

PENGARUH KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPUASAN DALAM MEMBENTUK LOYALITAS PELANGGAN (STUDI KASUS PADA USAHA PONDOK DURIAN PANGERAN PEKANBARU)

Influence of Quality Services on Satisfaction in Establishing Customer Loyalty (Case Study of Pondok Durian Pangeran Pekanbaru)

Adi Ruslan, Shorea Khaswarina dan Fajar Restuhadi

Fakultas Pertanian Universitas Riau, Jln. HR. Subrantas KM 12,5 Simpang Baru, Pekanbaru 28294

[Diterima Juli 2015, Disetujui November 2015]

ABSTRACT

The purpose of this research was to highlight the influence of the quality of services on satisfaction in establishing customer loyalty, to determine the relationship factors affecting the quality of services to satisfaction in establishing customer loyalty and to analyze the correlation between satisfaction and loyalty at Pondok Durian Pangeran Pekanbaru. The method samples were selected using nonprobability sampling techniques with a sample size of 150 respondents who shopped more than twice. Analyzes used a structural equation modeling with AMOS program version 22 applied. The results showed that the quality of products, quality of service had a significant effect on satisfaction. Dimensions of the highest influence on satisfaction were significant with a probability value of 0.023 and responsiveness with a probability value of 0.093. The value of the correlation between customer satisfaction and loyalty Pondok Durian Pangeran was 0.956 and had closely relationship between the two variables. Probability value indicated that satisfaction was a factor determining significantly the customer loyalty. Loading factor value on the regression coefficients of each valuable indicator research (> 0.5) and a probability value of loyalty to the satisfaction indicator worth (0.000) imply that significant satisfaction is an indicator of customer loyalty forming at Pondok Durian Pangeran Pekanbaru.

Keywords: *Product quality, Service quality, Satisfaction, Loyalty.*

ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan dalam membangun loyalitas pelanggan, faktor hubungan yang mempengaruhi kualitas layanan untuk kepuasan dalam membangun loyalitas pelanggan dan menganalisis hubungan antara kepuasan dan loyalitas di Pondok Durian Pangeran Pekanbaru. Metode pemilihan sampel menggunakan teknik *nonprobability sampling* dengan jumlah sampel 150 responden yang berbelanja lebih dari dua kali. Dianalisis menggunakan model persamaan struktural dengan program AMOS versi 22. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas produk, kualitas layanan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan. Dimensi dari pengaruh paling kuat terhadap kepuasan adalah nyata dengan nilai probabilitas 0,023 dan responsif dengan nilai probabilitas 0,093. Nilai korelasi antara kepuasan dan loyalitas pelanggan Pondok Durian Pangeran 0,956 yang berarti bahwa hubungan antara dua variabel erat. Nilai probabilitas menunjukkan bahwa kepuasan merupakan faktor yang menentukan loyalitas pelanggan secara signifikan. Memuat nilai faktor pada koefisien regresi dari masing-masing indikator penelitian yang berharga $> 0,5$ dan nilai probabilitas kesetiaan kepada indikator kepuasan bernilai 0.000 dapat diartikan bahwa kepuasan yang signifikan merupakan indikator dari loyalitas pelanggan terbentuk di Pondok Durian Pangeran Pekanbaru.

Kata Kunci: *Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Kepuasan, Loyalitas.*

PENDAHULUAN

Bisnis makanan dan minuman menjadi

trend baru yang semakin diminati pelaku usaha karena orientasi bisnis pada usaha makanan dan minuman menjanjikan perkembangan yang

Tabel 1. Jumlah Populasi Pengunjung Pondok Durian Pangeran

Hari ke	1	2	3	4	5	6	7
Pengunjung	57	82	65	77	98	145	162
Jumlah							686

sangat baik. Masyarakat dengan tingkat kesejahteraan yang lebih baik mendorong peningkatan daya beli dan nilai konsumsi.

Persaingan bisnis produk makanan dan minuman menjadi semakin ketat karena semakin banyak pelaku usaha yang mengisi pasar dan menjadi pelaku penyedia produk makanan dan minuman Industri makanan dan minuman terutama dalam memasuki pasar global dihadapkan pada persaingan yang menuntut pelaku industri untuk lebih kreatif dan inovatif dalam menciptakan produk serta memasarkan produknya.

Pondok Durian Pangeran merupakan salah satu usaha yang menjual buah durian serta produk makanan olahan berbahan baku durian. Dengan pengalaman usaha selama 12 tahun menyediakan produk durian berkualitas menjadikan Pondok Durian menjadi pilihan konsumen dalam berbelanja. Dewasa ini, persaingan yang terjadi untuk mendapatkan konsumen dalam menjual produk semakin ketat karena semakin banyak pesaing yang melakukan usaha di bidang yang sama. Sehingga, membuat pelaku usaha berupaya dalam meningkatkan penjualan dan kepuasan konsumen. Adanya persaingan tersebut menuntut Pondok Durian Pangeran untuk melakukan upaya dalam mempertahankanoyalitas pelanggan. Berdasarkan hal tersebut, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh dari kualitas layanan pada usaha industri makanan olahan durian terhadap loyalitas pelanggan dengan judul “Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Dalam Membentuk Loyalitas Pelanggan (Studi Kasus Pondok Durian Pangeran Pekanbaru)”.

METODE PENELITIAN

Lokasi penelitian dilakukan dengan menggunakan metode studi kasus pada usaha Pondok Durian Pangeran yang gerainya berada di Jalan Jenderal Sudirman depan Hotel Pangeran Kota Pekanbaru. Waktu penelitian berlangsung selama 2 bulan dari bulan Maret hingga April 2015 dengan jumlah sampel

sebanyak 150 responden. Selanjutnya, jumlah sampel tersebut diambil dengan menggunakan rumus Slovin dalam Umar (2011):

$$n = \frac{N}{1+N(e)^2} \dots \dots \dots (1)$$

$$n = \frac{686}{1+686(10\%)^2}$$

$$n = 99,85 \text{ dibulatkan menjadi } 100$$

Dalam penelitian ini jumlah minimum sampel dihitung dengan menggunakan rumus sebagai berikut (Ferdinand, 2000):

$$n = (5 \text{ sampai } 10 \times \text{jumlah indikator yang digunakan})$$

$$n = (5 \times 24)$$

$$n = 120$$

Selanjutnya, dalam upaya perolehan data yang dibutuhkan untuk penelitian ini maka penulis menggunakan metode kusioner dengan membuat daftar pernyataan secara sistematis yang telah disusun peneliti dan selanjutnya diajukan kepada responden atau pelanggan untuk di isi. Kuesioner yang diajukan pada responden diukur menggunakan skala likert nilai 1 sampai 10.

Selanjutnya, responden memberikan tanda (x) pada garis nilai yang dianggap pelanggan telah mewakili harapannya atas pernyataan yang tersedia dengan menggunakan Skala likert. Selanjutnya, dilakukan analisis dan olah data dengan menggunakan metode analisis *Structural Equation Modeling* (SEM) melalui pengoperasian program AMOS versi 22.0.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Gambaran Umum Usaha

Pondok Durian Pangeran yang berada di Jalan Sudirman merupakan gerai yang menjual buah durian dan hasil olahan durian, yang senantiasa berusaha memenuhi kebutuhan pelanggan melalui pelayanan, kelengkapan produk, kualitas produk dan kenyamanan dalam berbelanja. Pondok Durian Pangeran didirikan pada tahun 2003 oleh Bapak Irfan Heri yang

Tabel 2. Validitas Instrumen

			Estimate
x3	<---	Kualitas_Produk	0,842
x2	<---	Kualitas_Produk	0,909
x1	<---	Kualitas_Produk	0,868
x6	<---	Reliability	0,878
x5	<---	Reliability	0,800
x4	<---	Reliability	0,873
x9	<---	Respon_siveness	0,839
x8	<---	Respon_siveness	0,883
x7	<---	Respon_siveness	0,854
x12	<---	Assurance	0,864
x11	<---	Assurance	0,850
x10	<---	Assurance	0,762
x18	<---	Empathy	0,859
x17	<---	Empathy	0,795
x16	<---	Empathy	0,871
x15	<---	Tangible	0,813
x14	<---	Tangible	0,884
x13	<---	Tangible	0,840

merupakan pemilik usaha dan sekaligus menjadi manager di Pondok Durian Pondok Durian Pangeran merupakan gerai yang menyediakan buah durian dan juga menyediakan produk-produk olahan buah durian lainnya. Pondok Durian Pangeran menyediakan tempat atau ruangan dimana konsumen dapat menikmati langsung buah durian atau hasil olahan durian tersebut.

Pemrosesan Data Awal

Uji Validitas

Uji validitas dalam penelitian digunakan sebagai suatu derajat ketepatan alat ukur yang digunakan tentang isi atau arti yang sebenarnya diukur seperti disajikan pada Tabel 2. Uji validitas dalam penelitian digunakan sebagai suatu derajat ketepatan alat ukur yang digunakan tentang isi atau arti yang sebenarnya diukur. Selanjutnya, dari perhitungan didapatkan seluruh instrumen memiliki nilai r hitung $> r$ tabel, nilai *loading* faktor keseluruhan indikator berada diatas 0.7, maka semua instrumen dinyatakan valid.

Uji Reliabilitas

Reliabilitas ialah derajat ketepatan, ketelitian atau keakuratan yang ditunjukkan oleh instrumen pengukuran (Umar, 2011). Berdasarkan kaidah reliabilitas menurut Guilford dan Fruchter (1978) dalam (Santoso, 2012). Nilai koefisien reliabilitas $> 0,9$ sangat reliabel, $0,7 - 0,9$ reliabel, $0,4 - 0,7$ cukup reliabel, $0,2 - 0,4$ kurang reliabel dan $< 0,2$ tidak reliabel. Untuk lebih jelasnya disajikan pada Tabel 3. Dengan melihat tabel *reliability* Statistics, diketahui nilai *Cronbach's Alpha* dan jumlah item pernyataan. Nilai *Cronbach's Alpha* lebih besar dari nilai ketetapan kaidah reliabilitas, maka dapat dinyatakan bahwa kuesioner tersebut *reliabel*.

Uji Normalitas dan Outlier

Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk menguji model regresi pada penelitian, apakah variabel bebas dan variabel terikat berdistribusi secara normal atau tidak. Model dapat dikatakan baik apabila model tersebut memiliki distribusi data yang normal atau mendekati normal (Ghozali,

Tabel 3. Reliabilitas Instrumen

Variabel	<i>Cronbach's Alpha</i>	Kaidah	Keterangan
Kualitas Produk	0,905	> 0,60	Reliabel
Reliability	0,866	> 0,60	Reliabel
Responsiveness	0,892	> 0,60	Reliabel
Assurance	0,866	> 0,60	Reliabel
Tangible	0,886	> 0,60	Reliabel
Empathy	0,876	> 0,60	Reliabel
Kepuasan	0,899	> 0,60	Reliabel
Loyalitas	0,902	> 0,60	Reliabel

Tabel 4. Normalitas Data

Variable	Min	max	skew	c.r.	kurtosis	c.r.
y4	1,000	4,542	-,076	-,378	-,515	-1,288
y5	1,000	5,361	-,181	-,907	-,137	-,342
y6	1,000	5,279	-,141	-,706	-,259	-,647
y3	1,000	5,835	-,130	-,650	-,244	-,609
y2	1,000	5,132	-,161	-,806	-,415	-1,037
y1	1,000	4,980	-,128	-,642	-,408	-1,021
x13	1,000	5,891	-,145	-,724	-,147	-,366
x14	1,000	4,706	-,120	-,602	-,488	-1,220
x15	1,000	5,135	-,099	-,493	-,317	-,793
x16	1,000	5,233	-,150	-,749	-,339	-,848
x17	1,000	4,308	-,285	-1,423	-,667	-1,669
x18	1,000	6,113	-,243	-1,215	-,196	-,490
x10	1,000	5,354	-,124	-,618	-,298	-,745
x11	1,000	5,512	-,156	-,778	-,178	-,445
x12	1,000	5,068	-,125	-,623	-,331	-,829
x7	1,000	4,744	-,122	-,608	-,515	-1,287
x8	1,000	5,127	-,159	-,795	-,259	-,649
x9	1,000	5,954	-,108	-,540	-,290	-,724
x4	1,000	5,734	,024	,118	-,197	-,492
x5	1,000	6,027	-,094	-,470	-,148	-,370
x6	1,000	5,954	-,074	-,370	-,220	-,550
x1	1,000	5,049	-,140	-,698	-,302	-,756
x2	1,000	5,176	-,135	-,673	-,325	-,812
x3	1,000	5,697	-,129	-,645	-,252	-,629
Multivariate					10,234	1,774

2008). Sebuah distribusi dikatakan normal jika angka cr skewness atau cr kurtosis ada diantara

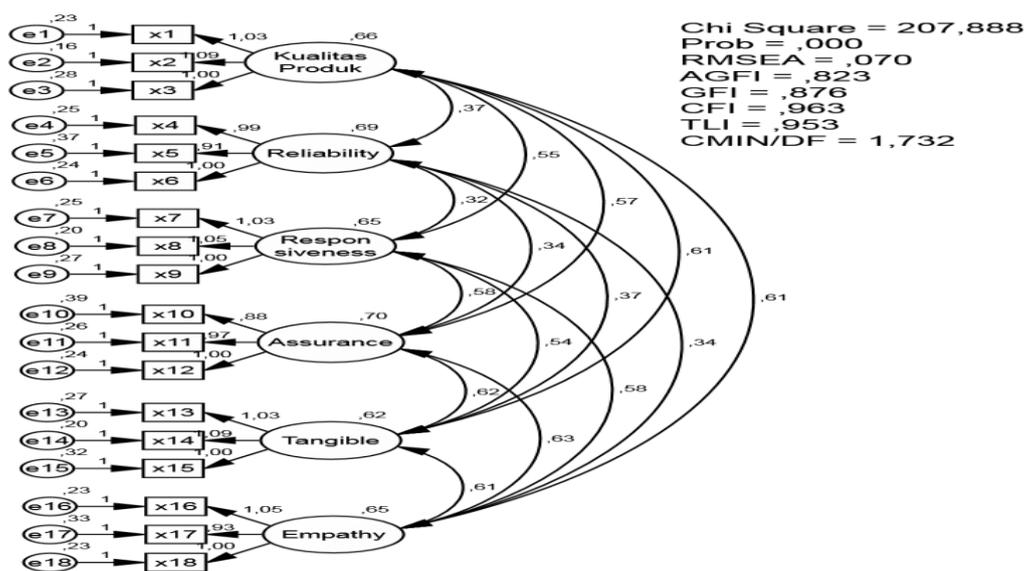
$\pm 2,58$. Untuk lebih jelasnya disajikan pada Tabel 4.

Tabel 5. Statistik Deskriptif Z Score

	Descriptive Statistics				
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Zscore(x1)	150	-2,31041	1,89015	,0000000	1,00000000
Zscore(x2)	150	-2,48412	1,80604	,0000000	1,00000000
Zscore(x3)	150	-2,87829	1,95289	,0000000	1,00000000
Zscore(x4)	150	-2,62292	1,98700	,0000000	1,00000000
Zscore(x5)	150	-2,86936	1,90721	,0000000	1,00000000
Zscore(x6)	150	-2,49321	1,91773	,0000000	1,00000000
Zscore(x7)	150	-2,21583	1,62951	,0000000	1,00000000
Zscore(x8)	150	-2,12773	2,19004	,0000000	1,00000000
Zscore(x9)	150	-2,90818	2,23319	,0000000	1,00000000
Zscore(x10)	150	-2,64423	1,84025	,0000000	1,00000000
Zscore(x11)	150	-2,51632	2,16996	,0000000	1,00000000
Zscore(x12)	150	-2,38738	1,80770	,0000000	1,00000000
Zscore(x13)	150	-2,89038	2,15842	,0000000	1,00000000
Zscore(x14)	150	-2,14939	1,66470	,0000000	1,00000000
Zscore(x15)	150	-2,37951	1,87770	,0000000	1,00000000
Zscore(x16)	150	-2,63999	1,71153	,0000000	1,00000000
Zscore(x17)	150	-2,20090	1,28451	,0000000	1,00000000
Zscore(x18)	150	-2,97083	2,45585	,0000000	1,00000000
Zscore(y1)	150	-2,37894	1,71452	,0000000	1,00000000
Zscore(y2)	150	-2,65572	1,62013	,0000000	1,00000000
Zscore(y3)	150	-2,91364	2,12328	,0000000	1,00000000
Zscore(y4)	150	-1,85492	1,82306	,0000000	1,00000000
Zscore(y5)	150	-2,53599	2,03475	,0000000	1,00000000
Zscore(y6)	150	-2,51205	1,93136	,0000000	1,00000000
Valid N (listwise)	150				

Untuk sampel besar (di atas 80 observasi), pedoman evaluasi adalah bahwa nilai ambang batas dari Z-score itu berada pada rentang 3 sampai dengan 4 (Ferdinand, 2000). Nilai

observasi yang mempunyai Z-score ≥ 3.00 akan dikategorikan sebagai outlier. Nilai maksimum dan minimum bervariasi 1 hingga -2. Nilai tersebut telah memenuhi kriteria karena baik



Gambar 1. *Confirmatory FactorAnalysis* Konstruk Eksogen

nilai maksimum maupun minimum tidak ditemukan nilai > 3, maka pada data tidak ditemukan outlier univariate pada penelitian ini, lebih jelasnya disajikan pada Tabel 5.

Analisis Faktor Konfirmatori (Confirmatory Factor Analysis)

Analisis Faktor Konfirmatori Konstruksi Eksogen

Analisis faktor konfirmatori konstruksi eksogen merupakan model pengukuran yang dilakukan pada variabel-variabel eksogen penelitian, meliputi: kualitas produk, keandalan (reliability), daya tanggap (responsiveness), jaminan (assurance), wujud fisik (tangible), dan empati (empathy).

Model yang dianalisa adalah model recursive (tidak ada hubungan regresi reciprocal antar variabel laten) dengan jumlah sampel 150. Untuk lebih jelasnya disajikan pada Gambar 1 dan Tabel 6. Hasil penelitian, bahwa beberapa pengujian goodness of fit yang hasil analisis diluar standar cut of value.

Pada Tabel 6, Nilai $\chi^2 = 207,888$ dan nilai p = 0,000 dengan nilai yang lebih rendah dari 0,05 dengan taraf signifikan 5 persen. Hasil nilai chi-squares ini menunjukkan bahwa hipotesa nol yang menyatakan model sama dengan data empiris ditolak yang berarti model tidak fit. Model yang baik harus tidak menolak hipotesa nol berarti harus tidak signifikan secara statistik (Ghozali, 2008).

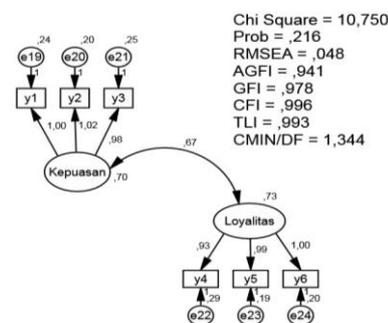
Pengujian tidak hanya dengan metode chi-square, tetapi juga dilengkapi dengan beberapa uji lainnya. Uji RMSEA dengan nilai 0,070 memiliki nilai goodness of fit baik karena

berada pada rentang nilai cut of value. Uji CFI dengan nilai 0,963 dan uji TLI dengan nilai 0,953 juga berada pada nilai > 0,90 dan sesuai dengan nilai cut of value. Uji GFI dan uji AGFI lebih rendah dari nilai cut of value tetapi masih berada pada rentang yang disyaratkan sehingga disebut marjinal. Secara keseluruhan uji pada konstruk eksogen sudah tergolong baik dan model penelitian dapat diterima dan langkah selanjutnya menganalisa parameter estimasi.

Pengujian konstruk eksogen bahwa setiap indikator dari masing-masing variabel memiliki nilai loading factor dengan nilai Critical Ratio (CR) ≥ 2.0 . Standard Error (SE) merupakan nilai galat dari tiap-tiap indikator. Jika terdapat nilai negatif pada standard error maka terdapat masalah identifikasi pada model dan tidak dapat dilakukan pengujian (Santoso, 2012).

Analisis Konfirmatori Konstruksi Endogen

Pengukuran untuk analisis faktor konfirmatori konstruk endogen yaitu mengukur dimensi-dimensi pembentuk variabel laten/ konstruk laten pada model penelitian, yaitu kepuasan dan loyalitas. Untuk lebih jelasnya disajikan Pada Gambar 2 dan Tabel 7.



Gambar 2. Analisis Faktor Konfirmatori Konstruksi Endogen

Tabel 6. Goodness of Fit Indeks untuk Konfirmatori Konstruksi Eksogen

Goodness of Fit Index	Cut of Value	Hasil Analisis	Evaluasi Model
Chi Square	< 177,389	207,888	Marginal
Significanced Probability	$\geq 0,05$	0,000	Marginal
RMSEA	$\leq 0,08$	0,070	Baik
GFI	$\geq 0,90$	0,876	Marginal
AGFI	$\geq 0,90$	0,823	Marginal
CFI	$\geq 0,90$	0,963	Baik
TLI	$\geq 0,90$	0,953	Baik
CMIN/DF	$\leq 2,00$	1,723	Baik

Tabel 7. *Goodness of Fit Indeks* untuk Konfirmatori Konstruk Endogen

<i>Goodness of Fit Index</i>	<i>Cut of Value</i>	Hasil Analisis	Evaluasi Model
<i>Chi Square</i>	< 15,507	10,750	Baik
<i>Significanced Probability</i>	≥ 0,05	0,216	Baik
RMSEA	≤ 0,08	0,048	Baik
GFI	≥ 0,9	0,978	Baik
AGFI	≥ 0,9	0,941	Baik
CFI	≥ 0,9	0,996	Baik
TLI	≥ 0,9	0,993	Baik
CMIN/DF	≤ 2,00	1,344	Baik

Indikator masing-masing dimensi memiliki nilai *loading factory* yang telah signifikan dengan nilai *Critical Ratio* (CR) yaitu ≥ 2.0 . Hal ini menunjukkan bahwa variabel-variabel tersebut secara signifikan adalah indikator-indikator dari faktor laten yang dibentuk. Nilai *p* paling signifikan yaitu *** dan nilai faktor *loading* tiap indikator berada pada nilai > 0.50 . Semua indikator pada uji ini dapat diterima karena tiap indikator telah mampu menjelaskan variabelnya. Hasil uji telah memenuhi standar nilai estimasi sehingga model penelitian dapat melanjutkan analisis tanpa modifikasi model.

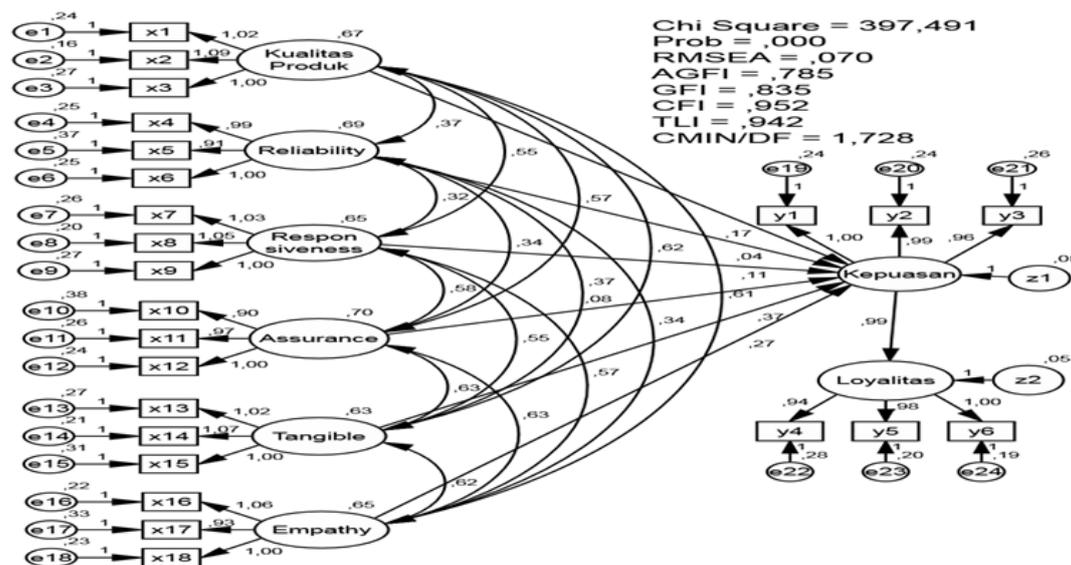
Analisis Structural Equation Modeling

Berdasarkan uji analisis yang dilakukan pada model penelitian seperti yang disajikan pada Gambar 3, diperoleh proses hasil analisis dalam rentang nilai yang tidak mengindikasikan

terdapatnya problem identifikasi. Pengujian terhadap data awal, pengujian model konstruk eksogen dan konstruk endogen serta pengujian model secara menyeluruh menghasilkan nilai yang secara keseluruhan sudah baik dan memenuhi standar estimasi.

Evaluasi Kriteria *Goodness of Fit*

Hasil evaluasi kriteria *Goodness of Fit* seperti yang disajikan pada Tabel 8, menunjukkan nilai $\chi^2 = 397,491$ dan $p = 0,000$ pada taraf signifikansi 5 persen, berarti terdapat perbedaan nyata antara matriks kovarians sampel dan matriks kovarians estimasi. Kriteria *goodness of fit* uji kesesuaian model dengan RMSEA, CFI, TLI dan CMIN/DF hasil analisis bernilai baik dan indeks estimasi telah menunjukkan kesesuaian dengan harapan estimasi. Dengan demikian, secara keseluruhan model yang dibangun sudah cukup baik namun



Gambar 3. Analisis Structural Equation Modeling

Tabel 8. *Goodness of Fit Indeks* untuk Analisis *Structural Equation Modeling*

<i>Goodness of Fit Index</i>	<i>Cut of Value</i>	Hasil Analisis	Evaluasi Model
<i>Chi Square</i>	< 177,389	397,491	Marginal
<i>Significanced Probability</i>	$\geq 0,05$	0,000	Marginal
RMSEA	$\leq 0,08$	0,070	Baik
GFI	$\geq 0,9$	0,835	Marginal
AGFI	$\geq 0,9$	0,785	Marginal
CFI	$\geq 0,9$	0,952	Baik
TLI	$\geq 0,9$	0,942	Baik
CMIN/DF	$\leq 2,00$	1,728	Baik

perlu dilakukan modifikasi.

Modifikasi Model

Modifikasi yang dilakukan pada analisis model secara keseluruhan menghasilkan peningkatan nilai kriteria *goodness of fit indeks* pada Tabel 9 dan Gambar 4.

Berdasarkan Tabel 9, hasil nilai *chi-square* 220,028 dengan probabilitas p 0,287 menunjukkan bahwa model telah fit. Begitu juga dengan uji kriteria fit lainnya GFI, CFI, TLI nilainya diatas 0,90 sesuai dengan yang direkomendasikan dan nilai RMSEA 0,019 dibawah 0,08.

Pengujian Hipotesis

Uji Hipotesis 1

H1 : Semakin tinggi kualitas produk, maka semakin tinggi kepuasan pelanggan

Parameter estimasi hubungan kedua variabel tersebut sebesar 0,022. Pengujian menunjukkan hasil dengan nilai CR = 0,094 dengan probabilitas = 0,925. Hal ini menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh lemah terhadap kepuasan pelanggan.

Uji Hipotesis 2

H2 : Semakin tinggi kualitas layanan, maka semakin tinggi kepuasan pelanggan

a. Dimensi kualitas layanan keandalan (*reliability*)

Parameter estimasi hubungan variabel tersebut sebesar 0,027. Pengujian menunjukkan hasil dengan nilai CR = 0,467 dengan probabilitas = 0,641. Hal ini menunjukkan bahwa keandalan (*reliability*) memiliki pengaruh lemah terhadap kepuasan pelanggan.

b. Dimensi kualitas layanan daya tanggap (*responsiveness*)

Parameter estimasi hubungan variabel tersebut sebesar 0,216. Hasil pengujian menunjukkan hasil dengan nilai CR = 1,791 dengan probabilitas = 0,073. Hal ini menunjukkan bahwa daya tanggap (*responsiveness*) memiliki pengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

c. Dimensi kualitas layanan jaminan (*assurance*)

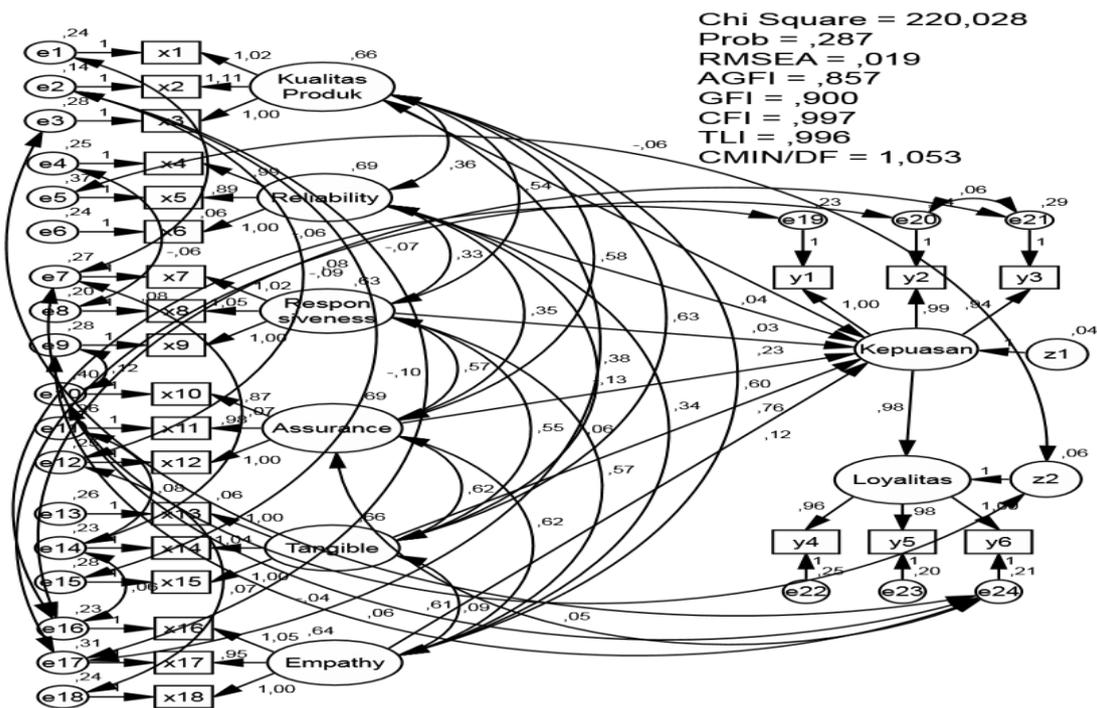
Parameter estimasi hubungan variabel tersebut sebesar 0,186. Pengujian menunjukkan hasil dengan nilai CR = 0,895 dengan probabilitas = 0,371. Hal ini menunjukkan bahwa jaminan (*assurance*) memiliki pengaruh lemah terhadap kepuasan pelanggan.

d. Dimensi kualitas layanan wujud fisik (*tangible*)

Parameter estimasi hubungan variabel tersebut sebesar 0,810. Pengujian menunjukkan hasil dengan nilai CR = 2,287 dengan probabilitas = 0,022. Hal ini menunjukkan bahwa wujud fisik (*tangible*) memiliki pengaruh kuat terhadap kepuasan pelanggan.

e. Dimensi kualitas layanan empati (*empathy*)

Parameter estimasi hubungan variabel tersebut sebesar 0,113. Pengujian menunjukkan hasil dengan nilai CR = 0,401 dengan probabilitas = 0,689. Hal ini menunjukkan bahwa empati (*empathy*) memiliki pengaruh lemah terhadap kepuasan pelanggan.



Gambar 4. Modifikasi Model

Uji Hipotesis 3

H3 : Semakin tinggi tingkat kepuasan, maka semakin tinggi tingkat loyalitas pelanggan

Parameter estimasi hubungan variabel tersebut sebesar 0,982. Pengujian menunjukkan hasil dengan nilai CR = 14,050 dengan probabilitas = ***. Hal ini menunjukkan bahwa kepuasan memiliki pengaruh sangat kuat terhadap loyalitas pelanggan.

Pengaruh Langsung, Pengaruh Tidak Langsung dan Pengaruh Total

Wujud fisik (*tangible*) memiliki pengaruh langsung lebih besar terhadap kepuasan

yaitu sebesar 0,780. Pengaruh langsung kepuasan terhadap loyalitas sebesar 0,958. Wujud fisik (*tangible*) memiliki pengaruh tidak langsung yang lebih kuat yaitu sebesar 0,748 dari pada dimensi kualitas layanan yang lainnya.

Wujud fisik (*tangible*) memiliki pengaruh total paling besar dari dimensi lainnya terhadap kepuasan yaitu 0,780. Kemudian hasil perhitungan total pada loyalitas menunjukkan bahwa kepuasan memiliki pengaruh total paling besar yaitu 0,985.

Tabel 9. Goodness of Fit Indeks Analisis SEM Modifikasi

Goodness of Fit Index	Cut of Value	Sebelum Modifikasi	Sesudah Modifikasi	Evaluasi Model
Chi Square	< 177,389	397,491	220,028	Marginal
Significanced Probability	≥ 0,05	0,000	0,287	Baik
RMSEA	≤ 0,08	0,070	0,019	Baik
GFI	≥ 0,9	0,835	0,900	Baik
AGFI	≥ 0,9	0,785	0,857	Marginal
CFI	≥ 0,9	0,952	0,997	Baik
TLI	≥ 0,9	0,942	0,996	Baik
CMIN/DF	≤ 2,00	1,728	1,053	Baik

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

1. Kualitas produk, keandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), wujud fisik (*tangible*) dan empati (*empathy*) merupakan faktor kepuasan pelanggan Pondok Durian Pangeran Pekanbaru. Hal ini dibuktikan dengan koefisien regresi yang bernilai positif. Pengaruh paling positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan yaitu pada dimensi kualitas layanan wujud fisik (*tangible*) dengan nilai probabilitas 0,023 dan dimensi kualitas layanan daya tanggap (*responsiveness*) dengan nilai probabilitas 0,093.
2. Terdapat korelasi antara kepuasan dan loyalitas pelanggan. Nilai korelasi antara kepuasan dan loyalitas pelanggan Pondok Durian Pangeran Pekanbaru 0,956 yang berarti bahwa hubungan antara kedua variabel tersebut erat. Nilai probabilitas (0,000) menandakan bahwa kepuasan merupakan faktor yang menentukan loyalitas pelanggan secara signifikan.
3. Hubungan faktor-faktor yang mempengaruhi loyalitas pelanggan diketahui dengan melihat nilai *factor loading* pada tabel koefisien regresi, masing-masing indikator penelitian bernilai > 0,5 dan nilai probabilitas indikator kepuasan ke loyalitas bernilai 0,000. Hal ini dapat diartikan bahwa secara signifikan merupakan indikator-indikator pembentuk variabel loyalitas pelanggan pada Pondok Durian Pangeran Pekanbaru.

Saran

1. Pondok Durian Pangeran disarankan untuk lebih meningkatkan kualitas produk dan kualitas layanan pada dimensi keandalan (*reliability*), jaminan (*assurance*), dan empati (*empathy*) untuk meningkatkan kepuasan pelanggan.
2. Peningkatan kualitas layanan keandalan (*reliability*), jaminan (*assurance*) dan empati (*empathy*) dapat dilakukan dengan memaksimalkan kemampuan karyawan dalam melayani pelanggan.
3. Pada peneliti lain yang ingin meneliti kepuasan pelanggan dapat menambahkan variabel lain yang mendukung terhadap penelitian.

DAFTAR PUSTAKA

- Ferdinand, A. 2000. Manajemen Pemasaran: Sebuah Pendekatan Strategik. Program Magister Manajemen Universitas Diponegoro, Semarang.
- Ghozali, I. 2008. Model Persamaan Struktural, Konsep dan Aplikasi dengan Program AMOS Ver. 16.0. Badan Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang.
- Istijanto. 2009. Aplikasi Praktis Riset Pemasaran: Cara Praktis Meneliti Konsumen dan Pesaing. PT. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Rangkuti, F. 2004. Riset Pemasaran. PT Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Umar, H. 2011. Metode Penelitian untuk Skripsi dan Tesis Bisnis. Rajawali Pers, Jakarta.