

Pengaruh Pengalaman Pelanggan dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Konsumen Ratu Cosmetics Store Kota Pasuruan

Kuni Zakiah; kunizakiah48@gmail.com¹
Yufenti Oktafiah; oktavianity@gmail.com²
Ascosenda Ika Rizki; ascosenda@unmerpas.ac.id³
Universitas Merdeka Pasuruan

ABSTRAK

Permasalahan pada Ratu Cosmetics Store yakni pengalaman pelanggan yang buruk dikarenakan kualitas pelayanan yang kurang memuaskan, karyawan jarang menjelaskan tentang produk yang dimaksud konsumen sehingga hal ini mengakibatkan pengalaman yang tidak baik saat membeli dan akan mempengaruhi loyalitas konsumen. Penelitian bertujuan untuk mengetahui pengaruh pengalaman pelanggan dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas konsumen Ratu Cosmetics Store Kota Pasuruan. Metode penelitian yang digunakan adalah kuantitatif. Teknik pengambilan sampel menggunakan Purposive Sampling jenis Probability Sampling, dengan jumlah sampel sebanyak 70 responden. Analisis yang digunakan adalah uji instrumen, uji asumsi klasik, analisis regresi linier berganda, uji hipotesis, dan uji koefisien determinan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa (1) pengalaman pelanggan dan kualitas pelayanan secara simultan berpengaruh terhadap loyalitas konsumen disimpulkan bahwa loyalitas konsumen menjadi salah satu unsur dalam meningkatkan pendapatan perusahaan, dikarenakan pengalaman pelanggan yang baik dengan dibarengi kualitas pelayanan yang baik, maka loyalitas konsumen akan ikut meningkat. (2) pengalaman pelanggan secara parsial berpengaruh terhadap loyalitas konsumen, semakin baik pengalaman pelanggan yang dirasakan konsumen maka semakin baik dalam meningkatkan loyalitas konsumen (3) kualitas pelayanan tidak berpengaruh secara parsial terhadap loyalitas konsumen, hal ini berarti kualitas pelayanan bukanlah faktor penting dalam loyalitas konsumen dikarenakan kualitas pelayanan yang diterima setiap konsumen pastilah berbeda dengan kualitas pelayanan orang lain.

Kata Kunci: *Pengalaman pelanggan; Kualitas Pelayanan; Loyalitas Konsumen*

ABSTRACT

The problem at Ratu Cosmetics Store is poor customer experience due to unsatisfactory service quality, employees rarely explain the products consumers are referring to so this results in a bad experience when buying and will affect consumer loyalty. The research aims to determine the influence of customer experience and service quality on consumer loyalty at Ratu Cosmetics Store, Pasuruan City. The method of research used is quantitative. The sampling technique used Purposive Sampling, Probability Sampling type, with a total sample of 70 respondents. The analysis used is instrument testing, classical assumption testing, multiple linear regression analysis, hypothesis testing, and determinant coefficient testing. The research results show that (1) customer experience and service quality simultaneously influence consumer loyalty. It is concluded that consumer loyalty is an element in increasing company revenue, because good customer experience combined with good service quality means consumer loyalty will also increase. (2) customer experience partially influences consumer loyalty, the better the customer experience felt by consumers, the better it is at increasing consumer loyalty (3) service quality does not partially influence consumer loyalty, this means that service quality is not an important factor in consumer loyalty because the

quality of service received by each consumer is definitely different from the quality of service of other people.

Keywords: *Customer Experience; Service Quality; Consumer Loyalty*

PENDAHULUAN

Kecantikan menjadi salah satu tujuan utama wanita dan paling didambakan oleh setiap wanita kecantikan ini bisa di ubah seiring perkembangan zaman teknologi yang canggih dan produk kecantikan yang semakin hari semakin berinovasi menyajikan produk kecantikan seperti Skincare, Body care, Hair care Makeup hingga Parfum. Untuk memenuhi kebutuhan perawatan dan kecantikan maka banyak hadir toko kecantikan yang menyajikan produk yang mereka butuhkan agar menjadi cantik, cerah, wangi salah satunya Ratu *Cosmetics Store* Kota Pasuruan. Ratu *Cosmetics Store* merupakan salah satu toko kecantikan yang hadir di Pasuruan dengan banyak menyajikan produk kecantikan dan memberikan solusi terkait masalah kecantikan wanita dengan menyediakan berbagai merek produk kecantikan seperti Emina, Wardah, Make over, Ponds, Revlon dan masih banyak lagi. Di Ratu *Cosmetics Store* juga ditangani oleh *Beauty Advisor* (BA) yang professional setiap pembeli akan dilayani sebaik mungkin. Ratu *Cosmetics* juga tidak hanya berfokus pada perawatan wajah namun juga keindahan rambut dan tubuh, disana juga menyediakan riasan makeup bagi yang akan melangsungkan acara pernikahan maupun wisuda atau acara penting lainnya.

Menjaga loyalitas pelanggan sangatlah penting dan bisa berdampak baik bagi perkembangan dan kemajuan bisnis bisa berdampak dalam jangka panjang. Untuk itu perusahaan dapat memenuhi keinginan dari pelanggan seperti dengan memberikan pelayanan dan pengalaman positif ke pelanggan dan nantinya dapat mengakibatkan pelanggan tertarik untuk belanja kembali. Penyebab loyalitas konsumen Ratu *Cosmetics Store* Kota Pasuruan menurun disebabkan karena konsumen menemukan kualitas produk yang lebih baik dari Ratu *Cosmetics Store* Pasuruan, harga produk yang lebih murah namun dengan kualitas produk yang sama, kualitas pelayanan dari karyawan toko kurang ramah dan cepat, karyawan kurang peduli dengan keluhan konsumen sehingga konsumen beralih, karena konsumen akan loyal ketika kebutuhan dan keinginan konsumen terpenuhi dengan baik.

Pengalaman pelanggan merupakan hal yang sangat penting dalam Loyalitas Konsumen . Pengalaman pelanggan yang baik setelah membeli dan mengonsumsi suatu produk maupun jasa akan menaikkan rasa puas dan menaikkan rasa loyalitas yang tinggi pada pelanggan itu sendiri. Pengalaman pelanggan di Ratu *Cosmetics Store* terdapat kinerja karyawan yang kurang cepat dalam menangani kebutuhan konsumen, karyawan Ratu *Cosmetics Store* kurang perhatian dan kurang ramah terhadap pelanggan, karyawan kadang tidak menjelaskan manfaat dan kegunaan produk, kurang memberikan perhatian secara individual kepada pelanggan dan terkesan memandang status sosial sehingga membentuk pengalaman pelanggan dalam membeli yang kurang baik.

Menjual produk tidak hanya Pengalaman Pelanggan yang penting tetapi Kualitas Pelayanan juga sangat penting untuk dikaji lebih dalam. Adapun salah satu faktor yang mempengaruhi loyalitas pelanggan adalah Kualitas Pelayanan. Kualitas pelayanan di Ratu *Cosmetics Store* menurut sebagian konsumen menganggap kualitas pelayanannya kurang memuaskan dikarenakan banyak karyawan yang memberikan informasi yang salah terkait produk, tidak cepat dalam memberikan respon kepada konsumen, kurangnya ramah dalam menangani konsumen sehingga konsumen mendapatkan kesan yang buruk dalam membeli dan menganggap kualitas pelayanan Ratu *Cosmetics Store* kurang memuaskan.

Berdasarkan uraian permasalahan diatas dan perbedaan hasil penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti terdahulu maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan

judul “Pengaruh Pengalaman Pelanggan dan Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Konsumen Ratu Cosmetics Store Kota Pasuruan”.

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah kuantitatif. Penelitian ini mencakup pengaruh pengalaman pelanggan dan kualitas pelayanan sebagai variabel independen dan loyalitas konsumen sebagai variabel dependen. Lokasi penelitian ini bertempat di Ratu Cosmetics Store, Jl.Ki Hajar Dewantara No.20, Tembokrejo, Kec. Purworejo, Kota Pasuruan, Jawa timur, Indonesia Teknik pengambilan sampel menggunakan teknik *Purposive Sampling* yang termasuk dalam jenis *Probability Sampling*, sampel ditentukan dengan menggunakan rumus Hair, et al. Dengan jumlah sampel sebanyak 70 responden melalui google form dan wawancara dengan kriteria responden yaitu, 1) Pria dan Wanita berusia minimal 17 tahun yang berdomisili di Pasuruan, 2) Pernah membeli produk Ratu Cosmetic Store Kota Pasuruan untuk kepentingan dan penggunaan pribadi, 3) Melakukan pembelian lebih dari dua kali produk di Ratu Cosmetics Store Kota Pasuruan. Analisis yang digunakan adalah uji instrumen penelitian berupa uji validitas dan uji reliabilitas, analisis deskriptif, uji asumsi klasik, analisis regresi linier berganda, uji hipotesis, dan uji koefisien determinan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Validitas

Uji yang digunakan untuk mengetahui tingkat kebenaran dan ketepatan suatu alat ukur dan sah atau tidaknya suatu kuisioner. Hasilnya adalah jika nilai r hitung $>$ r tabel maka item indikator tersebut sudah valid. Berdasarkan hasil uji validitas diketahui bahwa dari pernyataan yang diajukan kepada responden, diperoleh hasil semua pernyataan dinyatakan valid karena r hitung $>$ r table dengan $df = 70-2 = 68$. Maka nilai r table yang diperoleh dari $df = 68$ dengan level signifikan 5% adalah 0,2352. Dari hasil tersebut menunjukkan bahwa semua item pernyataan (indikator) adalah valid.

Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas merupakan tingkat kestabilan suatu alat pengukur dalam menentukan keadaan dan kejadian dan mengukur tingkat konsistensi dan stabilitas suatu instrumen penelitian, suatu variabel akan dikatakan reliable jika memberikan nilai $(\alpha) > 0,60$. Hasil uji reliabilitas diperoleh nilai *Cronbach Alpha* pada semua variabel dalam penelitian mempunyai nilai lebih besar dari 0,60 dengan demikian masing – masing variabel dari kuisioner dalam penelitian ini dinyatakan reliabel.

Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk menguji regresi, apakah variabel dependen atau variabel independen maupun keduanya normal atau tidak. Jika hasilnya normal atau mendekati normal maka model regresi tersebut dinyatakan baik, Jika hasil kolmogrov-smirnov (K-S) menunjukkan nilai signifikan $< 0,05$ maka data nya berdistribusi dengan normal. Diperoleh nilai Asmp Sig (2-tailed) sebesar 0,200. Hal ini menunjukkan bahwa nilai signifikansi $> 0,05$, sehingga data penilaian ini dinyatakan berdistribusi normal.

Uji Multikolinearitas

Adanya multikolinearitas dilihat dari *Tolerance Value* atau nilai *Variance Influence Faktor* (VIF). Jika nilai *Variance Influence Faktor* (VIF) tidak lebih dari 10 dan nilai toleransi tidak didukung kurang dari 0,1 maka model dikatakan terbebas multikolinearitas. Berdasarkan hasil uji multikolinearitas diperoleh nilai VIF untuk X1 sebesar 5.086 dan untuk X2 5.086, sedangkan nilai *Tolerance* untuk X1 sebesar 0.197 dan untuk X2 sebesar 0.197. Hal ini

menunjukkan bahwa nilai VIF untuk semua variabel tidak lebih dari 10 dan nilai Tolerance lebih dari 0,10 maka dapat dikatakan bahwa terbebas dari multikolinearitas.

Uji Heterokedastisitas

Uji ini digunakan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi kesamaan *variance* pada suatu pengamatan satu ke pengamatan lain yang sifatnya tetap, apabila *variance* berbeda maka disebut heteroskedastisitas. Berdasarkan gambar bahwa titik-titik menyebar dan tidak membentuk pola tertentu pada grafik *scatterplot* maka dapat dikatakan grafik *scatterplot* tidak mengalami heteroskedastisitas.

Uji Linearitas

Uji linearitas dapat digunakan untuk mengetahui apakah variabel terikat dan variabel bebas memiliki hubungan yang linear atau tidak secara signifikan, jika nilai signifikan pada *deviation from linearity* $> 0,05$ maka dapat diartikan bahwa variabel bebas dan variabel terikat memiliki hubungan yang linear. Berdasarkan hasil uji linearitas ditemukan bahwa nilai *Sig. Deviasi from Linearity* pada variabel pengalaman pelanggan terhadap loyalitas konsumen 0.426, lebih besar dari 0,05. Sementara itu, untuk variabel kualitas pelayanan terhadap loyalitas konsumen nilai *Sig. Deviasi from Linearity* 0.717 lebih besar dari 0,05, sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel ini memiliki hubungan linear.

Analisis Linier Berganda

Analisis ini digunakan untuk mengatur dan mengetahui hubungan antara pengalaman pelanggan (X1) dan kualitas pelayanan (X2) terhadap loyalitas konsumen (Y).

$$Y = 2.383 + 0.385 X1 + 0.167 X2 + e$$

1. Kedua variabel independen menunjukkan arah yang positif terhadap variabel dependen.
2. Nilai koefisien Regresi Pengalaman Pelanggan (β_1) = 0.385 yang artinya jika nilai Pengalaman pelanggan naik 1 satuan, maka Pengalaman pelanggan mengalami kenaikan sebesar 0,385, koefisien bernilai positif yang artinya hubungan positif antara Pengalaman pelanggan dengan loyalitas konsumen.
3. Nilai koefisien Regresi Kualitas Pelayanan (β_2) = 0,167 yang artinya jika nilai kualitas pelayanan naik 1 satuan, maka kualitas pelayanan mengalami kenaikan sebesar 0.167, koefisien bernilai positif yang artinya hubungan positif antara kualitas pelayanan terhadap loyalitas konsumen.

Uji Koefisien Determinan (R^2)

Penelitian ini menggunakan R^2 (R Square) untuk mengukur besarnya kontribusi X terhadap variabel Y. Pemilihan R^2 karena adanya kelemahan mendasar pada penggunaan koefisien determinasi (R^2). Hasil R square yang diperoleh adalah 0,638 maka dari itu menunjukkan bahwa variabel pengalaman pelanggan dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas konsumen memiliki kemampuan dan kontribusi sebesar 63,8% sedangkan untuk sisanya sebesar 36,2% dapat dipengaruhi oleh variabel lain diluar penelitian ini seperti lokasi, harga, promosi, kualitas produk, citra toko, *store atmosfer* dan lain sebagainya.

Pengujian Hipotesis

Uji F (Simultan)

Berdasarkan hasil uji F diperoleh nilai signifikansi $0,000 < 0,05$ artinya bahwa terdapat pengaruh antara variabel pengalaman pelanggan dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas konsumen secara simultan. Menunjukkan bahwa hipotesis 1 diterima dan hipotesis 0 ditolak. Pengalaman Pelanggan dan Kualitas pelayanan secara simultan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Loyalitas Konsumen Ratu Cosmetics Store Kota Pasuruan. Maka dapat disimpulkan bahwa Loyalitas Konsumen menjadi salah satu unsur dalam meningkatkan pendapatan perusahaan, dikarenakan Pengalaman Pelanggan yang baik dengan dibarengi Kualitas Pelayanan yang baik, maka loyalitas konsumen akan ikut meningkat.

Uji T (Parsial)

- 1) Berdasarkan hasil pengujian hipotesis kedua yaitu uji parsial (uji t) menunjukkan variabel pengalaman pelanggan (X1) secara parsial berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas konsumen Ratu *Cosmetics Store* Kota Pasuruan dengan nilai sig 0,001 Hasil analisis regresi linier berganda menunjukkan bahwa variabel pengalaman pelanggan memiliki koefisien regresi positif terhadap loyalitas konsumen, hal ini menunjukkan bahwa Pengalaman Pelanggan yang baik dapat meningkatkan Loyalitas Konsumen.
- 2) Berdasarkan hasil pengujian hipotesis ketiga yaitu uji parsial (uji t) menunjukkan variabel kualitas pelayanan secara parsial tidak berpengaruh positif secara signifikan terhadap loyalitas konsumen Ratu *Cosmetics Store* Kota Pasuruan dengan nilai sig 0,115. Hasil analisis linear berganda menunjukkan bahwa variabel Kualitas Pelayanan memiliki regresi negatif terhadap Loyalitas Konsumen. Hal ini menunjukkan bahwa Kualitas tidak meningkatkan Loyalitas Konsumen dikarenakan pelayanan yang diterima setiap konsumen pasti berbeda dengan yang lain.

1. Pengaruh Pengalaman Pelanggan dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Konsumen

Berdasarkan hasil analisis data diatas maka didapatkan bahwa pengalaman pelanggan dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas konsumen pada Ratu *Cosmetics Store* Kota Pasuruan Hal ini diketahui berdasarkan dari uji simultan nilai signifikansi $0.000 < 0,05$ menunjukkan bahwa hipotesis 1 diterima dan H_0 ditolak. Dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh antara variabel pengalaman pelanggan dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas konsumen secara simultan Hasil nilai rata – rata yang diperoleh dari jawaban responden untuk variabel bebas dan terikat dikategorikan baik. Konsumen akan merekomendasikan kepada orang lain, mengajak orang lain atau keluarga untuk berbelanja di Ratu *Cosmetics Store*, melakukan pembelian berulang minimal 2 kali, bersedia menggunakan apabila Ratu *Cosmetics Store* menawarkan jasa dan produk lain, tidak berkeinginan pindah ke toko kecantikan lain karena sudah merasa nyaman, konsumen juga akan memilih Ratu *Cosmetics Store* sebagai prioritas utama dalam membeli skincare maupun make up, serta tidak akan terpengaruh isu negatif terkait Ratu *Cosmetics Store* Kota Pasuruan.

Loyalitas konsumen akan terbentuk ketika mereka mendapatkan pengalaman yang baik dan pelayanan yang berkualitas dari produk maupun jasa. Semakin tinggi nilai dari pengalaman dan kualitas pelayanan yang mereka dapatkan maka akan semakin tinggi pula loyalitas mereka, Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian terdahulu menurut Suryantini dan Sujana, (2023) dengan judul “Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Pengalaman Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan *Shopee* di Kota Singaraja” Penelitian ini juga sejalan dengan penelitian Lathifah dan Silvianita, (2023) dengan judul “Loyalitas Pelanggan Kopi Kenangan dari Segi Pengalaman Pelanggan, Kualitas Pelayanan, dan Kepuasan Pelanggan”.

Maka dapat disimpulkan bahwa Loyalitas Konsumen akan meningkat ketika perusahaan menyajikan dan menyediakan pelayanan berkualitas tinggi dan pengalaman pelanggan yang lebih baik dari perusahaan lain.

2. Pengaruh Pengalaman Pelanggan Terhadap Loyalitas Konsumen

Berdasarkan hasil analisis data diatas didapatkan hasil bahwa Pengalaman Pelanggan (X1) berpengaruh secara signifikan terhadap variabel Loyalitas Konsumen (Y). Hal tersebut dapat dilihat dari Uji parsial (Uji t) dengan hasil nilai signifikansi $0,001 < 0,05$. artinya Hipotesis 1 diterima dan H_0 ditolak. Berdasarkan hasil karakteristik jawaban responden variabel pengalaman pelanggan memiliki rata – rata dengan kategori baik yang menyatakan bahwa karyawan Ratu *Cosmetics Store* cekatan dalam menangani kebutuhan pelanggan, keakuratan perhitungan transaksi oleh kasir Ratu *Cosmetics*, lokasi mudah dijangkau serta jam operasional yang nyaman bagi konsumen, selain itu karyawan Ratu

Cosmetics sangat sopan dan ramah, konsumen juga mendapat perlakuan yang baik ketika berbelanja disana, dan secara keseluruhan mengenai pengalaman pelanggan yang diterima oleh konsumen sesuai dengan harapan mereka.

Pengalaman Pelanggan adalah persepsi yang dimiliki pelanggan tentang produk, pelayanan, atau merek. Persepsi tersebut terbentuk dari berbagai interaksi antar pelanggan dan perusahaan baik langsung maupun tidak langsung, Loyalitas konsumen dipengaruhi oleh ekspektasi terhadap pengalaman mereka pada saat membeli produk dan persepsi yang mereka terima, pengalaman yang positif akan menaikkan loyalitas sedangkan pengalaman yang buruk akan menurunkan loyalitas konsumen, Oleh karenanya harus mempertimbangan hal – hal seperti pencahayaan, kinerja karyawan, keakuratan perhitungan administrasi, kenyamanan pelanggan untuk menciptakan suasana yang positif dan menarik bagi pelanggan. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian terdahulu (Pasaribu, Amelia dan Sugito, 2023) dengan judul penelitian “Pengaruh Customer Bonding dan Customer Experience Terhadap Loyalitas Pelanggan Shampo NR Kecamatan Medan Sunggal (Studi Kasus Pada PT. Ikapharmindo Putramas).

3. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Konsumen

Berdasarkan analisis diatas didapatkan hasil bahwa variabel Kualitas Pelayanan (X2) tidak berpengaruh secara signifikan terhadap variabel Loyalitas Konsumen (Y). Hal tersebut dapat dilihat dari hasil uji parsial (Uji t) dengan hasil menunjukkan nilai signifikansi $0,115 > 0,05$ artinya hipotesis H1 ditolak dan H0 diterima. Berdasarkan hasil karakteristik jawaban responden bahwa variabel kualitas pelayanan memiliki rata – rata dengan kategori baik yang didukung dengan pernyataan bahwa Ratu *Cosmetics Store* bersih dan nyaman, karyawan Ratu *Cosmetics Store* menyediakan fasilitas penunjang dalam berbelanja, karyawan Ratu memberikan pelayanan sesuai dengan SOP, penanganan administrasi dilakukan dengan baik untuk mengurangi kesalahan dalam transaksi, serta Ratu *Cosmetics* juga memiliki reputasi citra toko yang terjamin, maka secara keseluruhan mengenai kualitas pelayanan yang diterima oleh konsumen baik dan berkualitas tinggi.

Hasil dari pengujian hipotesis menunjukkan hasil yang tidak signifikan, Hal tersebut dikarenakan kualitas pelayanan Ratu *Cosmetics Store* sudah sangat baik dan sesuai dengan SOP, namun terkadang ada beberapa konsumen yang sedikit mengeluh tentang pelayanan yang kurang ramah. Oleh sebab itu kualitas pelayanan tidak selalu memiliki pengaruh pada konsumen untuk tetap berbelanja skincare di Ratu *Cosmetics Store* Kota Pasuruan dikarenakan bahwa ketika konsumen mendapat pelayanan saat berbelanja tidak akan selalu membuat konsumen tersebut loyal dikarenakan kualitas pelayanan yang diterima oleh setiap konsumen pastilah berbeda oleh karenanya kualitas pelayanan bukanlah faktor utama dalam loyalitas konsumen.

Alasan lain yang membuat konsumen tidak loyal dari segi kualitas pelayanan disebabkan banyak faktor seperti ekspektasi konsumen yang terlalu tinggi, terdapat faktor lain selain kualitas pelayanan seperti citra merek, harga, kualitas produk dan lain sebagainya. Apabila faktor – faktor tersebut tidak kompetitif maka kualitas pelayanan mungkin tidak cukup untuk meningkatkan loyalitas konsumen. Faktor lain juga disebabkan karena ketidaksetiaan konsumen sekalipun kualitas pelayanan yang diterima sudah sangat memuaskan hal ini karena mereka mempunyai banyak pilihan toko, merek dan mudah tergoda dengan promo maupun tawaran yang menarik dari toko dan merek lain.

Hasil Penelitian ini juga sejalan dengan penelitian terdahulu menurut (Budiono, 2021) dengan judul “Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga, Promosi, Lokasi, Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Konsumen melalui Kepuasan Konsumen Di Rumah Makan Bebek Kaleo Tebet Jakarta Selatan dimasa Pandemi Covid – 19”.

KESIMPULAN

Berdasarkan pada penelitian diatas dapat disimpulkan sebagai berikut, pengalaman Pelanggan dan Kualitas pelayanan secara simultan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Loyalitas Konsumen Ratu *Cosmetics Store* Kota Pasuruan dengan nilai sig 0,000. Maka dapat disimpulkan bahwa Loyalitas Konsumen menjadi salah satu unsur dalam meningkatkan pendapatan perusahaan, dikarenakan Pengalaman Pelanggan yang baik dengan dibarengi Kualitas Pelayanan yang baik, maka Loyalitas Konsumen akan ikut meningkat. Pengalaman Pelanggan secara parsial berpengaruh secara signifikan terhadap Loyalitas Konsumen Ratu *Cosmetics Store* Kota Pasuruan dengan nilai sig 0,001 Hasil analisis regresi linier berganda menunjukkan bahwa variabel Pengalaman Pelanggan memiliki koefisien regresi positif terhadap Loyalitas Konsumen, hal ini menunjukkan bahwa Pengalaman Pelanggan yang baik dapat meningkatkan Loyalitas Konsumen. Kualitas Pelayanan secara parsial tidak berpengaruh positif secara signifikan terhadap Loyalitas Konsumen Ratu *Cosmetics Store* Kota Pasuruan dengan nilai sig 0,115. Hasil analisis linear berganda menunjukkan bahwa variabel Kualitas Pelayanan memiliki regresi negatif terhadap Loyalitas Konsumen. Hal ini menunjukkan bahwa Kualitas tidak meningkatkan Loyalitas Konsumen dikarenakan pelayanan yang diterima setiap konsumen pasti berbeda dengan yang lain.

REFERENSI

- Budiono, Aris. 2021. "Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga, Promosi, Lokasi, Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Konsumen Melalui Kepuasan Konsumen Di Rumah Makan Bebek Kaleo Tebet Jakarta Selatan Dimasa Pandemi Covid-19." *SEGMENT Jurnal Manajemen dan Bisnis* 17(2): 223–47. doi:10.37729/sjmb.v17i2.6868..
- Ezramia, Putri, and Wan Rizca Amelia. 2023. "Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis (JIMBI) Pengaruh Customer Bonding Dan Customer Experience Terhadap Loyalitas Pelanggan Shampo NR Kecamatan Medan Sunggal The Influence of Customer Bonding and Customer Experience on Customer Loyalty of NR Shampoo , Med." 4(1): 61–68. doi:10.31289/jimbi.v4i1.1687
- Keiningham, TL, & Aksoy, L. 2021. "Pengalaman Pelanggan: Agenda Penelitian Untuk Tahun 2020-An." *Jurnal Penelitian Pelayanan*, 24(2), 277-296.
- Kotler, P., & Keller, KL. 2021. *Manajemen Pemasaran*. (Edisi ke-. Pearson)
- Lathifa, Umami Khoiri, and Anita Silvianita. 2023. "Loyalitas Pelanggan Kopi Kenangan Dari Segi Pengalaman Pelanggan, Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Pelanggan (Studi Pada Konsumen Di Bandung)." *Jurnal Ekonomi dan Bisnis* 24(1): 55. doi:10.30659/ekobis.24.1.55-71.
- Lemke, F., & Klaus, P. 2021. "Kualitas Pengalaman Pelanggan Dalam E-Commerce B2C: Kerangka Kerja Komprehensif Dan Agenda Penelitian." *Jurnal Riset Bisnis*, 125, 233-246.
- Mahanani, M. P., Laraswati, D., Salsadilla, R., Nabilah, H., & Wibowo, H. 2021. "Pelatihan Konsep Diri Remaja Putri Untuk Membangun Pemahaman Tentang Standar Kecantikan." *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(3), 449–456.
- Parasuraman, A., Zeithaml, VA, & Berry, LL. 2020. *Memberikan Layanan Berkualitas: Menyeimbangkan Harapan Dan Persepsi Pelanggan*. New York: Routledge.
- Suryantini, I Gusti Agung Ayu, and I Nyoman Sujana. 2023. "Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Pengalaman Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Shopee Di Kota

Singaraja.” *Ekuitas: Jurnal Pendidikan Ekonomi* 11(1): 116–22.
doi:10.23887/ekuitas.v11i1.60905

Setiobudi, A., Sudyasjayanti, C., & Danarkusuma, A. A. 2021. “Pengaruh Pengalaman Pelanggan, Kualitas Layanan Dan Kepercayaan Pelanggan Terhadap Kesiediaan Untuk Membayar.

Sopiah, Sangadji. 2021. “Analisis Pengaruh Kualitas Layanan Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada PT. Pegadaian (Persero) Cabang Syariah Banda Aceh.” *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam*, 7(1), 105-114

Rachmawati, I. 2020. “Importance Performance (IPMA) Analysis of Loyalty in Indonesia Cellular Operator During Covid-19 Pandemic. *Jurnal Manajemen Teknologi*, 177- 195.”

Zahara, Rita. 2020. “Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening.” *Jurnal Manajemen Strategi dan Aplikasi Bisnis* 3(1): 31–38. doi:10.36407/jmsab.v3i1.121.