



Analisis Kualitas Layanan dan Kepuasan Konsumen Terhadap Loyalitas Konsumen pada Alfamaret Cabang Wawo

Muhamad Dhani Inzaghi¹, Muhajirin², Intisari Haryanti³
Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Bima^{1,2,3}

*Email Korespodensi: muhammaddaniinzaghi@gmail.com

Diterima: 02-09-2025 | Disetujui: 08-09-2025 | Diterbitkan: 10-09-2025

ABSTRACT

This study analyzes the relationship between service quality and customer satisfaction and customer loyalty at Alfamart Wawo Branch. The research method used is quantitative associative. The population comprised all customers at Alfamart Wawo Branch, Wawo District, Bima Regency. The results of this study indicate that: Service quality significantly influences customer loyalty at Alfamart Wawo Branch; customer satisfaction significantly influences customer loyalty at Alfamart Wawo Branch; and both service quality and customer satisfaction significantly influence customer loyalty at Alfamart Wawo Branch. Companies are advised to maintain service quality and customer satisfaction, stay abreast of current trends, and utilize popular celebrities as brand ambassadors to attract more customers.

Keywords: Service Quality; Customer Satisfaction; Customer Loyalty

ABSTRAK

Penelitian ini untuk menganalisis Kualitas Layanan dan Kepuasan Konsumen Terhadap Loyalitas Konsumen pada Alfamaret Cabang Wawo. Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif asosiatif. Populasi dalam penelitian ini yaitu seluruh konsumen pada alfamaret cabang wawo kecamatan wawo kabupaten bima. Hasil penelitian maka dapat diambil kesimpulan bahwa: Kualitas layanan berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas konsumen pada alfamart cabang wawo, Kepuasan Konsumen berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas konsumen pada alfamart cabang wawo, dan Kualitas layanan dan kepuasan konsumen berpengaruh signifikan terhadap loyalitas konsumen pada alfamart Cabang wawo. Disarankan kepada perusahaan, harus tetap mempertahankan kualitas Layanan dan kepuasan konsumen serta selalu mengikuti perkembangan zaman yang ada di masyarakat. Serta menjadikan artis-artis yang sedang viral di kalangan masyarakat sebagai brand ambassador untuk menarik minat konsumen lain.

Katakunci: Kualitas Layanan; Kepuasan Konsumen; Loyalitas Konsumen

Bagaimana Cara Sitasi Artikel ini:

Muhamad Dhani Inzaghi, Muhajirin, & Intisari Haryanti. (2025). Analisis Kualitas Layanan dan Kepuasan Konsumen Terhadap Loyalitas Konsumen pada Alfamaret Cabang Wawo. Jurnal Ilmu Sosial Dan Humaniora, 1(3), 1084-1090. <https://doi.org/10.63822/4hbg6346>

PENDAHULUAN

Seiring dengan perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi, konsep pemasaran modern juga mengalami perkembangan dengan menempatkan konsumen sebagai perhatian utama. Produsen berlomba-lomba untuk sebisa mungkin dapat bersaing dengan para kompetitornya. Hal ini dapat dilihat dari semakin banyaknya perusahaan yang menghasilkan layanan dengan jenis dan kegunaan yang sama. Konsumen juga bersikap lebih selektif dan kritis dalam memilih perusahaan yang memiliki pelayanan yang terbaik. Konsumen tidak lagi mengunjungi sebuah perusahaan sekedar aspek pelayanan yang melekat pada produk tersebut melainkan juga mencari kepuasan yang dirasakan pada pelayanan sehingga perusahaan tersebut mempengaruhi loyalitas konsumen dan mendapatkan perhatian lebih oleh konsumen. Menurut Muafatun et al. (2022): Kualitas pelayanan adalah keadaan dinamis yang berhubungan dengan komoditas, jasa, dan sumber daya manusia, serta proses dan lingkungan yang dapat memenuhi atau melebihi kebutuhan pelanggan

Strategi pemasaran yang selalu mengalami percepatan dan penyesuaian dengan tingkat kebutuhan konsumen, perusahaan selalu melakukan evaluasi guna mendapatkan respon terbaik dari konsumen yang menjadi target produk atau layanan yang di tawarkan. Kepuasan konsumen selalu menjadi patokan sebuah perusahaan untuk menghasilkan produk atau layanan yang mereka tawarkan, sehingga di harapkan dari kepuasan konsumen dapat mempengaruhi loyalitas pelanggan dan dapat mempengaruhi pendapatan perusahaan tersebut. Menurut Kotler (2017): Kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara persepsi/kesan terhadap kinerja atau hasil suatu produk dan harapan-harapannya.

Konsumen memiliki peran yang sangat penting bagi keberlangsungan sistem jual beli karena merupakan objek yang mempengaruhi meningkat atau menurunnya sebuah perusahaan terletak pada seberapa loyal pelanggan pada sebuah perusahaan. Loyalitas pelanggan sangat dipengaruhi oleh faktor kebudayaan, sosial, pribadi dan psikologi dari pembeli. Sebagian besar adalah faktor-faktor yang tidak dapat dikendalikan oleh pemasar, tetapi harus benar-benar diperhitungkan. Menurut Oliver (2020) Loyalitas adalah komitmen yang tinggi untuk pembelian ulang produk atau jasa yang disukai di masa mendatang.

Tingkat Loyalitas konsumen tergantung pada kinerja yang dirasakan/diterima dari produk dan jasa atau servis pendukung serta standar yang digunakan pelanggan untuk pengukuran kinerja pengorganisasian dan keberhasilan bisnis perusahaan yang mengukur tanggapan pelanggan terhadap masa depan bisnis perusahaan (Assauri Sofjan, 2016).

Kehadiran Alfamart di Kecamatan Wawo tentu mengalami perkembangan yang sangat pesat, banyak respon positif dari pelanggan dan masyarakat kecamatan wawo, banyak masyarakat yang melakukan transaksi berbelanja disana, Berdasarkan observasi awal yang dilakukan peneliti pada objek penelitian menemukan beberapa masalah terkait dengan rendahnya kualitas layanan, meskipun alfamart cabang wawo menawarkan pelayanan yang memiliki standar yang sama yang di berlakukan di cabang lain akan tetapi masih terdapat indikasi bahwa banyak pelanggan yang merasa tidak puas dengan layanan yang diberikan. Selain itu, terdapat beberapa pelanggan yang tidak merasa puas terhadap produk dan layanan yang di tawarkan oleh alfamart cabang wawo, baik dalam bentuk , layanan yang di tawarkan, reword atau eksklusif lainnya. Berdasarkan paparan di atas peneliti tertarik melakukan penelitian dengan judul **“Analisis kualitas layanan dan kepuasan konsumen terhadap loyalitas pelanggan di alfamart cabang wawo”**

METODOLOGI PENELITIAN

Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif asosiatif yaitu pernyataan yang menunjukkan hipotesis tentang bagaimana dua variable atau lebih berhubungan satu sama lain. Penelitian ini mencari pengaruh kualitas layanan (X1) dan kepuasan konsumen (X2) terhadap loyalitas pelanggan (Y).

Populasi Dan Sampel Penelitian

Populasi dalam penelitian ini yaitu seluru konsumen pada alfamaret cabang wawo kecamatan wawo kabupaten bima .Teknik sampling yang digunakan oleh peneliti dalam penelitian ini adalah sampling populasi karakter yaitu teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja konsumen lipstick wardah di Kota Bima yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti ,dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang kebetulan ditemui cocok sebagai sumber data (*Sugiyono,*).

Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan Alfamart yang berlokasi di desa Maria, kecamatan Wawo, Kab.Bima, Propinsi Nusa Tenggara barat.

Teknik Analisis Data

Analisis regresi linear berganda

Dengan persamaan

$$Y = a + b1X1 + b2X2 + \dots + bnXn + EY$$

a = Konstanta/Intersep

b1,b2,... bn = Koefisien Regresi

X1,X2,...Xn = Variabel Bebas/Independen

E = Error Term/Variabel Pengganggu

HASIL PENELITIAN

Analisis Regresi Linear Berganda

Tabel 1. Uji Regresi Linear Berganda

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	.007	1.003		.007	.995
KUALITAS LAYANAN	.763	.022	1.065	34.643	.000
KEPUASAN KONSUMEN	-.103	.015	-.217	-7.069	.000

a. Dependent Variable: LOYALITAS KONSUMEN

Berdasarkan analisis data dengan menggunakan SPSS v26, maka diperoleh hasil persamaan regresi sebagai berikut: $Y = 0.007 + 0,763 X_1 - 0,103 X_2$ Dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Nilai constanta sebesar **0.007** artinya jika Kualitas Layanan (X1) dan Kepuasan Konsumen (X2) nilainya adalah **-0,103** maka Loyalitas Konsumen (Y) nilainya mengalami Penurunan sebesar **0.007**
2. Koefisien regresi variabel Kualitas Layanan (X1) sebesar 0,580, artinya jika variabel independen lain nilainya tetap Kualitas Layanan (X1) mengalami penurunan 1%, maka Loyalitas Konsumen (Y) akan meningkat sebesar 0,763.
3. Koefisien regresi variabel Kepuasan konsumen (X2) sebesar -0,103 artinya jika variabel independen lain nilainya Kepuasan Konsumen (X2) mengalami peningkatan satuan, maka Loyalitas konsumen (Y) akan menurun sebesar 0,103.

1. Uji Koefisien korelasi

Tabel 2. Uji Koefisien Korelasi Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.973 ^a	.946	.945	.71619	1.944

a. Predictors: (Constant), KEPUASAN KONSUMEN , KUALITAS LAYANAN

b. Dependent Variable: LOYALITAS KONSUMEN

Dari tabel 2 di atas dapat diketahui nilai koefisien korelasi (R) variabel Kualitas Layanan dan Kepuasan Konsumen sebesar 0,973. Maka dapat disimpulkan bahwa terjadi hubungan positif yang kuat antara Kualitas Layanan dan kepuasan Konsumen terhadap loyalitas Konsumen sebesar 97,3%. Sedangkan untuk 2,7% sisanya dipengaruhi oleh variabel yang lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Uji Koefisien Determinasi

Tabel 3. Uji Koefisien Determinasi Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.973 ^a	.946	.945	.71619	1.944

a. Predictors: (Constant), KEPUASAN KONSUMEN , KUALITAS LAYANAN

b. Dependent Variable: LOYALITAS KONSUMEN

Sumber: Output SPSS, 2025

Berdasarkan hasil dari tabel 3 menunjukkan koefisien determinasi (R Square) yang diperoleh sebesar 0,946 menunjukkan bahwa variabel ketersediaan produk dan harga hanya mempengaruhi Keputusan Konsumen sebesar 94,6% Dan untuk 5,4% sisanya dipengaruhi oleh variabel yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Uji t

Tabel 4. Uji t

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	.007	1.003		.007	.995
KUALITAS LAYANAN	.763	.022	1.065	34.643	.000
KEPUASAN KONSUMEN	-.103	.015	-.217	-7.069	.000

b. Dependent Variable: LOYALITAS KONSUMEN

H1: Kualitas Layanan berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Konsumen

Variabel Kualitas Layanan (X1) berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap Keputusan pembelian. Hal ini terlihat dari nilai signifikan kualitas layanan (X1) sebesar $0,000 < 0,05$ dan nilai T hitung lebih besar dari T table ($34,643 > 2,021$), maka H1 di terima.

Hasil penelitian dari (Behera, 2018) bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan sector Bank India di Odisha.

H2: Kepuasan Konsumen Berpengaruh Signifikan Terhadap Loyalitas Konsumen

Variabel Kepuasan konsumen (X2) berpengaruh signifikan terhadap loyalitas konsumen pada Alfamart cabang wawo

Hal ini sesuai dengan penelitian Yuniarta, dkk (2019) dan Risal (2019) yang memberikan hasil di mana kepuasan konsumen memberikan pengaruh negatif pada loyalitas konsumen

2. Uji F

Tabel 5 Uji F

ANOVA^a

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	691.692	2	345.846	674.264	.000 ^b
Residual	39.495	77	.513		
Total	731.188	79			

a. Dependent Variable: LOYALITAS KONSUMEN

b. Predictors: (Constant), KEPUASAN KONSUMEN, KUALITAS LAYANAN

H3: Kualitas Layanan Dan Kepuasan Konsumen Berpengaruh Signifikan Terhadap Loyalitas Konsumen pada Alfamart Cabang Wawo

Berdasarkan hasil pengujian pada tabel 10 dapat dilihat F hitung sebesar 674.264 dengan nilai F tabel adalah 8,53 sehingga nilai F hitung $> F$ tabel atau $674,264 > 8,53$ dan tingkat signifikansi $0,000^b < 0,05$ maka H_0 di tolak dan H_2 diterima, dapat disimpulkan bahwa variabel Kualitas Layanan (X1) dan Kepuasan Konsumen (X2) secara bersamaan (simultan) berpengaruh secara signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan Alfamart Cabang Wawo.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian maka dapat di ambil kesimpulan bahwa :

1. Kualitas layanan berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas konsumen pada alfamart cabang wawo
2. Kepuasan Konsumen berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas konsumen pada alfamart cabang wawo
3. Kualitas layanan dan kepuasan konsumen berpengaruh signifikan terhadap loyalitas konsumen pada alfamart Cabang wawo

SARAN

1. Disarankan kepada perusahaan, harus tetap mempertahankan kualitas Layanan dan kepuasan konsumen serta selalu mengikuti perkembangan zaman yang ada di masyarakat. Serta menjadikan artis-artis yang sedang viral di kalangan masyarakat sebagai brand ambassador untuk menarik minat konsumen lain.
2. Bagi peneliti selanjutnya agar dapat menambahkan variabel-variabel lain agar mendapatkan hasil yang lebih efisien.

DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, S. (2013). *Prosedur penelitian: Suatu pendekatan praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Assauri, S. (2016). *Manajemen pemasaran*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Behera, C. (2018). The impact of service quality on customer loyalty: A study of banking sector in Odisha, India. *International Journal of Management Studies*, 5(1), 45–52. [https://doi.org/10.18843/ijms/v5i1\(1\)/07](https://doi.org/10.18843/ijms/v5i1(1)/07)
- Cahyono, B., et al. (2020). Analisis kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, 8(2), 112–121.
- Engkur, S. (2018). Kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 6(1), 33–42.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi analisis multivariate dengan program IBM SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2019). *Ekonometrika: Teori, konsep, dan aplikasi dengan IBM SPSS 25*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Griffin, J. (2015). *Customer loyalty: How to earn it, how to keep it*. San Francisco: Jossey-Bass.
- Gunawan, A. (2020). Uji normalitas data dalam penelitian sosial. *Jurnal Statistika dan Komputasi*, 11(2), 55–63.
- Hasan, A. (2015). *Marketing dan kasus-kasus pilihan*. Yogyakarta: CAPS.
- Kotler, P. (2017). *Marketing management* (15th ed.). Pearson.
- Muafatun, S., et al. (2022). Kualitas pelayanan dan loyalitas pelanggan. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 10(1), 22–33.
- Nida Salma Fahriani, & Febriyanti, I. R. (2022). Pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas konsumen. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 9(2), 101–110.

- Oliver, R. L. (2020). *Satisfaction: A behavioral perspective on the consumer* (3rd ed.). Routledge. <https://doi.org/10.4324/9780429401459>
- Permana, D. (2022). Kualitas pelayanan sebagai strategi peningkatan kepuasan pelanggan. *Jurnal Manajemen Strategis*, 14(3), 87–95.
- Ramadhan, R. (2021). Analisis kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen. *Jurnal Administrasi dan Bisnis*, 9(1), 14–22.
- Riyanto, S., & Tunjungsi, H. K. (2020). Kepuasan pelanggan dan dampaknya terhadap loyalitas. *Jurnal Riset Manajemen Indonesia*, 2(3), 210–219.