – tabel, maka Ho diterima, jika F – hitung = F – tabel, maka Ho diterima dan jika F – hitung > F – tabel, maka Ho ditolak.

Pengujian Hipotesis Dengan Uji Parsial (Uji t)

Untuk menguji pengaruh variabel secara parsial digunakan Uji t dengan langkah langkahnya antara lain : Membuat formulasi hipotesis, menentukan level signifikansi dengan menggunakan t – tabel, menghitung nilai t – statistik dan mengambil keputusan dengan asumsi jika t – hitung < t – tabel, maka Ho diterima, jika t – hitung = t – tabel, maka Ho diterima, jika t – hitung > t – tabel, maka Ho ditolak.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian

Sejarah Restoran Pizza Hut.

Restoran Pizza Hut pertama kali dibuka di Indonesia di daerah Djakarta Theater pada tahun 1984. Satu tahun kemudian disusul oleh Pizza Hut Pondok Indah dan Tebet pada tahun 1987 di bawah PT. Trijaya Pelangi. Tahun 1994 PT.Trijaya Pelangi bergabung dengan PT. Sarimelati Kencana dan hingga kini berpusat di Gedung Graha Mustika ratu Lantai 8-11. Pizza Pizza Hut memperoleh sertifikat halal pada tahun 1997 oleh LPPOM

MUI dengan proses waktu yang lumayan berlangsung cukup lama. Kemudian PT. SMK memperoleh juga sertifikat HACCP dan telah menerapkan good manufacturing practices (GMP) dalam proses produksinya.

Restoran Pizza Hut memposisikan dirinya sebagai mid casual dining restaurant terkemuka yang menawarkan pengalaman yang tak terlupakan dan pizza terbaik dengan harga terjangkau. Pizza Hut merupakan restoran yang melayani berbagai pelayanan seperti *dine in, take away, dan delivery service*. Bahkan sekarang Pizza Hut menambah *delivery service* dengan konsep yang berbeda yang kita kenal dengan nama restoran Pizza Hut Delivery (PHD). Dan hingga kini PHD masih terus berkembang di wilayah Jakarta, Bekasi dan Tangerang bahkan sudah merambah ke seluruh wilayah yang ada di pulau Jawa dan Bali.

Pizza Hut berdiri di Indonesia pertama kali tahun 1984 yaitu Pizza Hut Djakarta Theater, kemudian disusul oleh Pizza Hut Pondok Indah (Tahun 1985) dan Pizza Hut Tebet (1987) di bawah PT. Trijaya Pelangi, sampai dengan sekarang Pizza Hut sudah menjangkau hampir seluruh pelosok Propinsi di Indonesia bahkan sampai ke Kota Manado yang sampai dengan sekarang telah memiliki cabang restoran di Pusat Perbelanjaan Megamall, Manado Town Square, dan Pall 2.

Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas

Uji Validitas

Tabel 1 menunjukkan validitas dari setiap pertanyaan yang diajukan dalam kuesioner:

Tabel 1 Hasil Uji Validitas

Item Pernyataan	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted	Validitas
P1	698		Valid
P2	685		Valid
P3	658		Valid
P4	588		Valid
P5	591		Valid
P6	553		Valid
P7	550		Valid
P8	672		Valid
P9	636		Valid
P10	623		Valid
P11	547	664	Valid
P12	625		Valid
P13	640		Valid
P14	537		Valid
P15	539		Valid
P16	670		Valid
P17	613	680	Valid
P18	534		Valid
P19	634		Valid
P20	589		Valid
P21	569		Valid
P22	571	678	Valid

Sumber : data olahan 2017

Tabel 1 menunjukkan bahwa semua butir yang dianalisis sudah valid, karena nilai *corrected item-total corrected*-nya sudah lebih besar dari r_{Tabel} sebesar 0,329.

Uji Reliabilitas

Tabel 1 dapat dilihat nilai Cronbach Alpha dari hasil analisis data yang telah dilakukan yaitu:

Tabel 2 Hasil Uji Reliabilitas

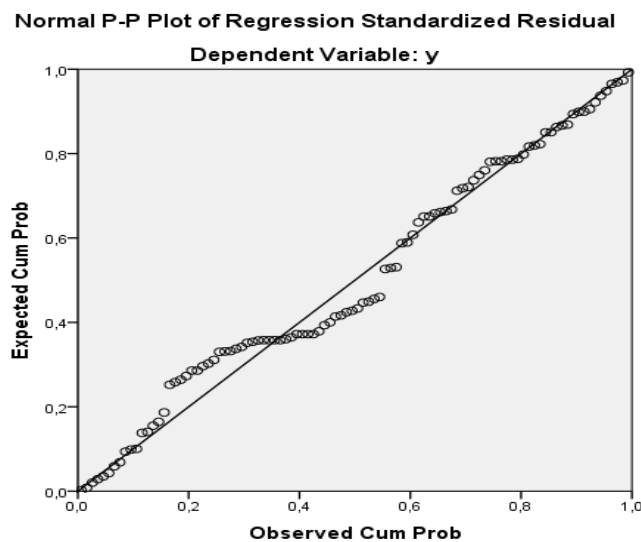
Cronbach Alpha	R_{tabel}
0,604	0,329

Sumber : data olahan 2017

Tabel 2 menunjukkan bahwa nilai Cronbach alpha 0,604 > 0,60 atau 0,80 maka butir-butir pertanyaan disebut sudah reliabel.

Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

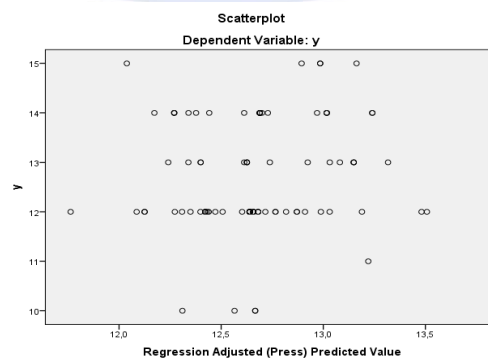


Gambar 3. Hasil Uji Normalitas

Sumber: Data diolah, 2017.

Melihat tampilan Gambar 2, terlihat titik-titik menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal. Oleh karena itu, model regresi dapat dikatakan memenuhi asumsi normalitas.

Uji Heteroskedastisitas



Gambar 2. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Sumber : Data Diolah, 2017

grafic scatterplot yang ditampilkan untuk uji Heteroskedastisitas menampakkan titik-titik yang menyebar secara acak. Hal ini tersebut mengidentifikasi tidak terjadinya Heteroskedastisitas pada model regresi sehingga model regresi tersebut layak dipakai.

Uji Multikolinieritas

Uji Multikolinieritas didapat hasil output pada tabel *Coefficients* berikut ini :

Tabel 3 Koefisien

Model	Coefficients ^a	
	Tolerance	VIF
(Constant)		
Kualitas Layanan	,739	1,354
Kepuasan Pelanggan	,753	1,329

a. Dependent variable : Loyalitas

Sumber : data olahan 2017

Hasil output pada Tabel 3 tersebut didapatkan hasil bahwa semua nilai VIF < 10 ini berarti tidak terjadi multikolinieritas. Dan menyimpulkan bahwa uji multikolinieritas terpenuhi.

Hasil Uji Statistik

Tabel 5. Koefisien

Model	Koefisien bukan standarisasi		Koefisien Standarisasi		
	B	Std. Error	Beta	t	Sig
1 (Konstan)	6,223	1,664	,590	3,739	,000
X1	,304	,098	,317	3,110	,002
X2	,203	,094	,210	2,091	,004

Sumber : data olahan 2017

Jika nilai b_1 koefisien korelasi dari variabel kualitas layanan (X_1) 0,304 artinya bahwa jika variabel kualitas layanan bertambah satuan, maka loyalitas pelanggan pada Pizza Hut akan mengalami kenaikan sebesar 0,304 satuan. Jika nilai b_2 koefisien korelasi dari variabel kepuasan pelanggan (X_2) 0,203 artinya bahwa jika variabel kepuasan pelanggan bertambah satuan, maka loyalitas pelanggan pada Pizza Hut akan mengalami kenaikan sebesar 0,203 satuan.

Tabel 5. Hasil Perhitungan R dan R Square

R	R Square
,452 ^a	,204

Sumber : data olahan 2017

Dari Tabel diatas dapat dilihat bahwa pengaruh antara kualitas layanan dan kepuasan pelanggan dilihat melalui koefisien korelasi terutama digunakan pada loyalitas pelanggan pizza hut di manado town square. Hasil koefisien korelasi R sebesar 0.452 hal ini menunjukkan bahwa pengaruh kualitas layanan dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas.

Hasil koefisien determinasi R square (r^2) adalah yang menunjukkan bahwa loyalitas pelanggan pada pizza hut di manado town square, dipengaruhi oleh kualitas layanan dan kepuasan pelanggan yang sebesar 0,452 sementara sisanya sebesar 0,204 dipengaruhi oleh sebab-sebab yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Uji F

Untuk mengetahui pengaruh dari variabel Kualitas layanan, dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pada restoran pizza hut di manado town square secara simultan atau secara bersama-sama yaitu variabel Kualitas layanan dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pada restoran pizza hut di manado town square. Maka dapat dilihat dari Tabel 6 berikut ini:

Tabel 7. ANOVA

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	26,186	4	6,724	6,678	,000 ^b
	Residual	98,663	97	1,017		
	Total	104,110	99			

a. Dependent Variable: Y

b. Predictors: (Constant), X2, X1

Sumber : Data Olahan 2017

Hasil analisis regresi menggunakan $F_{hitung} = 6,724 > F_{tabel} = 3,59$ dengan tingkat signifikan p-value = $0,000 < 0,05$, maka dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima yang berarti variabel kualitas layanan dan kepuasan pelanggan berpengaruh terhadap loyalitas pada Pizza hut di manado Town Square.

Uji t

Uji t digunakan untuk menguji signifikansi pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen dalam model regresi yang sudah dihasilkan. Maka digunakan uji t untuk menguji masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen.

Pembahasan

Satrio (2009) Dalam penelitian tersebut yang variabel penelitian adalah kualitas layanan dan kepuasan pelanggan sebagai variabel bebas dan loyalitas sebagai variabel terikat. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas layanan dan kepuasan pelanggan secara bersama-sama berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan. Secara partial kualitas layanan dan kepuasan pelanggan juga berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan dimana variabel yang paling besar pengaruhnya terhadap loyalitas pelanggan adalah tingkat kepuasan pelanggan.

Pengaruh Kualitas layanan dan Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas

Berdasarkan hasil uji hipotesis dan analisis regresi dalam penelitian ini, menunjukkan bahwa variabel kualitas layanan dan kepuasan pelanggan secara simultan atau bersama-sama berpengaruh positif terhadap Loyalitas khususnya pada restoran pizza hut di manado town square. Hal ini berarti bahwa hubungan antara kedua variabel independen tersebut terhadap variabel dependen memiliki pengaruh secara simultan atau bersama-sama.

PENUTUP**Kesimpulan**

Kesimpulan dari penilaian ini adalah loyalitas dipengaruhi secara positif oleh kualitas layanan dan kepuasan pelanggan. Semakin baik kualitas pelayanan maka semakin meningkat pula loyalitas pelanggan. Untuk lebih jelasnya, kesimpulan penelitian dapat dilihat dalam paparan berikut:

1. Dalam persaingan yang semakin ketat, usaha untuk memberikan kualitas pelayanan yang tinggi dan menciptakan kepuasan pelanggan yang tinggi dirasakan sangat penting bagi para pengusaha, karena kualitas pelayanan yang tinggi serta kepuasan pelanggan yang tinggi pada akhirnya akan menciptakan loyalitas pelanggan. Hasil penelitian ini membuktikan bahwa kualitas layanan berpengaruh terhadap loyalitas pada Restoran Pizza Hut di Manado Town Square.
2. Kualitas layanan dalam penelitian ini ditemukan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada Restoran Pizza Hut Manado Town Square. Hal ini menunjukkan bahwa kualitas layanan merupakan variabel yang paling dominan berpengaruh terhadap loyalitas dalam penelitian ini khususnya di Pizza Hut Manado town Square.
3. Kepuasan pelanggan akan tercapai apabila harapan sesuai dengan kenyataan yang diterima. Kepuasan pelanggan tinggi apabila nilai yang dirasakan melebihi harapan pelanggan. Penerimaan produk dengan kualitas yang lebih tinggi akan mendapatkan tingkat kepuasan yang lebih tinggi daripada penerimaan produk dengan kualitas yang lebih rendah. Pelanggan Pizza Hut Manado Town Square rata-rata puas dengan produk perusahaan, karena memiliki mutu dan kualitas yang baik.

Saran

Berdasarkan hasil pembahasan dalam penelitian ini, adapun saran sebagai berikut:

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.
3. Temuan penelitian ini dapat memberikan manfaat dan sumbangan terhadap pengembangan teori kualitas layanan (*service quality*), kepuasan pelanggan (*satisfaction*), dan Loyalitas (*loyalty*). Nilai penelitian ini dapat melengkapi literatur pemasaran dan akan menambah pengetahuan baru tentang tiga variabel : kualitas layanan, kepuasan pelanggan dan loyalitas. Ketika dikombinasikan bersama-sama dapat menyediakan atribut yang kuat, sehingga dapat digunakan dalam mengidentifikasi celah pasar guna pengembangan strategi memenangkan persaingan industri jasa.

DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, Suharsimi. 2010. *Prosedur penelitian, suatu pendekatan praktik*. Cetakan 14. Rineka Cipta, Jakarta
- Ferdinand. 2006. *Metode Penelitian manajemen*. Semarang : Badan Penerbit universitas diponegoro.
- Griffin, Jill. 2010. *Customer loyalty*. Jakarta : erlangga.
- Hutasoit. 2011:68. Mendefinisikan kualitas pelayanan.
- Lovelock, Chirstoper dan Jochen Wirtz. 2011. *Service marketing. New jersey USA ; pearson*.
- Sugiyono. 2012. *Memahami penelitian kualitatif*. Bandung : Alfabeta.
- Tjiptono & Chandra. 2011. *Service quality and satisfaction*. Edisi ketiga. Yogyakarta : ANDI.
- Umar, 2005. *Metode Penelitian*. Jakarta : Salemba Empat.

www.pizzahut.co.id