

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP LOYALITAS
PELANGGAN DENGAN KEPUASAN PELANGGAN SEBAGAI VARIABEL
INTERVENING PADA TOKO KINANTHA KIDS STORE KOTA
BALIKPAPAN**

Juhairiyah¹, Sukimin², Nina Indriastuty³

¹²³Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Balikpapan

¹juhairiyah3@gmail.com

²Sukimin@uniba-bpn.ac.id

³Nina.indriastuty@uniba-bpn.ac.id

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh dari Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas pelanggan dengan Kepuasan pelanggan sebagai variabel intervening. Penelitian ini dilakukan pada pelanggan yang telah berkunjung dan melakukan transaksi minimal dua kali. Teknik pengambilan Teknik pengambilan sampel dengan *non probability sampling*. Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi metode kausal *step* serta angket sebagai alat pengumpulan data responden kemudian diolah dengan bantuan program Statistik SPSS dengan jumlah sampel 315. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah uji validitas, uji reliabilitas, uji normalitas, uji-F, uji-t, uji R, analisis regresi variable intervening dan *sobel test* untuk melihat seberapa besar variabel bebas mempengaruhi variabel terkait melalui variabel intervening. Berdasarkan hasil yang diperoleh dari penelitian ini, kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap Loyalitas pelanggan dengan Kepuasan pelanggan sebagai variabel intervening pada toko Kinantha Kids Store Kota Balikpapan. Kualitas pelayanan, kepuasan pelanggan memiliki pengaruh sebesar 18,9% terhadap loyalitas pelanggan, sedangkan sisana 81,1% dipengaruhi oleh variabel-variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Kata kunci: Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pelanggan, Loyalitas Pelanggan

ABSTRACT

The Objective of the research to the effect of Service Quality on Customer Loyalty with Customer Satisfaction as an intervening variable. This research was conducted on customers who have visited and made transactions at least twice. Sampling technique with non probability sampling. The analysis method used in this research is regression analysis of the causal step method and questionnaires as a means of collecting respondent data and then processed with the help of the SPSS Statistics programme with a sample size of 315. The data analysis techniques used in this study are validity test, reliability test, normality test, F-test, t-test, R-test, regression analysis of intervening variables and sobel test to see how much the independent variable affects the related variable through the intervening variable. Based on the results obtained from this study, service quality has a positive and significant influence on customer loyalty with customer satisfaction as an intervening variable at Kinantha Kids Store Balikpapan City. Service quality, customer satisfaction have an influence of 18.9% on

customer loyalty, while the remaining 81.1% is influenced by other variables not examined in this study.

Keywords: Service Quality, Customer Satisfaction, Customer Loyalty.

PENDAHULUAN

Era globalisasi ssaat ini, persaingan dalam bidang usaha fashion semakin ketat, dengan tren fashion yang terus berubah setiap tahun. Maka perusahaan perlu mengembangkan strategi pemasaran untuk mempertahankan konsumen melalui kualitas produk dan kualitas pelayanan atau jasa yaitu layanan yang baik dibandingkan pesaingnya, dan mempunyai rasa empati yang tinggi kepada konsumen. Dimana hasil produk dan layanan berpengaruh terhadap reputasi, yang pada akhirnya akan berpengaruh terhadap keputusan pembelian (Ekasari, 2020).

Pakaian bukan hanya sekedar untuk memenuhi kebutuhan primer, namun sudah lebih pada gaya hidup. Sehingga memilih pakaian bukan hanya pada fungsinya namun juga melihat trend yang sedang berlaku baik untuk pakaian usia dewasa dan pakaian anak-anak. Terbukti saat ini pakaian untuk anak- anak jauh lebih beragam dari model pakaian orang dewasa. Banyaknya model tersebut, terkadang orangtua sulit untuk menentukan pakaian yang cocok sesuai karakter anak. Disinilah, pentingnya peran orangtua untuk memilihkan pakaian yang cocok untuk anak (Hanifah, 2019). Guna memenuhi kebutuhan tersebut, masyarakat Kota Balikpapan membeli pakaian anak ditoko-toko terdekat. Sehingga penting bagi para perusahaan untuk memperhatikan apa saja yang dibutuhkan dan diinginkan oleh konsumen. Yang membuat konsumen merasa puas dan menjadikan konsumen sebagai pelanggan yang loyal.

Dan dari sekian banyaknya perusahaan yang bergerak dibidang industry fashion anak Kota Balikpapan, Kinantha Kids Store merupakan salah satu toko pakaian anak termurah yang terletak di Ruko Batakan, JL. Mulawarman, Sepinggan, Balikpapan Selatan dan mulai menjalankan usahannya sejak tahun 2019. Produk yang dijual oleh Kinantha Kids Store adalah pakaian anak untuk balita sampai remaja, perlengkapan bayi, dan aksesoris anak. Jika dilihat dari persaingan bisnis dibidang pakaian anak di kota Balikpapan, banyak toko pakaian anak yang buka di kota Balikpapan sehingga menyebabkan makin ketatnya persaingan.

Masalah loyalitas pelanggan menjadi masalah yang penting bagi perusahaan untuk dapat bertahan dan berkembang seiring dengan perkembangan zaman yang terjadi. Perusahaan tidak hanya dituntut untuk memenuhi kebutuhan produk dari pelanggan, karena banyak perusahaan dengan bisnis yang sama yang dapat memenuhi kebutuhan produk pelanggan. Perusahaan dituntut untuk memberikan nilai lebih bagi para pelanggan agar pelanggan tetap memilih perusahaan tersebut. Salah satu nilai lebih yang dapat memberikan dampak besar bagi pelanggan adalah kualitas pelayanan. (Santoso, 2021)

Toko Kinantha Kids Store tidak menawarkan jasa, tetapi jasa pelayanan oleh karyawan dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan dalam berbelanja. Dalam artian Pelayanan yang baik dapat memberikan nilai tambah dan memberikan manfaat bagi pelanggan. Pelayanan yang memuaskan merupakan strategi dalam kompetisi perusahaan dipasar untuk mempertahankan kedudukan suatu perusahaan. (Hartono, 2019)

Kualitas pelayanan menjadi hal yang paling penting diperhatikan. Karena kualitas pelayanan menjadi alat ukur minat beli ulang konsumen. Adanya kualitas

pelayanan diharapkan mampu memberikan rasa puas bagi para konsumennya. konsumen yang puas akan memiliki kepercayaan yang tinggi pada perusahaan dan tidak akan berpindah ketempat lain, bahkan ikut mempromosikan tempat tersebut kepada saudara atau teman, calon konsumen lain untuk menggunakan jasa pada perusahaan tersebut (Tirtayasa et al., 2021). konsumen yang menggunakan suatu produk atau jasa, dan menerima pelayanan berkualitas sehingga muncul perasaan puas maka secara tidak langsung dapat menciptakan loyalitas pelanggan. Sebagai strategi dalam pemasaran yang berhubungan dengan pelanggan adalah kualitas pelayanan (Soegesti, 2021)

Adanya argumen dari berbagai hasil penelitian maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian mengenai Toko Kinantha Kids Store dengan mengambil judul “Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan dengan Kepuasan Pelanggan sebagai variabel intervening pada toko Kinantha Kids Store Kota Balikpapan”.

TINJAUAN PUSTAKA

Manajemen Pemasaran

Manajemen pemasaran merupakan manajemen pemasaran sebagai seni dan ilmu memilih pasar sasaran dan meraih, mempertahankan, serta menumbuhkan pelanggan dengan menciptakan, menghantarkan, dan mengkomunikasikan nilai pelanggan yang unggul (Kotler, 2016). Manajemen pemasaran adalah seni dan ilmu untuk memilih pasar sasaran mendapatkannya, dan menumbuhkan pelanggan melalui penciptaan, penyerahan, dan mengkomunikasikan nilai pelanggan yang super. (Susilo, 2012). Makna lain dari pemasaran adalah proses perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan, dan pengawasan terhadap aktivitas-aktivitas yang terkait.

Kualitas Pelayanan

kualitas pelayanan pada dasarnya berpusat pada upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaiannya untuk mengimbangi harapan pelanggan (Indrasari, 2019). kualitas pelayanan adalah keuntungan eksternal yang dimaksud dapat diaplikasikan dalam proses produksi suatu barang (jasa), yaitu dimana kualitas produk (jasa) yang diberikan oleh perusahaan dapat menciptakan suatu persepsi positif dari pelanggan terhadap perusahaan serta menghasilkan suatu kepuasan dan loyalitas pelanggan (Lupiyoadi, 2013). Makna lain dari kualitas layanan adalah tingkat kepuasan atau kepuasan pelanggan terhadap layanan yang diberikan oleh penyedia jasa.

Kepuasan Pelanggan

kepuasan adalah perasaan puas atau kecewa seseorang yang dihasilkan dari perbandingan performa produk atau hasil dengan ekspektasi. Jika performanya kurang dari ekspektasi maka nasabah akan kecewa dan jika sesuai dengan ekspektasi nasabah akan merasa puas diartikan sebagai upaya pemenuhan sesuatu atau membuat sesuatu memadai (Kotler, 2016). kepuasan pelanggan merupakan faktor kunci bagi pelanggan dalam melakukan pembelian ulang yang merupakan porsi terbesar dari volume penjualan perusahaan (Indrasari, 2019). Dari beberapa definisi para ahli diatas, dapat disimpulkan bahwa kepuasan adalah perasaan senang yang timbul ketika seseorang merasa bahwa kebutuhan atau keinginannya telah terpenuhi.

Loyalitas Pelanggan

Loyalitas pelanggan merupakan salah satu tujuan inti yang diupayakan dalam pemasaran modern, hal ini dikarenakan dengan loyalitas diharapkan perusahaan akan mendapatkan keuntungan jangka panjang atas hubungan mutualisme yang terjalin dalam kurun waktu tertentu. loyalitas pelanggan adalah komitmen (Putri et al., 2021). loyalitas pelanggan adalah komitmen tinggi pelanggan untuk membeli ulang meskipun ada pengaruh lain dan upaya pemasaran yang cenderung menimbulkan perilaku berpindah (Halim et al., 2021). Berdasarkan beberapa pendapat para ahli diatas, dapat diambil kesimpulan bahwa loyalitas pelanggan merupakan sebuah perilaku yang dilakukan seorang pelanggan untuk melakukan pembelian ulang dengan rasa komitmen yang tinggi untuk tetap memilih produk atau jasa tertentu tanpa berpindah ke produk atau jasa lain.

METODE PENELITIAN

Metode penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif merupakan data yang menyerupai angka, dicatat, diamati secara fisik, diklasifikasi serta diolah berlandaskan tempat dan waktu yang cocok dengan permasalahan. Lokasi penelitian ini adalah Toko Kinantha Kids Store yang terletak di Ruko Batakan, JL. Mulawarman, Sepinggian, Balikpapan Selatan Kota Balikpapan, diketahui populasi konsumen salon selama 3 bulan, dari bulan September sampai dengan bulan November pada tahun 2023 adalah 1.738 konsumen.

Untuk menentukan sampelnya menggunakan rumus Isaac dan Michael dengan tingkat kesalahan 5% adalah sebanyak 315 responden. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *Non Probability Sampel*, yaitu teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang/kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel (Sugiyono, 2017). Hasil data yang di dapatkan kemudian di olah dengan menggunakan sistem SPSS 25.

Data yang digunakan dalam penelitian tersebut yaitu data sekunder, agar memudahkan untuk peneliti mengambil sebuah data yang diperlukan. Uji yang digunakan adalah Uji Instrumen, Uji Asumsi Klasik, Uji F, Uji t dan Uji R.-Metode analisis data dalam penelitian ini regresi linier metode kausal *step* dan *Sobel Test*.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Validitas

Tabel 1. Hasil Uji Validitas

Variabel	Item	Pearson Correlations	r-tabel n = 30	keterangan
Kualitas Pelayanan	X1	0,800	0,361	Valid
	X2	0,703	0,361	Valid
	X3	0,622	0,361	Valid
	X4	0,680	0,361	Valid
	X5	0,768	0,361	Valid
Kepuasan Pelanggan	Z1	0,707	0,361	Valid
	Z2	0,823	0,361	Valid

	Z3	0,690	0,361	Valid
Loyalitas Pelanggan	Y1	0,728	0,361	Valid
	Y2	0,811	0,361	Valid
	Y3	0,473	0,361	Valid
	Y4	0,720	0,361	Valid

Sumber : Data diolah dengan SPSS versi 25.0

Berdasarkan tabel 1 dapat diketahui besarnya koefisien korelasi (*Pearson Correlations*) dari setiap pertanyaan untuk semua variabel pada Toko Kinantha Kids Store mempunyai nilai *Pearson Correlation* yang positif dan $< r$ -tabel yaitu 0,361 ($n = 30$).

Uji Reliabilitas

Tabel 2. Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Nilai Cronbach Alpha	Nilai Kritis	Keterangan
Kualitas Pelayanan (X)	0,887	0,70	Reliabel
Kepuasan Pelanggan (Z)	0,784	0,70	Reliabel
Loyalitas Pelanggan (Y)	0,870	0,70	Reliabel

Sumber : Data diolah dengan SPSS versi 25.0

Berdasarkan Tabel 2 dapat diketahui semua variabel pada Rumah Cantik Sabina mempunyai *Cronbach Alpha* $< 0,70$ sehingga penelitian ini reliabel dan dapat diandalkan.

Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

Tabel 3. Hasil Uji Normalitas

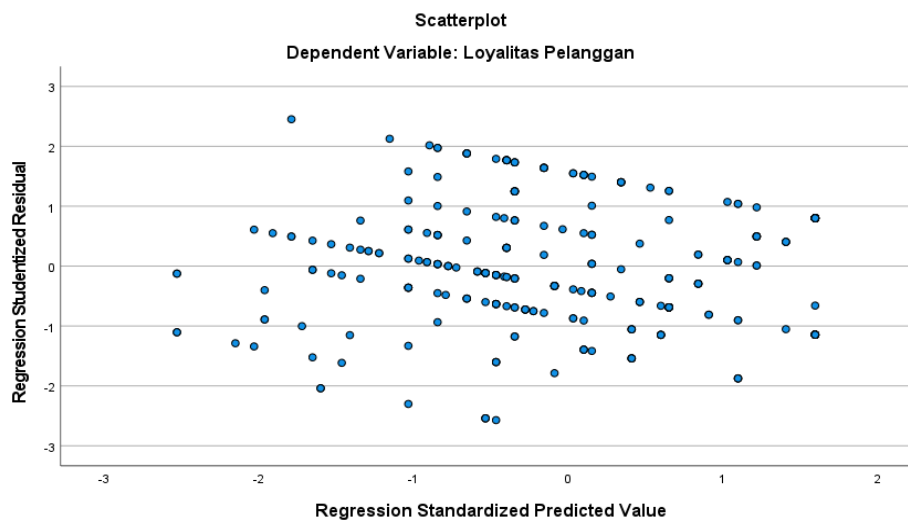
		Unstandardized Residual
N		315
Normal Parameters	Mean	.0000000
	Std. Deviation	.51537137
Most Extreme Differences	Absolute	.049
	Positive	.047
	Negative	-.049
Test Ststistic		.049
Asymp. Sig. (2-tailed)		.061

Sumber: Data diolah dengan SPSS versi 25.0

Berdasarkan Tabel 3 hasil uji normalitas menggunakan metode *Kolmogorov-Smirnov* dapat dilihat bahwa nilai residual berdistribusi normal. Hal ini dapat dibuktikan dengan nilai *Asymp. Sig* 0,061 yang lebih besar dari nilai signifikansi 0,05.

Uji Heteroskedastisitas

Gambar 1. Hasil Uji Heteroskedastisitas



Pada Gambar 1 terlihat bahwa titik-titik menyebar secara acak serta tersebar baik diatas maupun dibawah angka 0 pada sumbu Y. Maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi *heteroskedastisitas* pada model regresi dalam penelitian ini.

Uji Multikolinieritas

Tabel 4. Hasil Uji Multikolinieritas

Variabel	Collinearity Statistic		Standar Tolerance	Standar VIF	Keterangan
	Tolerance	VIF			
Kualitas Pelayanan (X)	0,975	1,025	0,10	10	Tidak terjadi multikolinieritas
Kepuasan Pelanggan (Z)	0,975	1,025	0,10	10	Tidak terjadi multikolinieritas

Sumber : Data diolah dengan SPSS versi 25.0

Berdasarkan Tabel 4 data dalam penelitian ini tidak terdapat masalah multikolinieritas. Hal ini dapat dibuktikan dengan menilai *Tolerance* masing-masing variabel, variabel kualitas pelayanan (X) dengan nilai *Tolerance* sebesar 0,975 dan VIF 1,025, variabel kepuasan pelanggan (Z) nilai *Tolerance* sebesar 0,975 dan VIF 1,025.

Analisis Regresi Variabel Intervening

Persamaan I

Tabel 5. Hasil Analisis Regresi Persamaan I
 Kualitas Pelayanan (X) terhadap Loyalitas Pelanggan (Y)

Variabel	B	Sig
(constant)	2,915	,000
Kualitas Pelayanan	,295	,000

Sumber: Data diolah dengan SPSS versi 25.0

Berdasarkan tabel 5 diatas diketahui nilai signifikansi dari variabel kualitas pelayanan (X) sebesar $0,000 < \alpha = 0,05$ yang berarti H_0 ditolak sehingga memberikan pengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan (Y). Maka model regresi dapat dilihat pada persamaan berikut:

$$Y = 2,915 + 0,372X$$

Persamaan II

Tabel 6. Hasil Analisis Regresi Persamaan II
 Kualitas Pelayanan (X) terhadap Kepuasan Pelanggan (Z)

Variabel	B	Sig
(constant)	3.655	,000
Kualitas Pelayanan	.163	,005

Sumber: Data diolah dengan SPSS versi 25.0

Berdasarkan tabel 6 diatas diketahui nilai signifikansi dari variabel kualitas pelayanan (X) sebesar $0,005 < \alpha = 0,05$ yang berarti H_0 ditolak sehingga memberikan pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Y). Maka model regresi dapat dilihat pada persamaan berikut:

$$M = 3,655 + 0,163X$$

Persamaan III

Tabel 7. Hasil Analisis Regresi Persamaan III
 Kualitas Pelayanan (X), Kepuasan Pelanggan (Z), terhadap Loyalitas Pelanggan (Y)

Variable	B	Sig
(constant)	1.557	.000
Kualitas Pelayanan	.235	.000
Kepuasan Pelanggan	.372	.000

Sumber: Data diolah dengan SPSS versi 25.0

Berdasarkan Tabel 7 diatas diketahui nilai signifikansi dari Variabel kualitas pelayanan (X) sebesar $0,000 < \alpha = 0,05$ yang berarti H_0 ditolak sehingga memberikan pengaruh terhadap kinerja karyawan (Y). Dan besar kontribusi nilai kepuasan pelanggan (Z) sebesar $0,000 < \alpha = 0,05$ yang berarti H_0 ditolak sehingga memberikan pengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan (Y), maka model regresi dapat dilihat pada persamaan berikut:

$$Y = 1,557 + 0,235X + 0,372Z$$

Tabel 8. Tabel F Untuk Persamaan 1, 2 dan 3

Persamaan	F	Sig	Keputusan	Keterangan
Persamaan 1	23,958	,000 ^b	Ho ditolak	Signifikan
Persamaan 2	7.934	.005 ^b	Ho ditolak	Signifikan
Persamaan 3	36.264	.000 ^b	Ho ditolak	Signifikan

Sumber: Data diolah dengan SPSS versi 25.0

a. Uji F persamaan 1

Dapat dilihat pada persamaan 1 uji F diperoleh nilai sig. $(0,000) \leq (0,05)$ atau $F_{hitung} (23,958) > F_{tabel} (3,87)$ maka H_0 ditolak artinya minimal ada satu variabel bebas yang

- berpengaruh signifikan terhadap Y.
- b. Uji F persamaan 2 uji F diperoleh nilai sig. $(0,005) \leq (0,05)$ atau $F_{hitung} (7,934) > F_{tabel} (3,87)$ maka H_0 ditolak artinya minimal ada satu variabel bebas yang berpengaruh signifikan terhadap Z.
 - c. Uji F persamaan 3 uji F diperoleh nilai sig. $(0,000) \leq (0,05)$ atau $F_{hitung} (36,264) > F_{tabel} (3,87)$ maka H_0 ditolak artinya minimal ada satu variabel bebas X ataupun Z yang berpengaruh signifikan terhadap Y.

Tabel 9. Tabel t untuk Persamaan 1,2 dan 3

Persamaan	T	Sig	Keputusan	Keterangan
Persamaan 1	4,895	.000	Ho ditolak	Signifikan
Persamaan 2	2.817	.005	Ho ditolak	Signifikan
Persamaan 3 var. X	4.107	.000	Ho ditolak	Signifikan
Persamaan 3 var. Z	6.722	.000	Ho ditolak	Signifikan

Sumber: Data diolah dengan SPSS versi 25.0

- a. Uji t persamaan 1
 Berdasarkan pengujian diperoleh nilai sig $(0,000) < 0,05$ ataupun $T_{hitung} (4,895) > T_{tabel} (1,967)$ maka H_0 ditolak artinya variabel kualitas pelayanan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel loyalitas pelanggan.
- b. Uji t persamaan 2
 Berdasarkan pengujian diperoleh nilai sig $(0,005) < 0,05$ ataupun $T_{hitung} (2,817) > T_{tabel} (1,967)$ maka H_0 ditolak artinya variabel kualitas pelayanan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel kepuasan pelanggan
- c. Uji t persamaan 3
 Berdasarkan pengujian diperoleh nilai pertama sig $(0,000) < 0,05$ ataupun $T_{hitung} (4,107) > T_{tabel} (1,967)$ maka H_0 ditolak artinya variabel kualitas pelayanan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel loyalitas pelanggan. Dan pada nilai kedua sig $(0,000) < 0,05$ ataupun $T_{hitung} (6,722) > T_{tabel} (1,967)$ maka H_0 ditolak yaitu variabel Kepuasan Pelanggan mempunyai pengaruh signifikan terhadap variabel loyalitas pelanggan.

Tabel 10. Hasil Koefisien Determinasi

Model	R Square
Persamaan 1	0,071
Persamaan 2	0,025
Persamaan 3	0,189

- a. persamaan (1) Kualitas Pelayanan (X) terhadap Loyalitas Pelanggan (Y) nilai koefisien determinasi sebesar 0,071. Menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan memiliki kontribusi dalam mempengaruhi loyalitas pelanggan sebesar 7,1%.
- b. Persamaan (2) Kualitas Pelayanan (X) terhadap Kepuasan Pelanggan (Z) nilai koefisien determinasi sebesar 0,025. Variabel kualitas pelayanan memiliki kontribusi dalam mempengaruhi kepuasan pelanggan sebesar 2,5%.
- c. Persamaan (3) meregresikan Kualitas Pelayanan (X), Kepuasan Pelanggan (Z) terhadap Loyalitas Pelanggan (Y) nilai koefisien determinasi sebesar 0,189. Variabel kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan memiliki kontribusi dalam mempengaruhi loyalitas pelanggan sebesar 18,9%.

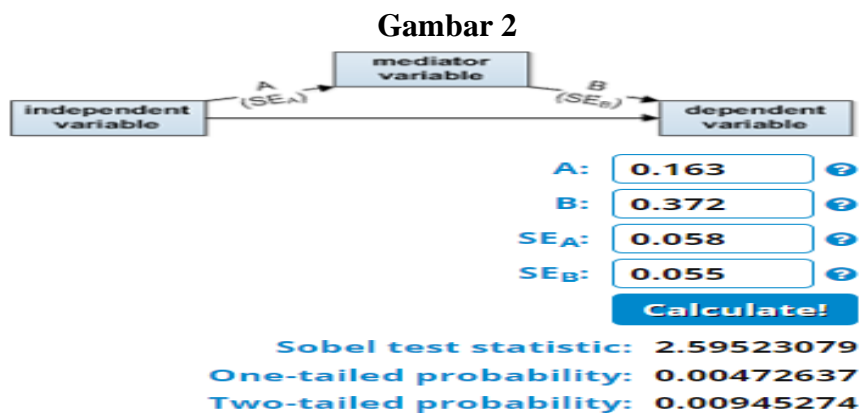
Sobel Test

Uji sobel dilakukan dengan menguji kekuatan pengaruh tidak langsung (*indirect effect*) variabel independen (X) ke variabel dependen (Y) melalui variabel intervening (Z). Maka besarnya *standard error* pengaruh tidak langsung (*indirect effect*) S_{ab} dapat dihitung dengan rumus sobel *test* sebagai berikut:

$$S_{ab} = \sqrt{b^2 sa^2 + a^2 sb^2 + sa^2 sb^2}$$

- a = 0,163 = jalur X ke Z
- b = 0,372 = jalur Z ke Y
- sa = 0,058 = Standar *error* koefisien a
- sb = 0,055 = Standar *error* koefisien b

Dengan memasukkan nilai-nilai a, b, Sa, dan Sb ke dalam persamaan sobel diatas tersebut, diperoleh nilai $S_{ab} = 0,000556071$. Untuk memperoleh t hitung dari pengaruh tidak langsung variabel kualitas pelayanan (X) yang dimediasi oleh variabel Kepuasan Pelanggan (Z) terhadap Loyalitas Pelanggan dapat dihitung menggunakan kalkulator tes sobel sebagai berikut. Seperti cara manual, nilai-nilai a,b,Sa, dan Sb dimasukkan sebagai input. Kalkulator akan menghitung secara otomatis, menghasilkan nilai t hitung sebesar 2,595 sebagaimana ditunjukkan pada gambar 2.



Sumber: Sobel Test Caculator (2024)

Dari perhitungan diatas, nilai statistik (z-value) untuk pengaruh variabel Kepuasan Pelanggan antara Kualitas Pelayanan dan Loyalitas Pelanggan sebesar 2,595 dan p-value sebesar 0,009 .Karena z-value > dari t-tabel (1,96) atau p-value < $\alpha = 0,05$, maka dapat disimpulkan bahwa *inderect effect* atau pengaruh tidak langsung signifikan.

KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil uji penelitian mengenai Kualitas Pelayanan, Loyalitas Pelanggan, dan Kepuasan Pelanggan pada Toko Kinantha Kids Store Kota Balikpapan, dapat diambil kesimpulan bahwa:

1. Bahwa Kualitas Pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan pada Toko Kinantha Kids store Kota Balikpapan, sehingga hipotesis dapat diterima.
2. Bahwa Kepuasan Pelanggan berpengaruh secara signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan pada Toko Kinantha Kids store Kota Balikpapan, sehingga hipotesis dapat diterima

3. Bahwa Kualitas Pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan pada Toko Kinantha Kids store Kota Balikpapan, sehingga hipotesis dapat diterima.
4. Bahwa Kualitas Pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan melalui Kepuasan Pelanggan sebagai variabel *intervening* pada Toko Kinantha Kids store Kota Balikpapan, sehingga hipotesis dapat diterima.

Dan adapun saran-saran yang dapat diberikan melalui hasil penelitian agar mendapatkan hasil yang lebih baik lagi yaitu:

1. Kepada pihak Kinantha Kids Store Kota Balikpapan harus terus memperhatikan Kualitas Pelayanan dalam upaya meningkatkan Kepuasan pelanggan dan menciptakan Loyalitas pelanggan. Hal tersebut dikarenakan, perkembangan yang semakin pesat mempengaruhi persepsi pelanggan.
2. Pihak Kinantha Kids Store Kota Balikpapan harus senantiasa mempertahankan Kepuasan Pelanggan dalam upaya menciptakan pelanggan yang loyal dengan meningkatkan kualitas pelayanan. Hal ini karena kepuasan merupakan kunci perusahaan untuk membentuk Loyalitas pelanggan, selain itu Kualitas pelayanan yang memuaskan juga dapat menciptakan Loyalitas pelanggan. Namun Loyalitas pelanggan baru diperoleh jika pelanggan sudah merasa puas. Maka demikian pihak Kinantha Kids Store Kota Balikpapan harus berupaya mempertahankan Kepuasan pelanggan.
3. Bagi peneliti selanjutnya yang tertarik melakukan penelitian sejenis diharapkan untuk mengobservasi dan mengeksplorasi lebih jauh mengenai permasalahan-permasalahan yang terdapat pada Toko Kinantha Kids Store Kota Balikpapan pada khususnya dan objek lain pada umumnya dengan menambah variabel-variabel lain seperti harga, persepsi, sarana dan prasarana selain itu juga disarankan menggunakan metode analisis yang lain agar mendapatkan data dan informasi yang lebih akurat.

DAFTAR PUSTAKA

- Chandra, H., & Santoso, T. (2021). Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Pelanggan Di Toko Tas Serui Makassar. *Agora*, 9(2). <https://publication.petra.ac.id/index.php/manajemen-bisnis/article/view/11709>
- Ekasari, R., & Pramudita, R. A. (2020). Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian. *Ecopreneur*.12, 3(1). <https://doi.org/10.51804/econ12.v3i1.678>
- Fatihudin, firmansyah. (2019). Pemasaran Jasa. In *strategi, mengukur kepuasan, dan loyalitas pelanggan*. deepublish.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. badan penerbit universitas diponegoror.
- Halim, F., Kurniullah, A. Z., & Butarbutar, M. (2021). *Manajemen Pemasaran jJsa*. Yayasan Kita Menulis.
- Hanapi, A., & Arianto, N. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan dengan Kepuasan sebagai Variabel Intervening pada CV RJ Depok. *Jurnal Ilmiah Swara Manajemen*, 1(1), 97–112.

- Hanifah, fuaida nur. (2019). *Pengembangan Usaha Pakaian Anak Perempuan “Zhafirakids.”*
[https://dspace.uui.ac.id/bitstream/handle/123456789/8494/LAPORAN TUGAS AKHIR FUAIDA NUR HANIFAH.pdf?sequence=1](https://dspace.uui.ac.id/bitstream/handle/123456789/8494/LAPORAN_TUGAS_AKHIR_FUAIDA_NUR_HANIFAH.pdf?sequence=1)
- Hartono, R. (2019). *Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Sebagai Variabel Intervening Di Toko Kalimas.*
<https://media.neliti.com/media/publications/287284-analisis-pengaruh-kualitas-pelayanan-ter-1d6cbca7.pdf>
- Hermanto. (2019). *Faktor Pelayanan, Kepuasan, dan Loyalitas Pelanggan.* jakad publishing surabaya.
- Indrasari, meithiana. (2019). *Pemasaran Dan Kepuasan Pelanggan.* unitomo press.
- Instagram.com. (2023). *No Title.* <https://www.instagram.com>
- Khoirunnisa, A., & Wijayanto. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Indihome Di Kota Semarang. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis, 10*(1), 672–680. <https://doi.org/10.14710/jiab.2021.29180>
- Kotler, K. (2016). Severo Ochoa, Winner Of The Nobel Prize For Physiology And Medicine. His Life And Work. In *Boletin cultural e informativo - Consejo General de Colegios Medicos de España* (Vol. 22).
- Lailah, salsa nurnajmi. (2022). *Industri Pakaian Dan Fashion Di Indonesia.* Kumparan.Com. <https://kumparan.com/salsanurnajmi14/industri-pakaian-dan-fashion-di-indonesia-1zPlgWD84PX/full>
- Limakrisna, N., & Susilo, W. H. (2012). *Manajemen Pemasaran Teori Dan Aplikasi Dalam Bisnis.* Penerbit Mitra Wacana Media.
- Lupiyoadi, R. (2013). *Manajemen Pemasaran Jasa* (edisi keti). selemba empat.
- Munawaroh, Yuniarti, D., & Nor Hayati, M. (2015). Analisis Regresi Variabel Mediasi dengan Metode Kausal Step (Studi Kasus: Produk Domestik Regional Bruto (PDRB) Perkapita di Provinsi Kalimantan Timur Tahun 2011-2013). *Jurnal EKSPONENSIAL, 6*(2), 193–199.
- Nutaella, C., & Anisa, F. (2020). Pengaruh Kepuasan Kerja Terhadap Kinerja Individual dengan Self Efficacy sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan, 8*(3), 349–360. <https://doi.org/10.37641/jimkes.v8i3.400>
- Pasianus, O., & Kana, any agus. (2021). Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Sebagai Variabel Intervening Pada Swalayan Pamella Enam Yogyakarta. *Pasianus & Any Agus Kana, 2*(2), 197–216.
- Prihandoyo, abdiannur, indriastuty, N. (2018). *manajemen pemasaran.* Nusa literasi inspirasi.
- Prihandoyo, Abdiannur, & Indriastuty, N. (2018). *Manajemen Pemasaran.* Nusa Litera Inspirasi.
- Putri, puput melinda, & Soegesti, dwi gema. (2021). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Bisnis Retail Di Lampung. 1*(3), 1–15.
- Putri, F. K., Tumbel, A. L., & Djemly, W. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada PT. Matahari Department Store Di Mantos 2. *Jurnal EMBA, 9*(1), 1428–1438. <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/article/view/33202>
- Rondhi, m. (2016). *Analisis Kuantitatif* (1st ed). universitas jember.

- Sambodo, R. (2021). Faktor-Faktor Kepuasan Pelanggan Dan Loyalitas Pelanggan (Literature Review Manajemen Pemasaran). *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 3(1), 104–114. <https://doi.org/10.31933/jimt.v3i1.707>
- Sinolla, M. (2019). *Pengukuran Kualitas Pelayanan (Servqual-Parasuraman) Dalam Membentuk Kepuasan Pelanggan Sehingga Tercipta Loyalitas Pelanggan (Studi Kasus Pada Toko Mayang Collection Cabang Kapanjen)*.
- Sugiyono. (2017). *metode penelitian kuantitatif kualitatif dan R&D* (26th ed.). Alfabeta.
- Suharno, & Sutarso, Y. (2015). *marketing in practice*. Graha Ilmu.
- Tirtayasa, S., Lubis, A. P., & Khair, H. (2021). Keputusan Pembelian : Sebagai Variabel Mediasi Hubungan Kualitas Produk Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Konsumen. *Inspirasi Bisnis Dan Manajemen*, 5(1), 67–86.
- Tjiptono, F., & Adriana, D. (2017). *Manajemen Pemasaran Strategik*.
- widyana, A. Nurhidayati, M. (2022). Pengaruh Display Produk, Lokasi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Swalayan Surya Mandiri Siwalan Mlarak Ponorogo. *Niqosiya: Journal of Economics and Business Research*, 2(1), 157–174. <https://doi.org/10.21154/niqosiya.v2i1.749>
- Wiradarma, I. G. N., & Gede Suasana, I. G. A. K. (2019). Peran Kepuasan Pelanggan Memediasi Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pull&Bear Kuta – Bali. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 8(6), 3987. <https://doi.org/10.24843/ejmunud.2019.v08.i06.p25>
- Yudhanto, B., Waloejo, H. D., & Farida, N. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Konsumen melalui Kepuasan Konsumen sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Konsumen Susuku Café Ungaran). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 11(2), 142–150. <https://doi.org/10.14710/jiab.2022.34203>