

Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan dengan Mediator Kepuasan Pelanggan Hypermart Bangkalan

ABSTRAK

Tujuan dari Penelitian ini adalah untuk mensinergikan tiga variabel yaitu: kualitas pelayanan, kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan hypermart Bangkalan. Selanjutnya ingin menguji apakah variabel kualitas layanan berpengaruh pada kepuasan, dan kemudian apakah variabel kepuasan pelanggan menjadi mediator antara variabel kualitas pelayanan dengan variabel loyalitas, serta apakah variabel kualitas pelayanan berpengaruh pada loyalitas. Secara total, 135 responden dari pelanggan Hypermart Bangkalan berpartisipasi dalam penelitian ini. Kuesioner digunakan untuk pengumpulN data. Untuk menguji data yang dikumpulkan digunakan *Structural Equation Modelling* (SEM) untuk menguji model hubungan kausal.. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan secara signifikan berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan, sedangkan variabel kepuasan tidak menjadi variabel mediator antara variabel kualitas pelayanan dengan variabel loyalitas, dan variabel kepuasan pelanggan secara signifikan berpengaruh positif terhadap variabel loyalitas pelanggan. Sebuah pemahaman yang jelas tentang hubungan antara variabel yang diteliti dapat mendorong hypermart untuk mencari tindakan yang tepat untuk memuaskan pelanggan dengan memberikan pelayanan yang lebih baik untuk membuat pelanggan setia.

Kata Kunci : Kualitas Pelayanan, Kepuasan dan Loyalitas

***Influence of Service Quality On Customer Loyalty With Customer Satisfaction
Of Hypermart Bangkalan As Mediator***

ABSTRACT

The purpose of this study is to synergize the three variables, namely: service quality, customer satisfaction and customer loyalty Bangkalan hypermart. Furthermore wanted to test whether a variable of the service quality the effect on satisfaction, and then whether variable of customer satisfaction becomes a mediator between the variable of service quality with loyalty variables, as well as whether of the service quality the effect on loyalty. In total, 135 respondents of Hypermart Bangkalan customers participated in this study. A questionnaire was used for data collections. To test the collected data is used Structural Equation Modelling (SEM) to examine the causal relationship model.

The result showed that the quality of service is significantly positive effect on customer loyalty, while satisfaction variables not become mediator variable between variables of service quality with loyalty variables, and variables of customer satisfaction is significantly positive effect on variable of customer loyalty. A clear understanding of the relationship between the variables studied can encourage hypermart to look for appropriate action to satisfy customers by providing better service in order to create loyal customer

Key words: service quality, satisfaction and loyalty