

Pengaruh Kualitas Layanan dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan di Boncafe Pentacity Mall Balikpapan

Mei Dita Maharani^{1*}, Iswati¹

¹ Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi IBMT Surabaya

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan mengetahui pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Pelanggan. Penelitian ini dilaksanakan di Boncafe Pentacity Mall Balikpapan Pada Tahun 2024 yang dimana peneliti berhadapan langsung dengan responden. Responden dalam penelitian ini merupakan pengunjung yang loyal sehingga berkunjung lebih dari satu kali, Jumlah responden dalam penelitian ini ditetapkan 50 responden dengan menggunakan teknik pengambilan sampel yang skala Likert untuk menilai variabel-variabel yang diteliti. Analisis data dilakukan melalui serangkaian uji statistik, termasuk uji validitas dan reliabilitas untuk memastikan keandalan instrumen, serta analisis koefisien determinasi, regresi linier berganda, uji t, dan uji F untuk menguji hipotesis penelitian. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa: Terdapat pengaruh positif langsung Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan. Terdapat Pengaruh positif langsung Kepuasan terhadap Loyalitas. Terdapat pengaruh positif langsung Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas. Terdapat pengaruh positif tidak langsung Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap Loyalitas.

ABSTRACT

This study aims to determine the effect of Service Quality on Customer Satisfaction and Customer Loyalty. This research is conducted at Boncafe Pentacity Mall Balikpapan in 2024 where the researcher is face to face with the respondents. Respondents in this study are loyal visitors who visit more than once, the number of respondents in this study is set at 50 respondents by using

ARTICLE INFO

Article history:

Received August 20, 2024

Revised September 01, 2024

Accepted September 04, 2024

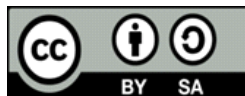
Available online September 05, 2024

Kata Kunci:

Gualitas Pelayanan; Kepuasan Pelanggan; Loyalitas Pelanggan; Boncafe Pentacity Mall; Balikpapan

Keywords:

Quality of Service; Customer Satisfaction; Customer Loyalty; Boncafe Pentacity Mall; Balikpapan



This is an open access article under the [CC BY-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/) license.

Likert scale sampling technique to assess the variables under study. Data analysis was carried out through a series of statistical tests, including validity and reliability tests to ensure instrument reliability, as well as coefficient of determination analysis, multiple linear regression, t test, and F test to test the research hypothesis. The results of this study indicate that: There is a direct positive effect of Service Quality on Satisfaction. There is a direct positive effect of Satisfaction on Loyalty. There is a direct positive effect of Service Quality on Loyalty. There is an indirect positive effect of Service Quality on Loyalty.

1. PENDAHULUAN

Bisnis restoran adalah bisnis yang selalu mengutamakan kualitas pelayan dan citarasa untuk memberikan kepuasan terhadap konsumen. Sama seperti perusahaan perusahaan lainnya yang menghasilkan jasa dan barang, bisnis restoran juga bisnis yang mengusahakan kepuasan konsumennya sehingga konsumen merasa puas dan akan Kembali lagi untuk berlangganan di restoran tersebut, karena tanpa konsumen restoran pun tidak akan jadi apa-apa. Pelanggan dan karyawan pun harus berinteraksi sehingga menciptakan jasa. Disisi lain dari segi barang atau citarasa khas dari restoran tersebut pun harus diperhatikan dan dipertahankan sehingga pelanggan pun puas dari segi jasa pelanggan akan merasa puas dan dari segi rasa pun pelanggan juga akan merasa puas.

Dalam pengelolaan jasa khususnya restoran tentunya diperlukan manajemen operasional yang baik dalam mengelola restoran oleh karena itu upaya perbaikan manajemen operasional juga sangat penting yang tentunya untuk meningkatkan kinerja perusahaan. Manajemen operasional menjadi komponen penting dalam perusahaan jasa. Manajemen operasi sebagai proses yang secara berkesinambungan dan efektif menggunakan fungsi-fungsi manajemen untuk mengintegrasikan berbagai sumber daya secara efisien dalam rangka mencapai tujuan (Atmaja, 2017).

Kinerja perusahaan juga merupakan salah satu tujuan utama dari tiap restoran. Untuk memenuhi kebutuhan konsumen dan mempertahankan kepuasan pelanggan tentunya diperlukan beberapa trik dan strategi yang jitu agar produknya mampu memberikan kepuasan serta mampu bersaing di pasar era sekarang. Dalam menghadapi persaingan pun perusahaan harus bisa menempatkan dirinya di tengah-tengah persaingan bisnis yang semakin ketat. Upaya yang dilakukan perusahaan agar dapat memuaskan konsumen dengan harapan konsumen melakukan pembelian ulang. Tentunya memberikan nilai tambah bagi perusahaan di mana produk yang di tawarkan ternyata

*Corresponding author

E-mail addresses: Mdditaa@gmail.com

mampu bersaing di pasar dan perusahaan juga mendapatkan keuntungan. Keuntungan tersebut membawa usaha lebih luas dari hari ke hari, dengan menciptakan produk baru yang menarik dan unik membuat konsumen loyal (Ransulangi, Mandey, & Tumbuan, 2015).

Industri restoran merupakan salah satu industri yang memadukan layanan dan produk. Dengan memberikan pelayanan yang baik dan kualitas produk yang baik maka akan menciptakan kinerja perusahaan yang baik pula. Di era persaingan yang semakin ketat saat ini semakin menuntut pebisnis agar mampu memaksimalkan kinerja perusahaannya supaya mampu bersaing di pasar global. Perusahaan pun harus berusaha keras mempelajari dan memahami kebutuhan serta keinginan pelanggannya. Dengan memahami kebutuhan pelanggan maka akan memberikan masukan penting bagi sebuah perusahaan sehingga terciptalah comment comment dari para konsumen yang nantinya menunjang perbaikan pelayanan dan kualitas produk perusahaan dan merancang strategi bisnis agar dapat menciptakan rasa senang bagi pelanggannya. Untuk mencapai kinerja perusahaan yang baik di dalam bisnis restoran ada banyak cara yang bisa digunakan, antara lain menjual makanan dan minuman yang berkualitas serta beragam dan berinovasi, memberikan layanan yang terbaik, dan juga suasana restoran pun menjadi salah satu elemen penting yang menunjang kinerja perusahaan.

Adapun beberapa faktor yang dianggap berpengaruh dalam kinerja restoran yaitu kualitas layanan, kualitas makanan dan kualitas lingkungan, fisik. Untuk membentuk persepsi pelanggan atas restoran yang mereka kunjungi kualitas pelayanan harus difungsikan secara baik dan sesuai prosedur. Pada dasarnya kualitas pelayanan merupakan pelayanan yang di dapatkan oleh konsumen sehingga konsumen dapat memberikan penilaian tentang pelayanan yang mereka dapatkan di suatu restoran. Bagi pengusaha restoran yang kompetitif adalah menyesuaikan atau memenuhi atau bahkan melebihi mutu yang diinginkan oleh konsumen, dan jika pelayanan itu sesuai harapan konsumen maka akan bisa memberikan penilaian yang baik terhadap pelayanan restoran tersebut. Dan di era bisnis saat ini bisa di asumsikan bahwasannya untuk mendapatkan keuntungan yang banyak terletak pada kualitas pelayanan dan citarasa yang tinggi dan memuaskan. Kualitas tidak hanya terdapat pada produk atau jasa saja, melainkan dalam produk makanan juga terdapat kualitas. Pelanggan yang datang untuk mencari makanan tentu ingin membeli makanan yang berkualitas. Menurut Fiani & Edwin (2012), kualitas makanan merupakan peranan penting dalam keputusan pembelian konsumen, sehingga dapat diketahui bila kualitas makanan meningkat, maka keputusan pembelian akan meningkat juga. Makanan merupakan bagian paling penting dari keseluruhan pengalaman restoran. Kualitas makanan di restoran dapat ditinjau dari segi rasa, tampilan, variasi menu serta suhu (Evirasanti, Rahyuda, & Yasa, 2016).

Boncafe yang didirikan tahun 1977 ini menggambarkan bagaimana lingkungan yang dibangun dapat mempengaruhi baik konsumen maupun pegawai dalam sebuah industri jasa. Lingkungan fisik (servicescape) yang sengaja dibuat memiliki peran penting dalam mempengaruhi perilaku konsumen pada lingkungan jasa. Berbagai faktor yang dapat berhubungan dengan lingkungan fisik (servicescape) antara lain seperti gedung, perabotan, interior, pencahayaan, warna, dekor, karyawan dan sebagainya. Hightower & Shariat (2009) menyebutkan bahwa layanan servicescape terdiri dari tiga dimensi utama yaitu, ambient dimension merupakan suasana non-visual, kondisi latar belakang dilingkungan pelayanan. Penelitian ini berusaha menjawab pengaruh kualitas layanan, kualitas makanan, dan lingkungan fisik terhadap kinerja perusahaan. Berdasarkan uraian diatas, maka judul penelitian ini adalah: Pengaruh Kualitas pelayanan terhadap kepuasan dan loyalitas pelanggan di Boncafe Pentacity Mall Balikpapan.

2. METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan populasi sebanyak 150 orang pelanggan Boncafe Pentacity Mall Balikpapan. Sampel penelitian diambil berdasarkan rumus Slovin dengan margin error 10%, sehingga menghasilkan sampel sebanyak 60 orang. Data yang dikumpulkan dalam penelitian ini bersifat kuantitatif, yang mencakup data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh langsung dari responden melalui kuesioner, sementara data sekunder didapatkan dari berbagai sumber seperti literatur, jurnal, buku, dan situs internet yang relevan dengan penelitian. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan menyebarkan kuesioner kepada pelanggan Boncafe, yang terdiri dari dua bagian: informasi pribadi dan konsumsi produk serta pengukuran variabel untuk hipotesis menggunakan skala Likert.

Untuk analisis data, penelitian ini menerapkan berbagai uji statistik. Uji validitas menggunakan korelasi product moment untuk memastikan instrumen yang digunakan valid, sedangkan uji reliabilitas dilakukan dengan Cronbach's Alpha untuk memastikan konsistensi data. Penelitian juga melakukan uji asumsi klasik, termasuk uji normalitas dengan Kolmogorov-Smirnov dan uji multikolinearitas menggunakan tolerance value dan VIF. Analisis regresi linear berganda digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen, dengan hasil yang diukur menggunakan persamaan regresi. Tujuannya adalah untuk memahami bagaimana kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan mempengaruhi loyalitas pelanggan di Boncafe.

Pengujian hipotesis dilakukan melalui uji koefisien determinasi (R^2), uji t, dan uji F. Koefisien determinasi digunakan untuk mengukur sejauh mana model regresi dapat menjelaskan variabilitas variabel dependen. Uji t digunakan untuk menilai pengaruh individual variabel independen terhadap variabel dependen, sedangkan uji F menilai pengaruh keseluruhan variabel independen secara simultan terhadap variabel dependen. Hasil dari uji-uji

ini memberikan gambaran tentang signifikansi hubungan antara variabel-variabel yang diteliti, sehingga membantu dalam memahami faktor-faktor yang memengaruhi loyalitas pelanggan di Boncafe.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Uji Instrumen Data

Uji Validitas

Hasil Uji Validitas Promosi (X1)

Tabel 1. Uji Validitas Promosi

No	Pernyataan	r hitung	t tabel	Sig.	Keterangan
1.	Apakah Variasi makanan dan Rasa Makanan membuat anda cukup puas	0,813	0,214	0,001	Valid
2.	Apakah rasa saus steak boncafe cukup autentik	0,798	0,214	0,001	Valid
3.	Apakah makanan tersaji dengan cukup cepat	0,862	0,214	0,001	Valid
4.	Apakah pelayanan boncafe cukup ramah, dan cekatan	0,881	0,214	0,001	Valid
5.	Apakah outlet cukup bersih dan membuat anda nyaman	0,919	0,214	0,001	Valid
6.	Apakah harga sebanding dengan kualitas	0,902	0,214	0,001	Valid

Tabel di atas menunjukkan bahwa semua item pertanyaan pada variabel promosi (X1) memiliki nilai r hitung > r tabel, yaitu 0,214. Berdasarkan hal tersebut, dapat disimpulkan bahwa enam item pertanyaan pada variabel promosi (X1) tersebut dinyatakan valid dan layak digunakan sebagai alat pengukuran variabel dalam penelitian ini.

Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas ini digunakan untuk menguji konsistensi data dalam jangka waktu tertentu, yaitu untuk mengetahui sejauh mana pengukuran yang digunakan dapat dipercaya atau diandalkan. Variabel-variabel tersebut dikatakan cronbach alpha nya memiliki nilai lebih besar 0,70 yang berarti bahwa instrumen tersebut dapat dipergunakan sebagai pengumpul data yang handal yaitu hasil pengukuran relatif koefisien jika dilakukan pengukuran ulang. Uji reliabilitas ini bertujuan untuk melihat konsistensi. Berikut ini hasil uji reliabilitas:

Tabel 2. Uji Reliabilitas

Item pertanyaan	Cronbach's alpha	N of item	Keterangan
Kualitas pelayanan (x1)	0,968	29	Reliabel
Kepuasan konsumen (x2)	0,856	6	Reliabel

Tabel di 2. Hasil Uji Reliabilitas Variabel Penelitian Item Pertanyaan Cronbach's Alpha N Of Item Keterangan Kualitas Pelayanan (X) 0,968 29 Reliabel Kepuasan Konsumen (Y) 0,856 Berdasarkan tabel di atas terlihat bahwa variabel yang terdiri dari kompetensi dan prestasi kerja memiliki data yang reliabel, hal ini terlihat dari nilai cronbach alpha lebih besar dari 0,70. Hal ini membuktikan bahwa penelitian ini dapat dilanjutkan.

Hasil Uji Asumsi Klasik

Hasil Uji Normalitas

Data Uji ini dilakukan untuk mengetahui apakah variabel kualitas pelayanan (X1) dan variabel kepuasan konsumen (x2) memiliki distribusi normal atau tidak. Uji normalitas distribusi data dalam penelitian ini menggunakan Kolmogorov-Smirnov. Cara dalam menguji normalitas dari nilai Skewness diperoleh dengan membandingkan antara nilai Skewness dibagi dengan Std Error Skewness. Hipotesis yang akan diuji adalah jika skor berada antara -2 dan 2 aka distribusi normal.

Tabel 3. Hasil Uji Normalitas dengan Distribusi Nilai Z Skewness (n = 100)

Variable	Skewness	Std. error skewness	Nilai Z skewness	keterangan
Kualitas pelayanan	- 0,476	0,241	- 1,975	Normal
Kepuasan konsumen	- 0,474	0,241	- 1,967	Normal

Uji Multikolinearitas**Tabel 4. Hasil Uji Multikolinearitas**

Coefficients ^a			
Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	Kualitas pelayanan	.625	1.600
	Kepuasan pelanggan	.625	1.600
a. Dependent Variable: loyalitas			

Berdasarkan tabel di atas, dapat disimpulkan bahwa:

1. Promosi (X1) : Nilai toleransi 0,625 > 0,1 dan nilai VIFnya 1,600 < 10 artinya tidak terdapat gejala multikolinearitas dalam variabel kualitas pelayanan.
2. Kesadaran merek (X2) :Nilai tolerance 0,625 > 0,1 dan nilai VIFnya 1,600 < 10, artinya tidak terdapat gejala multikolinearitas dalam variabel kepuasan pelanggan.

Analisis Linear Berganda**Tabel 5. Hasil Analisis Linear Berganda**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2.780	1.797		1.547	.127
	Kualitas Pelayanan (X1)	.570	.083	.617	6.881	.000
	Kepuasan Pelanggan (X2)	.320	.092	.312	3.482	.001
a. Dependent Variable: loyalitas (Y)						

Berdasarkan tabel hasil uji analisis linear berganda, dapat disimpulkan sebagai berikut:

Dari hasil uji analisis, diperoleh persamaan regresi linear berganda sebagai berikut:

$$Y = 2.780 + 0.570X_1 + 0.320X_2$$

Di mana:

Y = loyalitas

A = 2.780 (konstanta)

β_1 = 0.570 (koefisien regresi untuk variabel kualitas pelayanan)

β_2 = 0.320 (koefisien regresi untuk variabel kepuasan pelanggan)

X1 = kualitas pelayanan

X2 = Kepuasan pelanggan

Hasil persamaan regresi persamaan linear berganda diatas memberikan pengertian bahwa kualitas pelayanan (X1), Kepuasan pelanggan (X2), berpengaruh positif terhadap loyalitas customer.

Koefisien regresi untuk variabel promosi sebesar 0,570 dan juga signifikan < 0,05 yang bertanda positif, hal ini menunjukkan apabila kualitas pelayanan semakin meningkat maka loyalitas akan semakin meningkat.

Koefisien regresi untuk variabel Kepuasan pelanggan sebesar 0,320 dan juga signifikan < 0,05, bertanda positif, hal ini menunjukkan apabila kepuasan pelanggan semakin meningkat maka loyalitas akan semakin meningkat.

Berdasarkan model regresi yang telah disajikan, dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas pelayanan (X1) dan kepuasan pelanggan (X2) memiliki pengaruh positif terhadap variabel loyalitas (Y). Selain itu, faktor yang paling dominan dalam mempengaruhi loyalitas adalah kualitas pelayanan, yang ditunjukkan oleh nilai koefisien regresi tertinggi sebesar 0,570 dibandingkan dengan variabel Kesadaran Merek.

Hasil Uji Hipotesa Koefisien Determinasi (R^2)

Nilai R Square, atau koefisien determinasi, berkisar antara 0 hingga 1. Hasil uji koefisien determinasi adalah sebagai berikut:

Tabel 6. Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.845 ^a	.714	.704	2.258
a. Predictors: (Constant), kepuasan pelanggan(X2), kualitas pelayanan(X1)				

Berdasarkan table di atas, hasil uji Koefisien determinasi menjelaskan bahwa:

1. Nilai R sebesar 0,845 menunjukkan bahwa terdapat korelasi yang kuat antara variabel dependen loyalitas, kepuasan pelanggan dan kualitas pelayanan, yaitu sebesar 84,5%.
2. Nilai R Square sebesar 0,714 mengindikasikan bahwa loyalitas dapat diprediksi oleh kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan sebesar 71,4%, sedangkan 28,6% sisanya dijelaskan oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.
3. Nilai Adjusted R Square atau koefisien determinasi sebesar 0,704 berarti kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan dapat menjelaskan variabel sebesar 70,4%, sementara 29,6% sisanya dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.
4. Ada dua pilihan, menggunakan R Square atau Adjusted R Square. Jika jumlah variabel lebih dari dua, maka Adjusted R Square yang digunakan. Dengan demikian, nilai koefisien determinasi yang digunakan adalah 70,4%.
5. Standar error of the estimate sebesar 2,258 menunjukkan bahwa tingkat kesalahan estimasi dari model regresi linear berganda dalam penelitian ini adalah sebesar 2,258.

Uji t

Uji regresi parsial, atau uji statistik t, dilakukan berdasarkan hipotesis dan kriteria-kriteria yang telah ditetapkan sebelumnya.

Tabel 7. Hasil Uji t

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2.780	1.797		1.547	.127
	Kualitas Pelayanan (X1)	.570	.083	.617	6.881	.000
	Kepuasan Pelanggan (X2)	.320	.092	.312	3.482	.001
b. Dependent Variable: loyalitas (Y)						

Berdasarkan table di atas, dapat disimpulkan bahwa:

1. Hasil uji :kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Dalam tabel 7, terlihat bahwa nilai t hitung untuk variabel kualitas pelayanan (X1) adalah 6,881, yang lebih besar dari t tabel yaitu 1,672, dengan tingkat signifikansi 0,000 yang berarti lebih kecil dari probabilitas yang ditetapkan sebesar 0,05. Ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang signifikan. Dari hasil tersebut, dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas pelayanan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas pelanggan Boncafe Pentacity Mall Balikpapan.
2. Hasil uji : kepuasan pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas. Pada tabel 7 juga terlihat bahwa nilai t hitung untuk variabel Kepuasan pelanggan (X2) adalah 3,482, yang lebih besar dari t tabel yaitu 1,672, dengan tingkat signifikansi 0,001 yang berarti lebih kecil dari probabilitas yang ditetapkan sebesar 0,05. Ini menunjukkan bahwa Kepuasan pelanggan memiliki pengaruh yang signifikan. Dari hasil tersebut, dapat disimpulkan bahwa variabel Kepuasan pelanggan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan di Boncafe Pentacity Mall Balikpapan

Uji f

Pengujian simultan (uji F) dilakukan untuk mengevaluasi apakah seluruh variabel independen (Promosi dan Kesadaran Merek) yang dimasukkan ke dalam model secara kolektif berpengaruh terhadap variabel dependen (Minat Beli). Uji simultan ini dilakukan dengan membandingkan nilai Fhitung dengan Ftabel pada tingkat signifikansi 0,05.

Tabel 8. Hasil Uji f

ANOVA ^b						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regressi on	724.025	2	362.013	71.018	.000 ^a
	Residual	290.558	57	5.098		
	Total	1014.583	59			
a. Predictors: (Constant), kepuasan pelanggan (X2), kualitas pelayanan (X1)						
b. Dependent Variable: loyalitas (Y)						

Pengujian simultan (uji F) dilakukan untuk mengetahui apakah semua variabel independen (kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan) yang dimasukkan ke dalam model memiliki pengaruh bersama-sama terhadap variabel dependen (minat beli). Uji simultan ini dilakukan dengan cara membandingkan nilai Fhitung dan Ftabel dengan tingkat signifikansi 0,05.

Berdasarkan hasil uji statistik F pada tabel 8, terlihat bahwa Fhitung sebesar 71,018 lebih besar dari Ftabel sebesar 3,162 dengan tingkat signifikansi 0,000, yang berarti lebih kecil dari probabilitas yang ditetapkan (0,05). Ini menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan di Boncafe Pentacity Mall Balikpapan.

Diskusi

Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan

Berdasarkan hasil analisis pada tabel 5, diketahui bahwa variabel kualitas pelayanan memiliki nilai signifikansi sebesar 0,000, yang lebih kecil dari taraf kesalahan 0,05, dengan nilai t hitung sebesar 6,881. Ini menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan berpengaruh terhadap variabel loyalitas. Hasil analisis ini berarti bahwa semakin meningkatnya kualitas pelayanan yang dilakukan, semakin loyalitas pelanggan terhadap Boncafe Pentacity Mall Balikpapan.

Pengaruh Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan

Berdasarkan analisis pada tabel 5, dapat disimpulkan bahwa nilai t hitung melebihi nilai t tabel ($3,482 > 1,672$), dan signifikansi dari kepuasan pelanggan terhadap loyalitas customer adalah 0,001 yang lebih kecil dari tingkat signifikansi yang ditetapkan ($\alpha=5\%$). Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh signifikan antara kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan.

4. SIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil penelitian, ditemukan bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan di Boncafe Pentacity Mall Balikpapan. Hal ini dibuktikan dengan nilai signifikansi yang jauh di bawah taraf kesalahan 0,05 dan nilai t hitung yang tinggi, menunjukkan bahwa peningkatan kualitas pelayanan berbanding lurus dengan peningkatan loyalitas pelanggan. Selain itu, kepuasan pelanggan juga terbukti memiliki pengaruh signifikan terhadap loyalitas, dengan nilai t hitung yang melebihi t tabel dan signifikansi yang juga lebih kecil dari 0,05. Ini menegaskan bahwa semakin puas pelanggan terhadap layanan yang diberikan, semakin tinggi tingkat loyalitas mereka terhadap Boncafe.

Berdasarkan temuan tersebut, disarankan agar Boncafe Pentacity Mall Balikpapan terus meningkatkan kualitas pelayanan untuk memperkuat loyalitas pelanggan. Upaya ini penting untuk mempertahankan dan meningkatkan persepsi positif pelanggan terhadap produk dan layanan Boncafe. Selain itu, untuk peneliti selanjutnya, disarankan untuk memperluas cakupan penelitian dengan menambahkan variabel lain yang dapat mempengaruhi loyalitas pelanggan. Hal ini akan membantu dalam memberikan gambaran yang lebih komprehensif dan mendalam mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi loyalitas pelanggan di masa mendatang.

5. DAFTAR PUSTAKA

- Agustia, P., Denia, A., Febriyani, Y., & Kristaung, R. (2022). Loyalitas Pelanggan Di Restoran Cepat Saji. *Ekonomi Digital*, 1(2), 111–118. <https://doi.org/10.55837/ed.v1i2.21>
- Bahriansyah, B., & Sari Arista, D. N. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Hotel Pondok Losari Di Makassar. *Movere Journal*, 3(1), 104–114. <https://doi.org/10.53654/mv.v3i1.174>
- Hati, A. L., Sudiarta, I. N., & Wirawan, P. E. (2023). Pengaruh Kualitas Makanan dan Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan. *PARIS (Jurnal Pariwisata Dan Bisnis)*, 02(10), 2153–2169.
- Hikmawan, L. I., & Ismunandar. (2023). Pengaruh Persepsi Nilai dan Kepuasan Konsumen terhadap Keputusan Pembelian Ulang pada Cafe Beeginning. *Jurnal Manajemen Dan Ekonomi Kreatif*, 1(4), 163–180. <https://ukitoraja.id/index.php/jumek/article/download/226/223/772>
- Muafatun, Muhammad Syaifulloh, & Hendri Sucipto. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan Publik Dan Disiplin Kerja Terhadap Kepuasan Masyarakat. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Kewirausahaan*, 1(3), 387–399. <https://doi.org/10.55606/jimak.v1i3.520>
- Nurmaya Kartika, Putri, R. A., Hanifan, R., & Tiarapuspa. (2023). Analisis Strategi Bisnis Pada Restoran Putri Raya. *Jurnal Ekonomi Trisakti*, 3(1), 623–634. <https://doi.org/10.25105/jet.v3i1.15518>
- Robby, K., & Valencia. (2021). Analisis Pengaruh Kualitas Makanan, Kualitas Pelayanan, dan Kualitas Lingkungan Fisik Terhadap Minat Berperilaku dengan Kepuasan Pelangg. *Conference on Business, Social Sciences and Technology*, 1(1), 261–274.
- Sirhan, F., Wahyu, W., & Agung, S. (2016). PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN DAN LOYALITAS MAHASISWA (Studi pada Mahasiswa Strata I Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Merdeka Malang). *Jurnal Bisnis Dan Manajemen*, 3(1), 120–134. <https://media.neliti.com/media/publications/75420-ID-pengaruh-kualitas-pelayanan-terhadap-kep.pdf>
- Solichin, I. A., Kantun, S., & Suyadi, B. (2017). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Restoran Quick Chicken Jalan Jawa No. 63 Jember Tahun 2016. *JURNAL PENDIDIKAN EKONOMI: Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan, Ilmu Ekonomi Dan Ilmu Sosial*, 11(1), 61. <https://doi.org/10.19184/jpe.v11i1.4999>
- Wifasari, I. R., & Wihara, D. S. (2022). Pembentukan Karakter Loyalitas, Tanggung Jawab, Dan Peduli Sosial Pada Diklat Mapala Pelita Unp Kediri. ... *Nasional Manajemen Dan ...*, 140–151. <https://proceeding.unpkediri.ac.id/index.php/simanis/article/view/1839>