

Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Primkoppol Mapolda Jateng Tahun 2022

1st Muhammad Dary Rizqullah

Fakultas Ilmu Terapan

Universitas Telkom

Bandung, Indonesia

daryrizqullah@student.telkomuniversity.ac.id

2nd Sri Widaningsih

Fakultas Ilmu Terapan

Universitas Telkom

Bandung, Indonesia

sriwidaningsih@telkomuniversity.ac.id

Abstract - Primkoppol Mapolda Jateng is a state enterprise engaged in the field of financial services, Primkoppol Mapolda Jateng is located in Semarang to meet the needs of borrowing money for members of the police force. This study aims to determine how much influence service quality has on customer loyalty of Central Java Police Headquarters Primkoppol, while the variables used are independent, namely service quality and the dependent variable customer loyalty. The research method used is a quantitative method with a descriptive research type with a sample of 100 respondents. The data analysis method in this study used descriptive analysis method and the data analysis technique used in this study used the SPSS 24 for Windows application. Based on the results of data processing it was found that the quality of service was 71.79%. Customer loyalty is 73.54%, the results of the influence of service quality on customer loyalty are 9%. And it can be concluded that the effect of service quality on customer loyalty is 9% and the remaining 91% is a variable not examined in this study.

Keywords - service quality and customer loyalty

Abstrak - Primkoppol Mapolda Jateng merupakan badan usaha Negara yang bergerak di bidang jasa keuangan, Primkoppol Mapolda Jateng berlokasi di Semarang untuk memenuhi kebutuhan peminjaman uang bagi anggota kepolisian. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan Primkoppol Mapolda Jateng, adapun variabel yang digunakan independen yaitu kualitas pelayanan dan variabel dependen loyalitas pelanggan. Metode penelitian yang digunakan adalah metode kuantitatif dengan jenis penelitian deskriptif dengan sampel sebanyak 100 responden. Metode penganalisis data di penelitian ini menggunakan metode analisis deskriptif dan teknik

analisis data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan aplikasi SPSS 24 for Windows. Berdasarkan hasil pengolahan data ditemukan bahwa kualitas pelayanan 71.79%. Loyalitas pelanggan sebesar 73.54%, mendapatkan hasil pengaruh kualitas pelayanan terhadap Loyalitas pelanggan sebesar 9%. Dan dapat disimpulkan bahwa pengaruh kualitas pelayanan terhadap Loyalitas pelanggan mendapatkan pengaruh 9% dan sisanya sebesar 91% merupakan variabel yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Kata kunci - kualitas layanan, loyalitas pelanggan

I. PENDAHULUAN

Primkoppol (Primer Koperasi Polisi) Mapolda Jateng adalah badan usaha yang bergerak di bidang jasa/layanan keuangan, kantor pusat Primkoppol Mapolda Jateng berada di Jalan Macan No.4 Gayamsari, Semarang Timur, Kota Semarang, Jawa Tengah, Kodepos 50248, Indonesia.

Pada tahun 1982 berdirilah koperasi kepolisian di Semarang dengan nama Primkoppol Mapolda Jateng. Koperasi ini pada awalnya hanya melayani simpan pinjam untuk Anggota Kepolisian Polda Jateng. Dalam perkembangan selanjutnya, Primkoppol Mapolda Jateng juga menawarkan berbagai usaha untuk menunjang kebutuhan Anggota Kepolisian Polda Jateng.

Diperlukan upaya nyata untuk meningkatkan peran, nilai usaha, dan kerja sama demi kesejahteraan anggota koperasi Primkoppol Mapolda Jateng. Salah satu upaya nyata untuk meningkatkan nilai usaha

adalah dengan meningkatkan pelayanan agar pelanggan merasa puas sehingga tujuan utama pemasaran dapat tercapai. Sesuai dengan perkembangan zaman, ilmu pengetahuan dan teknologi menjadikan perusahaan harus lebih berhati-hati dalam menyikapi persaingan yang ada. Konsumen pada masa kini juga semakin kritis dalam menentukan pilihan. Persaingan yang ada sangat penting bagi perusahaan karena dapat memotivasi perusahaan untuk menjadi lebih kreatif dalam mencari baru dibidang pemasaran produk.

Rumusan Masalah:

1. Bagaimana kualitas pelayanan yang di berikan Primkoppol Mapolda Jateng kepada nasabah?
2. Bagaimana tingkat loyalitas pelanggan pada Primkoppol Mapolda Jateng?
3. Seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan pada Primkoppol Mapolda Jateng?

II. KAJIAN TEORI

A. Pemasaran

Pemasaran mengandung arti segala usaha atau aktivitas dalam menyampaikan barang atau jasa para produsen kepada konsumen, dimana kegiatan tersebut ditunjukan untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan dalam cara tertentu yang disebut pertukaran. (Sedjati, 2018).

B. Manajemen Pemasaran

Manajemen Pemasaran adalah proses perencanaan pelaksanaan (yang meliputi pengorganisasian, pengarahan, dan koordinasi) operasi Pemasaran di dalam perusahaan untuk mencapai tujuan organisasi secara efisien dan efektif. (Sudarsono, 2020).

C. Kualitas Pelayanan

Mendefinisikan kualitas pelayanan adalah bentuk penilaian konsumen terhadap tingkat pelayanan yang diterima dengan tingkat pelayanan yang diharapkan. Apabila pelayanan yang diterima atau dirasakan sesuai dengan yang diharapkan, maka kualitas pelayanan di persepsikan baik dan memuaskan kepuasan yang telah terbentuk dapat mendorong konsumen untuk melakukan pembelian ulang dan nantinya akan menjadi pelanggan setia. Menurut Kotler (2019) dalam (Zikri, 2022).

D. Dimensi Pokok Kualitas Pelayanan

Menurut (Tjiptono, 2017) terdapat lima dimensi pokok dalam kualitas pelayanan sebagai berikut

1. Reliabilitas (*Reliability*)
Berkaitan dengan kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan yang akurat sejak pertama kali tanpa melakukan kesalahan apapun dan menyampaikan jasa sesuai dengan waktu yang disepakati.
2. Daya Tanggap (*Responsiveness*)
Berhubungan dengan kesediaan dan kemampuan karyawan untuk membantu para konsumen dan merespon pemerintah mereka, serta menginformasikan kapan jasa akan diberikan dan kemudian memberikan jasa secara cepat/
3. Jaminan (*Assurance*)
Perilaku karyawan yang mampu menumbuhkan kepercayaan konsumen terhadap perusahaan dan perusahaan bisa menciptakan rasa aman bagi para konsumennya. Jaminan juga berarti bahwa karyawan selalu bersikap sopan dan menguasai pengetahuan dan keterampilan yang dibutuhkan untuk menangani setiap pertanyaan atau masalah konsumen.
4. Empati (*Empathy*)
Menyatakan bahwa perusahaan memahami masalah para konsumennya dan bertindak demi kepentingan konsumen, serta memberikan perhatian personal kepada para konsumen dan memiliki jam operasional yang nyamam.
5. Bukti Fisik (*Tangible*)
Berkaitan dengan daya 2egat fasilitas fisik, peralatan/perlengkapan yang lengkap, dan material yang di gunakan perusahaan bersih, serta penampilan dari karyawan rapi.

E. Loyalitas Pelanggan

Bahwa loyalitas adalah bukti emosi yang mentransformasikan perilaku pembelian berulang menjadi suatu hubungan. Loyalitas ini mengarah pada pembelian yang berulang, perekomendasi, dan promosi pembelian yang meningkat. G. Barnes dalam (Priansa, 2017).

Terdapat tiga dimensi loyalitas konsumen menurut (Kotler dan Keller, 2016) yaitu:

1. Pembelian ulang (*repeat purchase*).

2. Mereferensikan produk kepada kerabat dan orang lain (*referral*)
3. Ketahanan terhadap pengaruh yang negative mengenai perusahaan (*Retention*).

F. Hipotesis Penelitian

H0 : Tidak terdapat pengaruh antara Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan Primkoppol Mapolda Jateng

H1 : Terdapat pengaruh anatara Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan Primkoppol Mapolda Jateng

III. METODE

Metode penelitian ini menggunakan deskriptif dan kuantitatif karena data penelitian adalah angka dan analisis menggunakan statistik. metode kuantitatif dapat diartikan sebagai metode *positivistik* karena belandaskan pada filsafat *positivism*. Metode ini sebagai metode ilmiah atau *scientific* karena telah memenuhi kaidah-kaidah ilmiah yaitu konkrit/empiris, objektif, terukur, rasional, dan sistematis. Metode ini juga disebut metode *discovery*, karena dengan metode ini ditemukan dan dikembangkan sebagai iptek baru. Metode ini disebut metode kuantitatif karena data dan penelitian berupa angka-angka dan analisis menggunakan statistik. (Sugiyono, 2016). Metode penelitian deskriptif yaitu suatu rumusan masalah yang berkenaan dengan pertanyaan terhadap keberadaan variable mandiri, baik hanya pada variable iatau lebih (variable mandiri adalah variable yang berdiri sendiri, bukan variable independen, karena kalau variable independen selalu dipasangkan dengan variable dependen. (Sugiyono, 2016).

Pengujian data stastik menggunakan aplikasi *SPSS version 24*.

IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Uji Validitas

TABEL 1
(HASIL UJI VALIDITAS)

Kualitas Layanan (X)			
Indikator	R.hitung	R.tabel	Keterangan
X1	0.841	0.195	valid
X2	0.692	0.195	Valid
X3	0.624	0.195	Valid
X4	0.566	0.195	Valid
X5	0.413	0.195	Valid
X6	0.436	0.195	Valid
X7	0.465	0.195	Valid
X8	0.447	0.195	Valid

X9	0.393	0.195	Valid
X10	0.575	0.195	Valid
X11	0.836	0.195	Valid
Loyalitas Pelanggan (Y)			
Indikator	R.hitung	R.tabel	Keterangan
Y1	0.642	0.195	Valid
Y2	0.591	0.195	Valid
Y3	0.361	0.195	Valid
Y4	0.543	0.195	Valid
Y5	0.602	0.195	Valid
Y6	0.528	0.195	Valid

Pada pengujian menggunakan aplikasi *SPSS version 24* bahwa variable kualitas pelanggan(X) dan loyalitas pelanggan (Y) dengan empat pertanyaan memiliki nilai lebih besar dari pada R.hitung > R.tabel jadi dapat disimpulkan bahwa seluruh pertanyaan yang diteliti peneliti dinyatakan valid karena R.hitung dari setiap variable menunjukan nilai yang lebih besar dari R.tabel,

B. Uji Realibilitas

TABEL 2
(HASIL UJI REALIBILITAS)

Kualitas Pelayanan X	0.787	0.60	Reliabel
Loyalitas Pelanggan Y	0.712	0.60	Reliabel

Uji reliabilitas yang diuji menggunakan aplikasi *SPSS 24* dengan metode *cronbach alpha*. Pada tabel 2 data dikatakan *reliable* apabila memiliki nilai lebih besar dari 0.60. Dapat dilihat pada tabel diatas bahwa variabel kualitas layanan dan variable Loyalitas pelanggan dapat dikatakan *reliable* karena memiliki nilai 0.787 dan 0.712.

C. Uji Regres iliniar sederhana

TABEL 3
(HASIL UJI REGRES ILINIAR SEDERHANA)

Coefficients ^a					
		Unstandardized Coefficients	Standardized Coefficients	t	Sig.
Model		B	Std. Error	Beta	
1	(Constant)	8.648	1.215		7.117
	X.TOTAL	.157	.050	.300	3.115

- a. Dependent Variable: Y.
TOTAL

konstanta a memiliki arti bahwa ketika kualitas pelayanan (X.Total) bernilai nol (0) atau loyalitas pelanggan (Y.Total) tidak terpengaruhi oleh kualitas layanan maka rata – rata minat beli bernilai 8.648. Sedangkan koefisien regresi b memiliki arti bahwa jika variabel kualitas pelayanan (X) meningkat sebesar satu satuan maka loyalitas pelanggan (Y) akan meningkat sebesar 0.157. Koefisien regresi tersebut bernilai positif terhadap loyalitas pelanggan.

D. Uji Hipotesis (Uji t)

TABEL 4
(HASIL UJI HIPOTESIS)

Coefficients ^a					
Model		Unstandardized Coefficients	Std. Error	Standardized Coefficients	
1	(Constant)	8.648	1.215		7.117
	X.TOTAL	.157	.050	.300	3.115
					.002

a. Dependent Variable: Y. TOTAL

Berdasarkan hasil uji t yang diperoleh berdasarkan olah data di SPSS 24 dapat dilihat pada tabel 4 diperoleh nilai t hitung sebesar 3.115 dan nilai signifikansi sebesar 0.002, maka H_0 ditolak. Karena t -hitung (3.115) > t -tabel (1.66055) sehingga H_0 ditolak dan H_1 diterima. Yang artinya kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan Primkoppel Mapolda Jateng.

E. Koefisien Determinasi

TABEL 5
(HASIL UJI KOEFISIEN DETERMINASI)

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.300 ^a	.090	.081	2.518

a. Predictors: (Constant), X.TOTAL

b. Dependent Variable: Y.TOTAL

Berdasarkan tabel 5 diatas menunjukkan besarnya kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan ditunjukkan dengan perolehan nilai *koefisien korelasi* (r) sebesar 0.300. Besarnya pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan ditunjukkan

oleh koefisien determinasi dengan rumus sebagai berikut:

$$\begin{aligned}
 Kd &= r^2 \times 100\% \\
 &= (0.300)^2 \times 100\% \\
 &= 9\%
 \end{aligned}$$

Koefisien determinasi dan hasil perhitungan didapat sebesar 9%. Hal ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan memberikan pengaruh sebesar 9% terhadap loyalitas pelanggan dan sedangkan sisanya sebesar 91% dipengaruhi oleh variabel lainnya yang tidak diteliti di dalam penelitian ini.

V. PEMBAHASAN

A. Variabel Kualitas Pelayanan

Berdasarkan hasil analisis *deskriptif* yang telah dijelaskan, variabel kualitas pelayanan mendapatkan nilai presentase sebesar 71.79% dan nilai tersebut termasuk dalam kategori baik. Maka dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan pada Primkoppel Mapolda Jateng sudah baik.

B. Variabel Loyalitas Pelanggan

Berdasarkan hasil analisis *deskriptif* yang telah dijelaskan, variabel loyalitas pelanggan mendapatkan nilai persentase sebesar 73.54% dan nilai tersebut termasuk dalam kategori baik. Maka dapat disimpulkan bahwa nasabah Primkoppel Mapolda Jateng memiliki loyalitas yang baik.

C. Pengaruh Antara Variabel Kualitas Pelayanan Terhadap Variabel Loyalitas Pelanggan Primkoppel Mapolda Jateng

Berdasarkan pengujian uji t dengan aplikasi SPSS 24 menunjukkan bahwa kualitas pelayanan tidak memberikan pengaruh terhadap loyalitas pelanggan. Hal ini dapat dari nilai t hitung sebesar 3.115 dan nilai signifikansi sebesar 0.002, maka H_0 ditolak karena t hitung (3.115) > t tabel (1.66055) sehingga H_0 ditolak dan H_1 diterima. Artinya, kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan Primkoppel Mapolda Jateng. Kemudian pada tabel *Coefficient* juga dapat dilihat memperoleh nilai signifikansi sebesar 0.002 pada $\alpha = 5\%$ (0.05) bernilai positif yang artinya kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan di Primkoppel Mapolda Jateng dengan makna lain bahwa “semakin tinggi atau kuat kualitas pelayanan, maka semakin meningkat loyalitas pelanggan tersebut”.

Hasil pengolahan data analisis data berdasarkan perhitungan koefisien tederminasi telah menunjukan kualitas pelayanan (X) memberikan kontribusi pengaruh terhadap loyalitas pelanggan (Y) sebesar 9%. Hasil tersebut menunjukan bahwa variable yang tidak diteliti dalam penelitian ini yang mempengaruhi loyalitas pelanggan adalah sebesar 91%.

VI. KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil dan pembahasan mengenai “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Primkoppol Mapolda Jateng Tahun 2022”, dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Kualitas Pelayanan pada Primkoppol Mapolda Jateng sudah dalam kategori baik dengan nilai presentase rata-rata sebesar 71.79%
2. Looyalitas Pelanggan pada Primkoppol Mapolda Jateng sudah dalam kategori baik ddengan nilai presentase rata- rata sebesar 73.54%
3. Terdapat pengaruh positif antara kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan sebesar 9%
4. 91% merupakan variable yang tidak teliti dalam penelitian ini

B. Saran

1. Saran Bagi Instansi

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan serta kesimpulan terdapat saran peneliti untuk bahan masukan untuk penerapan atau perbaikan kedepannya bagi Primkoppol Mapolda Jateng adalah sebagai berikut:

- a. Dari hasil penlitian dan pembahasan pada variable Kualitas Pelayanan dalam rangka meningkatkan pelayanan yang bermutu, peneliti menyarankan agar Primkoppol Mapolda Jateng selalu menjaga pelayanan yang baik dan meningkatkannya.
- b. Dari hasil penelitian dan pembahasan pada variable Looyalitas Pelanggan, dalam menjaga loyalitas pelanggan Primkoppol Mapolda Jateng harus lebih sering mengadakan event – event menarik supaya nasabah merasa puas dengan apa yang di sediakan Primkoppol Mapolda Jateng. Serta Primkoppol Mapolda Jateng harus mendengarkan saran atau keluhan yang diberikan

nasabah untuk menjaga hubungan dengan nasabah.

2. Saran Bagi Peneliti Selanjutnya

- a. Peneliti selanjutnya disarankan untuk melakukan penelitian lebih lanjut mengenai kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan, seperti pengaruh kualitas pelyanan terhadap loyalitas pelanggan.
- b. Peneliti selanjutnya diharapkan menambah variable untuk memperkuat hubungan antara pengaruh variable kualitas pelayanan dengan variable loyalitas pelanggan.

REFERENSI

- Kotler, P. & K. K. L. (2016). *Marketing Management*. Haelow, Essex Pearson Education Limited.
- Priansa, D. J. (2017). Komunikasi Pemasaran Terpadu: Pada Era Media Sosial. In CV. *Pustaka Setia*. CV PUSTAKA SETIA. <https://openlibrary.telkomuniversity.ac.id/home/catalog/id/141653/slug/komunikasi-pemasaran-terpadu-pada-era-media-sosial.html%0Ahttps://openlibrary.telkomuniversity.ac.id/pustaka/141653/komunikasi-pemasaran-terpadu-pada-era-media-sosial.html>
- Sedjati, R. S. (2018). *Manajemen Pemasaran*. Deepublish.
- Sudarsono, H. (2020). Manajemen Pemasaran. In *Pustaka Abadi, Jember*.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*.
- Tjiptono, Fandy. , & G. C. (2017). *Pemasaran Strategik* (3rd ed.). Andi offset.
- Zikri, A. & H. M. I. (2022). *Jurnal Ilmu Komputer, Ekonomi dan Manajemen (JIKEM)*. 2 No.1.