PENGARUH KUALITAS LAYANAN TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN YANG DIMEDIASI KEPUASAN PELANGGAN (STUDI PADA WARKOP LUMINTU)

THE IMPACT OF SERVICE QUALITY ON CONSUMER LOYALTY MEDIATED BY CUSTOMER SATISFACTION

Ahmad Fahmi Fauzi[1], Muhamad Imam Syairozi[2], Diah Ayu Novitasari[3], Ratna Handayati[4]

Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Islam Lamongan

ahmadfahmifauzi10@gmail.com, imamsyairozi@unisla.ac.id, diahayunovitasari@gmail.com, ratnahandayati@unisla.ac.id

Website:

Kata Kunci:

Kualitas Layanan, Kepuasan Pelanggan, Loyalitas Pelanggan

Abstrak

Penelitian ini bertujuan menganalisis pengaruh kualitas layanan terhadap loyalitas konsumen melalui kepuasan pelanggan pada Warkop Lumintu. Penelitian menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan survei terhadap 240 responden yang dipilih melalui purposive sampling. Data dikumpulkan melalui kuesioner dan observasi, kemudian dianalisis menggunakan metode Partial Least Square (PLS) dengan bantuan SmartPLS 3. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan dan loyalitas pelanggan, serta kepuasan pelanggan mampu memediasi pengaruh kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan.

Keywords :

Service Quality, Customer Satisfaction, Customer Loyalty

Alamat Kantor:

Abstract

This study aims to analyze the effect of service quality on consumer loyalty, mediated by customer satisfaction, at Warkop Lumintu. A quantitative method with a survey approach was employed, involving 240 respondents selected through purposive sampling. Data were collected via questionnaires and observation, then analyzed using the Partial Least Squares (PLS) method with the aid of SmartPLS 3. The results indicate that service quality has a positive and significant effect on both customer satisfaction and loyalty, and that customer satisfaction mediates the impact of service quality on customer loyalty.

PENDAHULUAN

Perkembangan usaha warung kopi di Indonesia menyebabkan

persaingan antar pelaku usaha semakin ketat. Warung kopi tidak lagi hanya berfungsi sebagai tempat menikmati kopi, tetapi juga menjadi ruang interaksi sosial, berkumpul, berdiskusi, bekerja, dan melakukan berbagai aktivitas lainnya. Kondisi tersebut menuntut pelaku usaha untuk mampu memberikan pengalaman yang baik kepada pelanggan agar dapat mempertahankan keberlangsungan usaha. Salah satu aspek penting yang perlu diperhatikan adalah loyalitas pelanggan karena pelanggan yang loyal cenderung melakukan pembelian ulang, memberikan rekomendasi kepada orang lain, dan tetap memilih suatu usaha meskipun terdapat banyak alternatif dari pesaing. Loyalitas pelanggan dapat dipahami sebagai komitmen pelanggan untuk melakukan pembelian atau penggunaan kembali produk atau jasa secara konsisten di masa mendatang (Muhtarom, Syairozi, & Yonita, 2022)

Salah satu faktor yang dapat memengaruhi loyalitas pelanggan adalah kualitas layanan. Kualitas layanan berkaitan dengan kemampuan penyedia jasa dalam memenuhi harapan pelanggan melalui layanan yang diterima dan dirasakan. Parasuraman et al. (1988) menjelaskan kualitas layanan melalui lima dimensi utama, yaitu *tangibles*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *empathy*. Kualitas layanan yang baik dapat menciptakan pengalaman positif bagi pelanggan sehingga meningkatkan kepuasan. Kepuasan pelanggan sendiri merupakan perasaan yang muncul setelah pelanggan membandingkan antara harapan dengan kinerja produk atau layanan yang diterima (Novitasari & Yaskun, 2019). Dengan demikian, kualitas layanan dan kepuasan pelanggan menjadi aspek penting dalam membentuk dan mempertahankan loyalitas pelanggan.

Penelitian terdahulu menunjukkan adanya hubungan antara kualitas layanan, kepuasan pelanggan, dan loyalitas pelanggan. Fida et al. (2020) menemukan bahwa kualitas layanan berhubungan positif dengan kepuasan dan loyalitas pelanggan. Joudeh dan Dandis (2018) juga menunjukkan bahwa kualitas layanan yang baik dapat meningkatkan kepuasan pelanggan yang selanjutnya berdampak pada loyalitas. Myo et al. (2019) menemukan bahwa kepuasan pelanggan memiliki peran dalam hubungan antara kualitas layanan

dan loyalitas pelanggan, sedangkan Irnandha (2016) menunjukkan bahwa kualitas layanan berpengaruh positif terhadap kepuasan dan loyalitas pelanggan. Berdasarkan uraian tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan, pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan, pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan, serta pengaruh kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan sebagai variabel mediasi pada Warkop Lumintu.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei yang dilakukan pada Warkop Lumintu di Dusun Katar, Desa Ngimbang, Kecamatan Ngimbang, Kabupaten Lamongan, selama Januari–Juni 2026. Populasi penelitian adalah pelanggan Warkop Lumintu dengan jumlah populasi yang diperkirakan sebanyak 600 pelanggan, sedangkan sampel ditentukan menggunakan rumus Slovin dengan tingkat kesalahan 5% sehingga diperoleh 240 responden. Teknik pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling* dengan kriteria pelanggan yang telah berkunjung ke Warkop Lumintu lebih dari dua kali. Data primer diperoleh melalui penyebaran kuesioner dengan skala Likert dan data pendukung diperoleh dari literatur yang relevan. Penelitian ini menggunakan kualitas layanan sebagai variabel independen (X), kepuasan pelanggan sebagai variabel mediasi (M), dan loyalitas pelanggan sebagai variabel dependen (Y). Kualitas layanan diukur berdasarkan lima dimensi *SERVQUAL*, yaitu *tangibles*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *empathy* (Parasuraman et al., 1988), sedangkan loyalitas pelanggan diukur melalui *repeat purchase*, *referrals*, dan *retention* (Kotler & Keller, 2016). Analisis data dilakukan menggunakan metode *Partial Least Square-Structural Equation Modeling* (PLS-SEM) dengan bantuan SmartPLS 3 melalui pengujian *outer model*, *inner model*, *R-square*, *path coefficient*, dan pengujian hipotesis pada tingkat signifikansi 5%, dengan kriteria *p-value* < 0,05 menunjukkan hipotesis diterima.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil pengujian model menunjukkan bahwa seluruh konstruk penelitian memiliki tingkat reliabilitas yang baik. Nilai *Cronbach's Alpha* dan *Composite Reliability* pada variabel kualitas layanan, kepuasan pelanggan, dan loyalitas pelanggan berada di atas 0,70 sehingga instrumen penelitian dinyatakan reliabel. Nilai *R-square* kepuasan pelanggan sebesar 0,90 menunjukkan bahwa 90% variasi kepuasan pelanggan dapat dijelaskan oleh kualitas layanan. Sementara itu, nilai *R-square* loyalitas pelanggan sebesar 0,87 menunjukkan bahwa 87% variasi loyalitas pelanggan dapat dijelaskan oleh kualitas layanan dan kepuasan pelanggan. Hasil pengujian pengaruh langsung disajikan pada Tabel 1.

Tabel 1. Hasil Pengujian Pengaruh Langsung

Hubungan Variabel	*Path Coefficient*	*P-value*	Keterangan
Kualitas Layanan → Loyalitas Pelanggan	0,580	0,00	Signifikan
Kualitas Layanan → Kepuasan Pelanggan	0,953	0,00	Signifikan
Kepuasan Pelanggan → Loyalitas Pelanggan	0,364	0,00	Signifikan

Sumber: Data primer diolah, 2026.

Berdasarkan Tabel 1, kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan dengan *path coefficient* sebesar 0,580 dan *p-value* 0,00. Hal ini menunjukkan bahwa semakin baik kualitas layanan yang diberikan Warkop Lumintu, semakin tinggi loyalitas pelanggan. Kualitas layanan juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan dengan nilai *path coefficient* sebesar 0,953 dan *p-value* 0,00. Temuan ini menunjukkan bahwa pelayanan yang mampu memenuhi harapan pelanggan akan meningkatkan kepuasan yang dirasakan. Selanjutnya, kepuasan pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan dengan nilai *path coefficient* sebesar 0,364 dan *p-value* 0,00. Pelanggan yang merasa puas cenderung melakukan kunjungan ulang, memberikan rekomendasi, dan mempertahankan pilihannya terhadap Warkop Lumintu. Hasil ini sejalan dengan Parasuraman et al. (1988) yang menjelaskan pentingnya kualitas layanan dalam membentuk persepsi

pelanggan serta Kotler dan Keller (2016) yang menyatakan bahwa kepuasan pelanggan dapat mendorong terbentuknya loyalitas.

Pengujian pengaruh tidak langsung dilakukan untuk mengetahui peran kepuasan pelanggan dalam memediasi hubungan antara kualitas layanan dan loyalitas pelanggan. Hasil pengujian disajikan pada Tabel 2.

Tabel 2. Hasil Pengujian Pengaruh Tidak Langsung (Mediasi)

Hubungan Variabel	***Indirect Effect***	***P-value***	**Keterangan**
Kualitas Layanan → Kepuasan Pelanggan → Loyalitas Pelanggan	0,347	0,00	Signifikan

Sumber: Data primer diolah, 2026.

Berdasarkan Tabel 2, kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan dengan nilai pengaruh tidak langsung sebesar 0,347 dan *p-value* 0,00. Karena pengaruh langsung kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan juga signifikan, maka kepuasan pelanggan berperan sebagai **mediasi parsial (*partial mediation*)**. Hasil ini menunjukkan bahwa kualitas layanan dapat meningkatkan loyalitas pelanggan secara langsung maupun melalui peningkatan kepuasan pelanggan. Dengan demikian, Warkop Lumintu perlu mempertahankan kualitas layanan melalui pelayanan yang ramah dan responsif, kenyamanan tempat, kebersihan fasilitas, serta pemenuhan kebutuhan pelanggan agar kepuasan dan loyalitas pelanggan dapat terus ditingkatkan. Temuan ini sejalan dengan penelitian Myo et al. (2019) dan Irnandha (2016) yang menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan berperan dalam hubungan antara kualitas layanan dan loyalitas pelanggan.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian, kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan pada Warkop Lumintu. Kepuasan pelanggan juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan, sehingga semakin baik kualitas layanan dan semakin tinggi kepuasan pelanggan, maka semakin kuat loyalitas pelanggan.

Kepuasan pelanggan terbukti memediasi secara parsial pengaruh kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan. Dengan demikian, Warkop Lumintu perlu mempertahankan dan meningkatkan kualitas layanan secara konsisten untuk menciptakan kepuasan pelanggan yang pada akhirnya dapat memperkuat loyalitas pelanggan.

DAFTAR PUSTAKA

Afrilian, D. (2023, oktober). *Sejarah Warung Tinggi Tek Sun Ho, Kedai Kopi di Jakarta Sejak Abad 19.* Jakarta: detikfood.com.

Aisyah, N. (2022). Pengaruh Kualitas Layanan Dankepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Usaha Makanan Keripik Usus Ayam Khusni Di Desa Prijekngablak Kecamatan Karanggeneng Kabupaten Lamongan. *Jurnal Ekonomi Mahasiswa (JEKMA)* , 1-7.

Bashir Ahmad Fida, U. A., & Yousuf Al-Balushi, D. S. (2020). Dampak Kualitas Layanan terhadap Pelanggan Loyalitas dan Kepuasan Pelanggan di Bank Islam di Kesultanan Oman. *SAGE Terbuka*, 1-10.

Irawan, I. C. (2025). Peran Kualitas Layanan, Kepuasan, dan Loyalitas Pelanggan dalam Membangun Niat Belanja Ulang. *Jurnal Ilmiah Bidang Ilmu Ekonomi*, Vol. 23, No. 4, 519 - 539.

Kotler, P. &. (2016). Marketing Management. *15th Global Edition.*

Likumahwa, F. M. (Desember 2020). Analisis Pengaruh Kualitas Layanan. *Jurnal DINAMIS*, 25-32).

Mahmudah, L. (2022). Pengaruh Harga, Keramahan Karyawan, Dan Variasi Barang Terhadap Loyalitas Konsumen(Studi Kasus Di Awam Swalayan Ngimbang). *Jurnal Ekonomi Mahasiswa (JEKMA)* , Volume. 3 No. 1, 1-11.

Muhtarom, A., Syairozi, M. I., & Yonita, H. L. (2022). Analisis Persepsi Harga, Lokasi, Fasilitas, dan Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan Dimediasi Keputusan Pembelian (Studi Kasus pada Umkm Skck (Stasiun Kuliner Canditunggal Kalitengah). *EKOMBIS REVIEW: Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 391–402.

Novitasari, D., & Yaskun, M. (2019). Analisis Regresi Logistik Ordinal Pada Kepuasaan Pelanggan Mebel Lamongan. *JPIM (Jurnal Penelitian Ilmu Manajemen)*, 4(1), 841-847.

Sari, R. W. (2022). Ngaruh Persepsi Kualitas, Karakteristik Produk Dan Brand Personality Terhadap Loyalitas Pelanggan Persela Store. *Jurnal Ekonomi Mahasiswa (JEKMA)* , 1-8.

Sugiono Sugiharto, R. A. (2020). Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Mediasi Di Kafe One Eighteenth, Siwalankerto – Surabaya. *Jurnal Strategi Pemasaran*, 1-11.

Tjiptono, F. &. (2022). *Manajemen dan Strategi Kepuasan Pelanggan.* Yogyakarta: Penerbit Andi.

Wulandari, K. D. (2022). Pengaruh Service Qualitydan Relationship Qualityterhadap Loyalitas Konsumen Di Bengkel Ahass Mitra Motor Honda Lamongan. *Jurnal Ekonomi Mahasiswa (JEKMA)*, Volume 3 No. 1, 1-10.

Yan Naing Myo, G. S., & Aye, T. T. (2019). Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Loyalitas Pelanggan PT Industri Perhotelan Myanmar: Peran Mediasi dari Kepuasan pelanggan. *Jurnal Internasional Manajemen dan Ilmu Manusia (IJMHS)*, 1-11.