Volume 8 Nomor 3 Desember 2023

e-ISSN 2541-0938
p-ISSN 2657-1528

JURKAMI

Jurnal Pendidikan Ekonomi

JURKAMI | VOLUME 8 | NOMOR 3 | SINTANG DESEMBER 2023 | e-ISSN 2541-0938 p-ISSN 2657-1528

Jurnal Pendidikan Ekonomi (JURKAMI)
http://jurnal.stkippersada.ac.id/jurnal/index.php/JPE
JURKAMI Volume 8, Nomor 3, 2023

DEWAN REDAKSI
Munawar Thoharudin, STKIP Persada Khatulistiwa Sintang, Indonesia (Editor in Chief)
Aditya Halim Perdana Kusuma, Universitas Muslim Indonesia, Indonesia
Aniek Hindrayani, Universitas Sebelas Maret, Indonesia
Anna Marganingsih, STKIP Persada Khatulistiwa Sintang, Indonesia
Dessy Triana Relita, STKIP Persada Khatulistiwa Sintang, Indonesia
Diyah Santi Hariyani, Universitas PGRI Madiun, Indonesia
Emilia Dewiwati Pelipa, STKIP Persada Khatulistiwa Sintang, Indonesia
Fitria Fitria, Universitas Bina Insan Lubuklinggau, Indonesia
Husni Syahrudin, Universitas Tanjungpura Pontianak, Indonesia
Inda Fresti Puspitasari, Universitas Muhammadiyah Surakarta, Indonesia
Maria Ulfah, Universitas Tanjungpura Pontianak, Indonesia
Nikmatul Masruroh, UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember, Indonesia
Nuraini Asriati, Universitas Tanjungpura, Indonesia
Rio Nardo, Universitas Binawan, Indonesia
Suwinto Johan, President University, Indonesia
Yulia Suriyanti, STKIP Persada Khatulistiwa Sintang, Indonesia

TIM REVIEWER
Abdul Mujib, Institut Agama Islam Negeri Metro Lampung, Indonesia
Abdul Samad, Universitas Fajar, Indonesia
Abdul Wahab, Universitas Muslim Indonesia, Indonesia
Bambang Ismanto, Universitas Kristen Satya Wacana, Salatiga, Indonesia
Dadang Lesmana, Badan Riset dan Inovasi Daerah Kab. Kutai Timur, Indonesia
Dewi Kusuma Wardani, Universitas Sebelas Maret, Surakarta, Indonesia
Dicki Hartanto, UIN Sultan Syarif Kasim Riau, Indonesia
Dudung Ma'ruf Nuris, Universitas Negeri Malang, Indonesia
Eko Eddya Supriyanto, STKIP Nahdlatul Ulama Tegal, Indonesia
Febrianty Febrianty, Politeknik PalComTech, Indonesia
Muhammad Syaiful, Universitas Sembilanbelas November Kolaka, Indonesia
Mohammad Hamim Sultoni, Institut Agama Islam Negeri Madura, Indonesia
M Dana Prihadi, Poltekkes YBA Bandung, Indonesia
M. Rudi Irwansyah, Universitas Pendidikan Ganesha, Indonesia
Muh. Fahrurrozi, Universitas Hamzanwadi, Indonesia
Muhammad Hasan, Universitas Negeri Makassar, Indonesia
Muhammad Ihsan Said Ahmad, Universitas Negeri Makassar, Indonesia
Muhammad Rahmattullah, Universitas Lambung Mangkurat, Indonesia
Reni Yuliviona, Universitas Bung Hatta, Indonesia
Rhini Fatmasari, Universitas Terbuka, Indonesia
Sodik Dwi Purnomo, Universitas Wijaya kusuma Purwokerto, Indonesia
Sugiharsono, Universitas Negeri Yogyakarta, Indonesia
Suratno, Universitas Jambi, Indonesia
Tutut Suryaningsih, Universitas Bhinneka PGRI Tulungagung, Indonesia
Umi Kalsum, Universitas Sriwijaya, Indonesia
Yapiter Marpi, Universitas Jakarta, Indonesia
Zulfia Hanum Alfi Syahr, Badan Riset dan Inovasi Nasional, Indonesia

Alamat Redaksi:
Jln. Pertamina Sengkuang Km.4, Kotak Pos 126, Kecamatan Sintang,
Kabupaten Sintang, Kalimantan Barat, Indonesia
Email: jurnaljurkami@gmail.com
Penerbit: LPPM STKIP Persada Khatulistiwa Sintang

This is an open-access article under the CC-BY-SA License
Copyright ©2023, The Author(s)

Jurnal Pendidikan Ekonomi (JURKAMI)
http://jurnal.stkippersada.ac.id/jurnal/index.php/JPE
JURKAMI Volume 8, Nomor 3, 2023

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN FASILITAS TERHADAP KEPUASAN DAN LOYALITAS PELANGGAN DI CAFE HAMBALAYO KOTA LUBUKLINGGAU

Fitria✉, Rudi Azhar[2], Supriyanto[3], Nasruddin[4], Ghifandi Naufal[5]
Program Studi Manajemen Universitas Bina Insan, Indonesia[12345]
✉Corresponding Author Email: fitria@univbinainsan.ac.id
Author Email: rudiazhar@univbinainsan.ac.id[2], supriyanto@univbinainsan.ac.id[3], nasruddin@univbinainsan.ac.id[4], ghifandinaufal121@gmail.com[5]

Article History:
Received: November 2023
Revision: November 2023
Accepted: November 2023
Published: December 2023

Keywords:
Service Quality;
Facilities;
Customer Satisfaction;
Loyalty.

***Abstract**:*
The issue in this study is that the Hambalayo café service is still subpar, and the food delivered does not always have a nice high quality taste. This is owing to a lack of employee dependability, which also has an impact on the food served. The purpose of this study is to ascertain the impact of service quality and facilities on customer satisfaction and loyalty at Cafe Hambalayo in Lubuklinggau City. The research method adopted is quantitative. The Likert scale is used as a measurement scale. With a sample of 100 respondents, the population in this study was Hambalayo cafe customers. Through the direct distribution of questionnaires, primary data was collected. Regression analysis, correlation coefficient, t test, coefficient of determination, and f test are among the data analysis techniques used. From this research, it can be concluded that: service quality influences customer satisfaction significantly; facilities influence customer quality significantly; service quality influences customer loyalty significantly; and facilities influence customer loyalty significantly. Customer happiness and loyalty are significantly impacted by the quality of service and facilities at Cafe Hambalayo in Lubuklinggau City.

Sejarah Artikel
Diterima: November 2023
Direvisi: November 2023
Disetujui: November 2023
Diterbitkan: Desember 2023

Kata kunci:
Kualitas Layanan;
Fasilitas;
Kepuasan Pelanggan;
Loyalitas

Abstrak:
Masalah dalam penelitian ini adalah layanan cafe Hambalayo masih di bawah standar, dan diketahui bahwa makanan yang disajikan tidak selalu memiliki cita rasa berkualitas tinggi yang enak. Hal ini disebabkan kurangnya keterampilan keandalan karyawan, yang juga mempengaruhi makanan yang disajikan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dan fasilitas terhadap kepuasan dan loyalitas pelanggan di Cafe Hambalayo Kota Lubuklinggau. Jenis penelitian yang digunakan adalah kuantitatif. Skala pengukuran yang digunakan adalah skala likert. Populasi dalam penelitian ini adalah pelanggan cafe Hambalayo dengan sampel yang digunakan sebanyak 100 responden. Data primer diperoleh secara langsung dengan menyebarkan kuisioner. Teknik analisis data menggunakan analisis regresi, koefisien korelasi dan uji t koefisien determinasi dan uji f. Kesimpulan dari penelitian ini secara parsial kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan, fasilitas berpengaruh secara signifikan terhadap kualitas pelanggan, kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan dan fasilitas berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan. Kualitas pelayanan dan fasilitas secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan dan loyalitas pelanggan di Cafe Hambalayo Kota Lubuklinggau.

This is an open-access article under the CC-BY-SA License
Copyright ©2023, The Author(s)

How to Cite: Fitria., Azhar, R., Supriyanto., Nasruddin., Naufal, G. 2023. *Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Fasilitas Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan di Cafe Hambalayo Kota Lubuklinggau*. Jurnal Pendidikan Ekonomi (JURKAMI), 8 (3) DOI : 10.31932/jpe.v8i3.2968

PENDAHULUAN

Dalam dunia bisnis, persaingan antar pelaku bisnis semakin ketat. Pada umumnya para pelaku bisnis akan berpartisipasi dan berlomba – lomba dalam dunia industri, perdagangan dan masuk ke pasar sehingga akan menimbulkan persaingan bisnis. Untuk itu, perusahaan dituntuk agar mampu menyesuaikan antara kebutuhan dan keinginan pelanggan. Untuk memperluas bisnis ke tingkat yang lebih luas, banyak hal yang dapat dilakukan pelaku bisnis untuk mencari dan mempertahankan pelanggan dengan memanfaatkan peluang bisnis dan berusaha menerapkan strategi pemasaran yang tepat arag mampu menguasai pasar.

Dunia bisnis saat ini telah berkembang dengan sangat cepat, yang membuat tingkat persaingan di Indonesia semakin ketat. Persaingan yang ketat telah menimbulkan persaingan antara perusahaan dan menyebabkan munculnya berbagai perusahaan sejenis yang bersaing dengan ketat hingga berlomba-lomba dalam menunjukkan eksistensinya. Keadaan dunia bisnis yang terus berubah selaras dengan perubahan selera konsumen yang terjadi pada lingkungan, sehingga kebutuhan konsumen juga terus meningkat dan menjadikan sebuah peluang bagi perusahaan. Perusahaan harus selalu memikirkan kebutuhan dari konsumen dan keinginan konsumen serta apa yang disukai oleh konsumen, sehingga konsumen tidak sekedar merasa puas melainkan menjadi loyal dengan meelakukan pembelian kembali secara berulang. Situasi ini menjadi tantangan bagi perusahaan untuk menciptakan produk yang baik dan citra yang baik untuk bertahan di masa persaingan yang ketat (Andharesti & Nirawati, 2023).

Persaingan dunia usaha, terutama di Indonesia terasa sangat ketat karena setiap usaha senantiasa berusaha meningkatkan pangsa pasar, mendapatkan pelanggan baru, bahkan berusaha menguasai pangsa pasar. Sebuah perusahaan semestinya mampu menentukan strategi pemasaran agar dapat bertahan dalam persaingan usaha kerja. Dilihat dari banyaknya persaing dalam dunia usaha, tentunya akan memunculkan semakin banyak pilihan bagi pelanggan untuk memilih produk yang sesuai dengan keinginannya. Untuk itulah, sebuah perusahaan berusaha untuk membaca peluang dalam memasarkan produk yang dimiliki dengan lebih inovatif dan atraktif melalui ide-ide dalam memenuhi kebutuhan masyarakat dan tentunya dengan memerhatikan peluang bisnis yang dimiliki (Widyastana & Yulianthini, 2022).

Pemasaran merupakan proses mempelajari kebutuhan dan keinginan konsumen dengan produk dan pelayanan yang berkualitas dan pada harga yang kompetitif. Terkadang suatu usaha harus merubah cara pemasarannya di tengah-tengah persaingan yang ketat seperti saat ini agar mampu bertahan. Pemasaran harus dilaksanakan secara ekonomis, efisien, dan efektif untuk mencapai suatu kondisi perusahaan yang sehat karena mengerahkan sumber daya dalam jumlah yang besar dan merupakan aktivitas yang menentukan volume penjualan perusahaan sehingga apabila terjadi penyimpangan akan mengakibatkan kerugian yang cukup

This is an open-access article under the CC-BY-SA License
Copyright ©2023, The Author(s)

material dan mempengaruhi tingkat penjualan. Berdasarkan hal tersebut, diperlukan suatu audit manajemen pemasaran untuk menilai dan meningkatkan ekonomisasi, efisiensi, dan efektivitas kinerja manajemen pemasaran yang ada di perusahaan.

Kualitas pelayanan sangat penting untuk dilakukan, salah satu elemen yang menjadi pertimbangan utama konsumen didalam melakukan pembelian suatu produk adalah adanya Kualitas Pelayanan, baik itu produk fisik atau jasa, kualitas dapat dilihat secara obyektif dapat dilihat juga dari kualitas pelayanan dalam penjualan produk tersebut baik pelayanan sebelum dan sesudah pembelian. Dengan demikian kosumen bisa mengukur kualitas barang atau jasa dengan melihat hal-hal yang berkaitan dengan pelayanan baik sebelum dan sesudah barang dibeli mulai dari faktor fisik, jaminan pelayanan, kemampuan pelayanan, bukti pelayanan, dan lain sebagainya (Kurniawan & Soliha, 2022).

Kualitas pelayanan yang diberikan kepada konsumen karena sebuah perusahaan berpotensi meningkatkan pangsa pasar melalui pemenuhan tingkat kualitas pelayanan pelanggan. Perusahaan harus senantiasa memperhatikan faktor tersebut, tujuannya untuk mengimbangi perkembangan dunia bisnis yang semakin ketat. Faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen adalah kualitas pelayanan (Sore et al., 2023).

Fasilitas adalah segala jenis peralatan, perlengkapan kerja dan pelayanan yang berfungsi sebagai alat utama/pembantu dalam melaksanakan pekerjaan, dan juga sosial dalam rangka kepentingan orang-orang yang sedang berhubungan dengan organisasi kerja itu atau segala sesuatu yang digunakan, dipakai, ditempati, dan dinikmati oleh orang pengguna." Hal ini didukung oleh pendapat Sulastiyono (Widyastana & Yulianthini, 2022) fasilitas adalah penyediaan perlengkapan-perlengkapan fisik untuk memberikan kemudahan kepada para pelanggan dalam melaksanakan aktivitas–aktivitasnya atau kegiatan–kegiatannya, sehingga kebutuhan - kebutuhan pelanggan dapat terpenuhi selama menggunakan produk atau kualitas yang ditawarkan.

Kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang dipersepsikan produk (atau hasil) terhadap ekspektasi mereka. Teori yang menjelaskan bagaimana kepuasan atau ketidakpuasan konsumen terbentuk adalah *the expectancy disconfirmation model*, yang mengemukakan bahwa kepuasan dan ketidakpuasan merupakan dampak dari perbandingan antara harapan konsumen sebelum pembelian dengan yang sesungguhnya diperoleh konsumen dari produk yang dibeli tersebut. Ketika konsumen membeli suatu produk, maka konsumen memiliki harapan tentang bagaimana produk itu berfungsi. Produk berfungsi lebih baik dari yang diharapkan maka konsumen akan merasa puas (Kurniawan & Soliha, 2022).

Terjadinya loyalitas pada pelanggan dapat disebabkan oleh pengaruh kepuasan atau ketidakpuasan dengan produk atau jasa yang terakumulasi secara terusvmenerus. Pelanggan menjadi loyal karena mereka puas dengan produk atau jasa sehingga terus melanjutkan hubungan dengan organisasi (Yogi, 2022).

Pada dasarnya loyalitas merupakan salah satu konsep penting bagi strategi bisnis yang memiliki jangka panjang sehingga perlu diterapkan dalam perusahaan. Karena loyalitas pelanggan

This is an open-access article under the CC-BY-SA License
Copyright ©2023, The Author(s)

menjadi salah satu unsur yang dapat mendorong terjadinya pengulangan pembelian pada produk ataupun jasa pada pelanggan. Dengan demikian loyalitas pelanggan menjadi bagian yang paling penting oleh perusahaan. Oleh karena itu, perusahaan seharusnya mampu untuk menjaga loyalitas pelanggan (Andharesti & Nirawati, 2023).

Pelanggan yang loyal tidak akan membeli produk yang dianggap tidak bernilai baginya. Oleh karena itu, tidak masalah berapapun juga harganya. Jadi dapat didefinisikan loyalitas merupakan kesetiaan, tekad dan kesanggupan menaati, melaksanakan dan mengamalkan sesuatu disertai dengan penuh kesadaran dan tanggung jawab (Widyaningrum, 2020)

Loyalitas pelanggan memiliki peranan penting dalam sebuah organisasi, mempertahankan pelanggan berarti meningkatkan kinerja keuangan dan mempertahankan kelangsungan hidup suatu organisasi. Hal ini menjadi alasan utama bagi sebuah perusahaan untuk menarik dan mempertahankan pelanggan, yang menjadi pertimbangan utama perusahaan dalam mempertahankan loyalitas pelanggan adalah karena semakin mahalnya biaya perolehan pelanggan baru dalam iklim kompetisi yang semakin ketat. Dalam konteks bisnis menurut Lovelock & Wirtz (Palandi et al., 2022) loyalitas dijelaskan sebagai keinginan pelanggan untuk terus berlangganan pada perusahaan dalam jangka waktu yang panjang, dan merekomendasikan produk atu jasa tersebut kepada teman dan kolega. Loyalitas pelanggan juga sebagai pola pikir pelanggan memegang sikap yang menguntungkan pada organisasi yang berkomitmen untuk membeli kembali produk atau jasa suatu organisasi dan merekomendasikan produk atau pelayanan kepada orang lain (Yogi, 2022).

Kota Lubuklinggau merupakan Kota Transit dengan adanya banyak fasilitas pelayanan seperti hotel, rastauran dan cafe. Salah satu Cafe yang ada di Kota Lubuklinggau adalah Cafe Hambalayo. Cafe Hambalayo adalah sejenis restoran menawarkan pilihan tempat duduk di dalam dan luar ruangan dan suguhi *live music* serta menawarkan menu makanan ringan seperti pisang goreng keju coklat, pisang goreng, roti bakar, tempe mendoan, bakwan bumbu kacang, bakso bakar, pempek ikan, telur gulung, nugget, sosis, dan lainnya. Untuk menu minuman terdapat Teh, kopi, dan jus biasanya menjadi menu minuman. Saat ini beberapa Cafe mulai menawarkan cocktail, namun tidak semuanya karena cocktail mengandung alkohol. Namun kini semakin banyak Cafe yang menawarkan mocktail—minuman campuran yang mirip dengan cocktail tetapi tidak mengandung alkohol—atau yang biasa disebut sebagai cocktail versi non-alkohol. Di zaman modern ini, cafe umumnya dapat diakses di berbagai komunitas perkotaan dan tidak sulit untuk dicari. Selain itu, Karena sekarang banyak cafe, pemilik dipaksa untuk datang dengan ide-ide baru yang berbeda dari sebelumnya. Dalam kebanyakan kasus, pemilik cafe memulai dengan melakukan survei terhadap kebiasaan masyarakat atau tren sosial. Jika cafe dikelola dan ditata dengan cara yang menarik dan berbeda, serta menggunakan topik tertentu, hal itu akan membuat pengunjung merasa nyaman. karena biasanya orang pergi ke kafe bukan untuk makan, tapi untuk melepas penat dan menikmati waktu luangnya.

Observasi awal yang dilakukan di Cafe Hambalayo Kota Lubuklinggau salah satu cafe yang ada di Kota Lubuklinggau menunjukkan bahwa terkait dengan

This is an open-access article under the CC-BY-SA License
Copyright ©2023, The Author(s)

kualitas pelayanan Pelayanan masih kurang maksimal diketahui bahwa pada rasa makanan yang disajikan tidak memiliki kualitas rasa yang selalu enak, ini disebabkan oleh kurangnya skill kehandalan karyawan dan berakibat pada makakan yang disajikan, Kurang tanggapnya karyawan dalam melayani pelanggan seperti pada saat karyawan memberikan daftar menu karyawan langsung pergi dan pelanggan harus mengantarkan menu tersebut ke kasir dan karyawan dalam pemberian informasi yang kurang jelas kepada pelanggan seperti pada saat memesan makanan atau minuman serting terjadi bahwa makanan dan minuman tersebut belum tersedia dan karyawan tidak memberitahukannya dahulu kepada konsumen.

Selain itu, dilihat dari fasilitas yang ada masih kurang adanya suasana yang alam yang dikarenakan lokasi cafe terletak berdampingan dengan jalan raya sehingga nuansa alam kurang diterapkan, interior juga seperti ruangan *rooftop* yang tidak bisa digunakan siang hari karena fasilitas nyaman dirasakan di malam hari. Begitu juga dengan kepuasan pelanggan dapat dilihat bahwa Kepuasan pelanggan masih kurang maksimal disebabkan konsumen tidak datang kembali ke cafe Hambalayo Kota Lubuklinggau. Selanjutnya dari segi Loyalitas konsumen dapat ditingkatkan dengan merancang sebuah strategi yang membuat konsumen akan puas dengan produk ataupun jasa yang akan diberikan yaitu dengan memberikan pengalaman yang berbeda dan tidak pernah didapatkan. Karena konsumen yang loyal akan memberikan manfaat bagi perusahaan yaitu akan setia pada perusahaan dan tidak memikiran produk ataupun jasa yang ditawarkan oleh cafe lainnya. Semakin tinggi tingkat kepuasan dari konsumen maka semakin tinggi pula keloyalitasan konsumen.

Adapun penelitian terdahulu yang mendukung penelitian ini yaitu penelitian yang dilakukan (Widyastana & Yulianthini, 2022) bahwa terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan; terdapat pengaruh fasilitas terhadap kepuasan pelanggan; kepuasan pelanggan secara simultan dipengaruhi oleh kualitas pelayanan dan fasilitas.

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas bahwa tujuan pada penelitian ini yaitu untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dan fasilitas terhadap kepuasan dan loyalitas pelanggan di Cafe Hambalayo Kota Lubuklinggau.

METODE PENELITIAN

Pada penelitian ini menggunakan jenis penelitian kuantitatif. Desain penelitian dalam penelitian ini adalah penelitian deskriptif. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui nilai masing-masing variabel, baik satu variabel lebih sifatnya independen tanpa membuat hubungan maupun perbandingan dengan variabel yang lain. Variabel tersebut dapat menggambarkan secara sistematik dan akurat mengenai populasi atau mengenai bidang tertentu dalam penelitian ini untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dan fasilitas terhadap kepuasan dan loyalitas pelanggan di Cafe Hambalayo Kota Lubuklinggau. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dan fasilitas terhadap kepuasan dan loyalitas pelanggan pada Cafe Hambalayo Kota Lubuklinggau. Dalam penelitian ini terdapat 4 variabel yang diteliti, yaitu kualitas pelayanan (X^1), fasilitas (X^2), sebagai variabel bebas dan kepuasan (Y^1) dan Loyalitas pelanggan (Y^2) sebagai variabel terikat.

This is an open-access article under the CC-BY-SA License
Copyright ©2023, The Author(s)

Dalam penelitian ini sampel yang diambil yaitu sebesar 100 responden yang merupakan pelanggan Cafe Hambalayo Kota Lubuklinggau. Pengambilan sampel yang digunakan adalah Sampling Insidental/*Accidental Sampling*. Teknik pengumpulan data yang digunakan yaitu Observasi, Kuisioner, Wawancara dan Dokumentasi. Skala pengukuran yang digunakan yaitu skala likert. Pengujian instrument dilakukan dengan uji validitas dan uji reliabilitas.Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini yaitu analisis regresi linier berganda, koefisien korelasi, uji t, analisis regresi linier berganda, koefisien determinasi dan uji F.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pengujian validitas dilakukan di Cafe Kala Senja Kota Lubuklinggau dengan menjawab pernyataan berkaitan dengan pengaruh Kualitas Pelayanan dan Fasilitas terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan, responden yang digunakan dalam penelitian berjumlah 20 responden yang merupakan pelanggan Cafe Kala Senja. Adapun hasil penelitian yaitu sebagai berikut:

Dari hasil pengujian validitas variabel Kualitas Pelayanan (X_1) dari 15 (lima belas) pernyataan dengan sampel sebanyak 20 (Dua puluh) responden dengan standar signifikan 0,05 (5%) menunjukkan bahwa nilai r_{hitung} lebih besar dari nilai r_{tabel}. Nilai r_{hitung} tertinggi yaitu 0,824 dan nilai r_{hitung} terendah 0,471. Nilai r_{tabel} untuk n=20 adalah 0,444. Semua penyataan dinyatakan valid. Hal ini berarti bahwa semua item pernyataan yang ada dalam kuisioner tersebut dapat dijadikan sabagai alat ukur yang valid dalam analisis selanjutnya.

Pengujian validitas variabel Fasilitas (X_2) dari 18 (delapan belas) pernyataan dengan sampel sebanyak 20 (Dua puluh) responden dengan standar signifikan 0,05 (5%) menunjukkan bahwa nilai r_{hitung} lebih besar dari nilai r_{tabel}. Nilai r_{hitung} tertinggi yaitu 0,714 dan nilai r_{hitung} terendah 0,466. Nilai r_{tabel} untuk n=20 adalah 0,444. Semua penyataan dinyatakan valid. Hal ini berarti bahwa semua item pernyataan yang ada dalam kuisioner tersebut dapat dijadikan sabagai alat ukur yang valid dalam analisis selanjutnya.

Selanjutnya hasil pengujian validitas variabel Kepuasan Pelanggan (Y_1) dari 18 (delapan belas) pernyataan dengan sampel sebanyak 20 (Dua puluh) responden dengan standar signifikan 0,05 (5%) menunjukkan bahwa nilai r_{hitung} lebih besar dari nilai r_{tabel}. Nilai r_{hitung} tertinggi yaitu 0,751 dan nilai r_{hitung} terendah 0,534. Nilai r_{tabel} untuk n=20 adalah 0,444. Semua penyataan dinyatakan valid. Hal ini berarti bahwa semua item pernyataan yang ada dalam kuisioner tersebut dapat dijadikan sabagai alat ukur yang valid dalam analisis selanjutnya.

Hasil uji validitas variabel Loyalitas Pelanggan (Y_2) dari 12 (dua belas) pernyataan dengan sampel sebanyak 20 (Dua puluh) responden dengan standar signifikan 0,05 (5%) menunjukkan bahwa nilai r_{hitung} lebih besar dari nilai r_{tabel}. Nilai r_{hitung} tertinggi yaitu 0,812 dan nilai r_{hitung} terendah 0,477. Semua penyataan dinyatakan valid. Hal ini berarti bahwa semua item pernyataan yang ada dalam kuisioner tersebut dapat dijadikan sabagai alat ukur yang valid dalam analisis selanjutnya.

Uji reliabilitas dilakukan untuk mengukur suatu kuisiner yang merupakan indikator dari variabel. Peneliti menggunakan program SPSS 26. Suatu variabel dikatakan reliabel jika *Cronbach Alpha* (α) > 0,60. Hasil pengujiannya ditampilkan dalam tabel berikut:

This is an open-access article under the CC-BY-SA License
Copyright ©2023, The Author(s)

Tabel 1. Pengujian Reliabilitas Variabel Kualitas Pelayanan (X^1), Fasilitas (X^2), Kepuasan Pelanggan (Y^1), Loyalitas Pelanggan (Y^2)

No	Variabel	*Cronbach's Alpha*	*N of Items*
1	Kualitas Pelayanan (X^1)	0.936	15
2	Fasilitas (X^2)	0,911	18
3	Kepuasan Pelanggan (Y^1)	0,934	18
4	Loyalitas Pelanggan (Y^2)	0,908	12

Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS 26, 2023

Dari tabel hasil uji reliabilitas diatas, menunjukkan bahwa nilai variabel Kualitas Pelayanan (X_1) sebesar =0,936, variabel Fasilitas (X^2) sebesar =0,911, nilai variabel Kepuasan Pelanggan (Y^1) sebesar =0,934 dan nilai variabel Loyalitas Pelanggan (Y^2) sebesar =0,908 Korelasi berada pada kategori sangat kuat. Bila berdasarkan kriteria maka dapat diketahui bahwa nilai *Cronbach Alpha* > 0,60 maka dengan demikian dapat disimpulkan bahwa kuisioner yang akan diuji dapat dinyatakan reliabel.

Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan di Cafe Hambalayo Kota Lubuklinggau. Dari pengujian menggunakan SPSS diperoleh persamaan regresi Y = 40.644+0.535X, yang berarti jika instansi meningkatkan 1 satuan maka akan meningkatkan kepuasan pelanggan sebesar 0,535 dan *standard error* sebesar 0.099 merupakan penyimpangan dari konstanta yang ada dalam persamaan regresi. Hasil pengolahan data menunjukkan bahwa nilai R atau *Multiple* R sebesar 0.478. Dalam hal ini karena regresi linear sederhana dapat diketahui bahwa variabel bebas maka dikatakan bahwa korelasi antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan adalah sebesar 47.8%, dan sisanya 52,2% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak termasuk dalam variabel penelitian. Berdasarkan pedoman maka interpretasi koefisien korelasi maka dapat diketagorinya sedang.

Dari data hasil pengujian pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan didapatkan nilai t_{hitung} sebesar 5.382 dan t_{tabel} adalah sebesar 1,690 atau $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka Ho ditolak yang artinya terdapat pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan Cafe Hambalayo Kota Lubuklinggau. Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Widyastana & Yulianthini, 2022). Hasil penelitiannya menunjukkan bahwa kualitas pelayanan memberikan pengaruh signifikan dan positif terhadap kepuasan pelanggan. Tuntutan terhadap kualitas pelayanan yang baik sudah menjadi keharusan yang dipenuhi oleh usaha yang menawarkan bidang jasa karena melalui kualitas pelayanan yang baik, maka kepuasan pelanggan bisa diwujudkan dengan memahami keinginan pelanggan dan memberi perhatian terhadap pelanggan melalui kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampainnya untuk mengimbangi harapan pelanggan. Sesuai dengan pernyataan Haryana & Ismunandar (2021) Kualitas pelayanan menjadi suatu keharusan yang harus dilakukan perusahaan supaya mampu bertahan dan tetap mendapat kepercayaan pelanggan. Perusahaan tidak bisa hanya mengandalkan fasilitas dan teknologi yang tersedia, melainkan bagaimana

This is an open-access article under the CC-BY-SA License
Copyright ©2023, The Author(s)

menciptakan kualitas pelayanan yang optimal. Oleh karenanya, dengan menciptakan kualitas pelayanan yang baik dalam bidang jasa, sangat mempengaruhi kepuasan pelanggan (Widyastana & Yulianthini, 2022).

Pengaruh Fasilitas terhadap Kepuasan Pelanggan di Cafe Hambalayo Kota Lubuklinggau. Dari pengujian SPSS diperoleh persamaan Y = 54.357+ 0.254X, yang berarti jika instansi meningkatkan 1 satuan maka akan meningkatkan kepuasan pelanggan sebesar 0.254 dan *standard error* sebesar 0.092 merupakan penyimpangan dari konstanta yang ada dalam persamaan regresi. Hasil pengolahan data menunjukkan bahwa nilai R atau *Multiple* R sebesar 0.658. Maka dikatakan bahwa korelasi antara Fasilitas terhadap Kepuasan Pelanggan adalah sebesar 65,8%, dan sisanya 34.2% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak termasuk dalam variabel penelitian. Berdasarkan pedoman maka interpretasi koefisien korelasi maka dapat diketagorikan kuat.

Dari data hasil pengujian pengaruh fasilitas terhadap kepuasan pelanggan didapatkan nilai t_{hitung} sebesar 2.768 dan t_{tabel} adalah sebesar 1.690 dengan demikian $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka Ho ditolak, yang artinya terdapat pengaruh Fasilitas terhadap Kepuasan Pelanggan Cafe Hambalayo Kota Lubuklinggau.

Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Widyastana & Yulianthini, 2022). Hasil penelitian menunjukkan bahwa fasilitas yang disediakan oleh perusahaan atau usaha, melalui penelitian ini ditemukan bahwa, fasilitas berpengaruh secara signifikan dan positif terhadap kepuasan pelanggan. Seperti yang diketahui, dengan perkembangan jaman, pembayaran kini dapat dilakukan dengan e-money ataupun debit card, sehingga ini perlu dipertimbangkan untuk disiapkan termasuk area merokok bagi pelanggan atau pengantar, sebagai fasilitas tambahan untuk pelanggan. Penelitian ini hanya menekankan pada dua variabel independent, yaitu kualitas pelayanan dan fasilitas dalam memenuhi kepuasan pelanggan.

Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Fasilitas terhadap Kepuasan Pelanggan di Cafe Hambalayo Kota Lubuklinggau. Dari pengujian SPSS diperoleh persamaan $Y=31.763+0.492X_1+0.160X_2$. Artinya bahwa nilai konstanta (a) sebesar 31.763 ini berarti bahwa apabila tidak ada peningkatan variabel kualitas pelayanan dan fasilitas terhadap kepuasan pelanggan sebesar 31.763, sedangkan nilai koefisien regresi (b1) sebesar 0,492 ini artinya terjadinya peningkat pada satuan variabel kualitas pelayanan maka akan meningkatkan kepuasan pelanggan sebesar 0.492 satuan. Kemudian nilai koefisien regresi (b2) sebesar 0.160 ini berarti setiap terjadi peningkatan satu satuan variabel Fasilitas akan meningkatkan Kepuasan Pelanggan sebesar 0.160 satuan. Dari hasil perhitungan koefisien determinasi, diketahui bahwa nilai R^2 adalah 0,830 maka dikali dengan 100% didapatkan nilai sebesar 83,0% artinya pengaruh kualitas pelayanan dan fasilitas terhadap kepuasan pelanggan Cafe Hambalayo kota Lubuklinggau adalah sebesar 83,0% sedangkan sisanya 17,0% dipengaruhi variabel lain yang tidak termasuk dalam penelitian.

Hasil pengujian F diperoleh nilai F_{hitung} sebesar 16.630 dan F_{tabel} sebesar 2,88 ($F_{hitung} > F_{tabel}$) nilai sig sebesar 0,000 < 0,05 sehingga dapat diketahui bahwa pengaruhnya signifikan. Maka dapat diambil kesimpulan bahwa Ho artinya

This is an open-access article under the CC-BY-SA License
Copyright ©2023, The Author(s)

terdapat pengaruh Kualitas Pelayanan dan Fasilitas terhadap Kepuasan Pelanggan di Cafe Hambalayo Kota Lubuklinggau.

Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Widyastana & Yulianthini, 2022). Hasil penelitiannya menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan fasilitas memberikan pengaruh signifikan dan positif terhadap kepuasan pelanggan. Semakin baik kualitas pelayanan yang diberikan baik itu melalui keterampilan, perilaku atau sikap karyawan, flexibilitas dan kenyamanan, kepercayaan, cakupan layanan, hingga reputasi dan kredibilitas tentunya akan meningkatkan kepuasan pelanggan.

Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan di Cafe Hambalayo Kota Lubuklinggau. Dari pengujian SPSS diperoleh persamaan Y = 21.248 +0.458X, yang berarti jika instansi meningkatkan 1 satuan maka akan meningkatkan Loyalitas Pelanggan sebesar 0,458 dan *standard error* sebesar 0.068 merupakan penyimpangan dari konstanta yang ada dalam persamaan regresi. Hasil pengolahan data menunjukkan bahwa nilai R atau *Multiple* R sebesar 0.642. Maka dapat dikatakan bahwa korelasi antara Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan adalah sebesar 64,2%, dan sisanya 100,8% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak termasuk dalam variabel penelitian. Berdasarkan pedoman maka interpretasi koefisien korelasi dapat diketagorinya kuat.

Dari data hasil pengujian pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan didapatkan nilai t_{hitung} sebesar 6.759 dan t_{tabel} adalah sebesar 1,690 dengan demikian $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka Ho ditolak yang artinya terdapat pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan Cafe Hambalayo Kota Lubuklinggau.

Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang telah dilakukan oleh (Rizkillah dkk., 2020). Teori SERVQUAL ialah teori yang digunakan untuk mengukur kualitas dari jasa, yaitu dengan dimensi *reability*, *responsiveness*, *assurance*, *empathy* dan *tangible*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa bahwa baik secara parsial maupun simultan, kelima dimensi tersebut mempunyai pengaruh yang sangat signifikan terhadap loyalitas pelanggan.

Keberhasilan pada perusahaan dapat dilihat dari loyalitas pelanggan yang mampu untuk diraih dalam perusahaan. Pada dasarnya loyalitas merupakan salah satu konsep penting bagi strategi bisnis yang memiliki jangka panjang sehingga perlu diterapkan dalam perusahaan. Karena loyalitas pelanggan menjadi salah satu unsur yang dapat mendorong terjadinya pengulangan pembelian pada produk ataupun jasa pada pelanggan. Dengan demikian loyalitas pelanggan menjadi bagian yang paling penting oleh perusahaan. Oleh karena itu, perusahaan seharusnya mampu untuk menjaga loyalitas pelanggan (Andharesti & Nirawati, 2023).

Pengaruh Fasilitas terhadap Loyalitas Pelanggan di Cafe Hambalayo Kota Lubuklinggau. Dari pengujian SPSS diperoleh persamaan Y = 41.200+ 0.103X, yang berarti jika instansi meningkatkan 1 satuan maka akan meningkatkan Loyalitas Pelanggan sebesar 0.103. Hasil pengolahan data menunjukkan bahwa nilai R atau *Multiple* R sebesar 0.514. Maka dikatakan bahwa korelasi antara Fasilitas terhadap Loyalitas Pelanggan adalah sebesar 51,4%, dan sisanya 48,6% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak termasuk dalam variabel penelitian. Berdasarkan pedoman maka interpretasi koefisien korelasi diketahui nilai R sebesar 51,4%, maka dapat diketagorikan sedang.

This is an open-access article under the CC-BY-SA License
Copyright ©2023, The Author(s)

Dari data hasil pengujian pengaruh Fasilitas terhadap Loyalitas Pelanggan didapatkan nilai t_{hitung} sebesar 9.508 dan t_{tabe}l adalah sebesar 1.690 dengan demikian $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka Ho ditolak yang artinya terdapat pengaruh Fasilitas terhadap Loyalitas Pelanggan Cafe Hambalayo Kota Lubuklinggau .

Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Aziz, 2022). Hasil penelitian menunjukkan bahwa fasilitas berpengaruh langsung terhadap loyalitas pengunjung. Fasilitas adalah sumber daya fisik yang harus ada sebelum suatu jasa dapat ditawarkan kepada konsumen. Fasilitas dapat pula berupa segala sesuatu yang memudahkan konsumen dalam memperoleh kepuasan. Karena sesuatu bentuk jasa tidak bisa dilihat, tidak bisa dicium dan tidak bisa diraba maka aspek wujud bentuk fisik menjadi penting sebagai ukuran dari pelayanan. Konsumen yang ingin mencari kenyamanan selama proses menunggu pelaksanaan layanan jasa akan lebih merasa nyaman bila fasilitas yang digunakan oleh pelanggan di buat nyaman dan menarik (Aziz, 2022).

Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Fasilitas terhadap Loyalitas Pelanggan di Cafe Hambalayo Kota Lubuklinggau. Berdasarkan hasil perhitungan output SPSS diperoleh persamaan $Y=20.357+0.454 X_1+0.016X_2$. Itu artinya persamaan tersebut adalah bahwa nilai konstanta (a) sebesar 20.357 ini berarti bahwa apabila tidak ada penigkatan variabel Kualitas Pelayanan dan Fasilitas terhadap Loyalitas Pelanggan sebesar 20.357, sedangkan nilai koefisien regresi (b1) sebesar 0,454 ini artinya terjadinya peningkat pada satuan variabel Kualitas Pelayanan maka akan meningkatkan Loyalitas Pelanggan sebesar 0.454 satuan. Kemudian nilai koefisien regresi (b2) sebesar 0.016 ini berarti setiap terjadi peningkatan satu satuan variabel Fasilitas akan meningkatkan Loyalitas Pelanggan sebesar 0.016 satuan.

Dari hasil perhitungan koefisien determinasi diketahui bahwa nilai R^2 adalah 0,414 maka dikali dengan 100% didapatkan nilai sebesar 41,4% artinya pengaruh Kualitas Pelayanan dan Fasilitas terhadap Loyalitas Pelanggan Cafe Hambalayo Kota Lubuklinggau adalah sebesar 41,4% sedangkan sisanya 58,6% dipengaruhi variabel lain yang tidak termasuk dalam penelitian.

Dari pengujian F diperoleh nilai F_{hitung} sebesar 22.665 dan F_{tabel} sebesar 2,88. Ini menunjukkan bahwa $F_{hitung} > F_{tabel}$ dan juga sig sebesar 0,000 < 0,05 maka dengan demikian dapat diambil kesimpulan bahwa Ho ditolak. Artinya terdapat pengaruh Kualitas Pelayanan dan Fasilitas terhadap Loyalitas Pelanggan di Cafe Hambalayo Kota Lubuklinggau.

Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Yogi, 2022). Hasil penelitian pada hubungan kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan adalah signifikan, sehingga disimpulkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Hubungan fasilitas terhadap loyalitas pelanggan adalah signifikan, sehingga disimpulkan bahwa fasilitas berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan.

Loyalitas pelanggan adalah kesediaan dari pelanggan untuk terus berlangganan pada sebuah perusahaan dalam jangka waktu yang panjang dengan terus menggunakan barang dan jasa nya berkali-kali dan dengan suka rela merekomendasikan nya ke orang lain. Loyalitas pelanggan adalah perilaku yang terjadi setelah pembelian suatu produk

This is an open-access article under the CC-BY-SA License
Copyright ©2023, The Author(s)

ataupun jasa yang dipengaruhi oleh kepuasan atau ketidakpuasan akan produk atau jasa tersebut sebagai akhir dari proses penjualan. Loyalitas pelanggan adalah komitmen yang dianggap secara mendalam oleh konsumen khusus pelanggan untuk membeli kembali produk atau jasa di masa mendatang. Seorang pelanggan dapat dikatakan loyal atau setia jika pelanggan tersebut melakukan pembelian dengan teratur atau terdapat suatu kondisi yang membuat pelanggan membeli paling sedikit dua kali dalam periode waktu tertentu. Ada 4 Indikator dari loyalitas pelanggan adalah pembelian ulang, pembelian antar lini produk atau jasa lain nya, mereferensikan kepada orang lain, dan kekebalan pada pesaing (Stanley & Sidharta, 2023)

Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Fasilitas terhadap Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Pelanggan di Cafe Hambalayo Kota Lubuklinggau. Hasil pengujian dapat dilihat dalam tabel berikut.

Tabel 2. Hasil Pengujian Regresi Linear berganda

Model		*Unstandardized Coefficients*		*Standardized Coefficients*		
		B	*Std. Error*	*Beta*	T	Sig.
1	(*Constant*)	52.120	9.143		5.700	.000
	Kualitas Pelayanan (X^1)	.946	.122	.610	7.729	.000
	Fasilitas (X^2)	.176	.103	.135	1.705	.091

a. *Dependent Variable*: Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan (Y^1Y^2)

Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS 26, 2023

Berdasarkan hasil perhitungan output SPSS diperoleh persamaan $Y=52.120+0.946X_1+0.176X_2$. Itu artinya persamaan tersebut adalah bahwa nilai konstanta (a) sebesar 52.120 ini berarti bahwa apabila tidak ada peningkatan variabel Kualitas Pelayanan dan Fasilitas terhadap Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Pelanggan sebesar 52.120, sedangkan nilai koefisien regresi (b1) sebesar 0.946 ini artinya terjadinya peningkat pada satuan variabel Kualitas Pelayanan maka akan meningkatkan Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Pelanggan sebesar 0.946 satuan. Kemudian nilai koefisien regresi (b2) sebesar 0,176 ini berarti setiap terjadi peningkatan satu satuan variabel Kualitas Pelayanan dan Fasilitas akan meningkatkan Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Pelanggan sebesar 0.176 satuan

Hasil pengujian koefisien determinasi dapat dilihat dalam tabel berikut.

Tabel 3. Hasil Pengujian Koefisien Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.890[a]	.792	.779	3.20576

a. Predictors: (Constant), Fasilitas (X^2), Kualitas Pelayanan (X^1)

Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS 26, 2023

Dari hasil perhitungan koefisien determinasi diatas, maka dapat diketahui bahwa nilai R^2 adalah 0,792 artinya pengaruh Kualitas Pelayanan dan Fasilitas terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan Cafe Hambalayo Kota Lubuklinggau adalah sebesar 79,2% sedangkan sisanya 20.8% dipengaruhi

This is an open-access article under the CC-BY-SA License
Copyright ©2023, The Author(s)

variabel lain yang tidak termasuk dalam penelitian. Hasil pengujian F dapat dilihat dalam tabel berikut.

Tabel 4. Hasil Pengujian Hipotesis Uji F

Model		*Sum of Squares*	*df*	*Mean Square*	F	*Sig.*
1	*Regression*	1451.506	2	725.753	36.202	.000[b]
	Residual	1944.604	97	20.047		
	Total	3396.110	99			

a. *Dependent Variable:* Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan (Y^1Y^2)

b. *Predictors*: (Constant), Fasilitas (X^2), Kualitas Pelayanan (X^1)

Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS 26, 2023

Dari pengujian diperoleh nilai F_{hitung} sebesar 36.202 dan F_{tabel} sebesar 2,88 artinya $F_{hitung} > F_{tabel}$ dan sig sebesar 0,000 < 0,05, maka dapat diambil kesimpulan bahwa Ho ditolak artinya terdapat pengaruh Kualitas Pelayanan dan Fasilitas terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan di Cafe Hambalayo Kota Lubuklinggau. Hasil penelitian sejalan dengan Amelia & Safitri (2021) kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap loyalitas dan kepuasan konsumen berpengaruh positif terhadap loyalitas. Sebagaimana pendapat (Ramadhan & Lubis, 2022) bahwa kualitas jasa atau pelayanan dipersepsikan baik dan memuaskan bilamana pelayanan yang diterima atau dirasakan sesuai dengan yang diharapkan konsumen

PENUTUP

Berdasarkan hasil penelitian dan hasil analisis data yang sudah dilakukan dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan interpretasi koefisien korelasi diketahui nilai R sebesar 47,8%, maka dapat diketagorikan sedang. Hasil uji variabel Fasilitas terhadap kepuasan pelanggan dengan interpretasi koefisien korelasi diketahui nilai R sebesar 65,8%, maka dapat diketagorikan kuat. Hasil uji variabel kualitas pelayanan dan fasilitas terhadap kepuasan pelanggan dengan interpretasi koefisien determinasi diketahui nilai R^2 sebesar 83,0%, maka dapat diketagorikan sangat kuat. Selanjutnya hasil uji variabel kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan interpretasi koefisien korelasi diketahui nilai R sebesar 64,2%, maka dapat diketagorikan kuat, variabel fasilitas terhadap loyalitas pelanggan interpretasi koefisien korelasi diketahui nilai R sebesar 51,4%, maka dapat diketagorikan sedang. Varibel kualitas pelayanan dan fasilitas terhadap loyalitas pelanggan interpretasi koefisien korelasi diketahui nilai R sebesar 47,8%, maka dapat diketagorikan sedang. Hasil uji variabel kualitas pelayanan dan fasilitas terhadap loyalitas pelanggan dengan interpretasi koefisien determinasi diketahui nilai R^2 sebesar 45,4%, maka dapat diketagorikan sedang. Berikutnya hasil uji Hasil uji variabel kualitas pelayanan dan fasilitas terhadap kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan dengan interpretasi koefisien determinasi diketahui nilai R^2 sebesar 79,2%, maka dapat diketagorikan kuat.

DAFTAR PUSTAKA

Andharesti, A., & Nirawati, L. (2023). Pengaruh Brand Image, Kualitas Produk dan Kepercayaan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Sereal

This is an open-access article under the CC-BY-SA License
Copyright ©2023, The Author(s)

Sarapan Pagi Energen. Jurnal Pendidikan Ekonomi (JURKAMI), 8(1), 170–179. https://doi.org/10.31932/jpe.v8i1.2190

Aziz, Z. A. (2022). Pengaruh Fasilitas Dan Pengalaman Pengunjung Terhadap Loyalitas Pengunjung Yang Dimediasi Oleh Kepuasan Pengunjung (Survey Pada Pengunjung Wisata Umbul Ponggok Klaten). Jurnal Studi Manajemen Organisasi, 17(2), 8–18. https://doi.org/10.14710/jsmo.v17i2.32470

Haryana, N., Ismunandar., (2021). Analisis Pelayanan Jasa Pengiriman Paket Pada PT. Pos (Persero) Cabang Bima. JURKAMI: Jurnal Pendidikan Ekonomi, 6 (2) DOI : 10.31932/jpe.v6i2.1239

Kurniawan, D. D., & Soliha, E. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Fasilitas Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan pada My Kopi O Semarang. Volume 5(1), 348–358.

Palandi, J.J., Mangantar, M., Raintung, M.C. (2022). Pengaruh kualitas Jasa, Kepercayaan dan Kepuasan Nasabah Terhadap Loyalitas Nasabah PT. Pegadaian di Manado. Jurnal EMBA : Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi Vol. 10 No. 4 (2022)

Ramadhan, A., Lubis, F.A,. 2022. Pengaruh Pelayanan, Kualitas Produk, Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian di Toko Sneakers Room Medan. Jurnal Pendidikan Ekonomi (JURKAMI) 7 (3) DOI : 10.31932/jpe.v7i3.2119

Rizkillah, A., Suryani, S., & Rahmawati, R. (2020). Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Loyalitas Pelanggan Bamboo Coffee dan Resto di Lhokseumawe. MBIA, 19(1), 87–96. https://doi.org/10.33557/mbia.v19i1.866

Sore, A. D., Suryati, E., & Pelipa, E. D. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen di Toko Intan Market Lintas Melawi Sintang. Jurnal Pendidikan Ekonomi (JURKAMI), 8(1), 277–286. https://doi.org/10.31932/jpe.v8i1.2141

Stanley, V., & Sidharta, H. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Fasilitas terhadap Loyalitas Pelanggan Rumah Kost Surabaya Barat. Jurnal Performa : Jurnal Manajemen Dan Start-up Bisnis, 8(4), 418–427. https://doi.org/10.37715/jp.v8i4.3793

Sugiyono. (2018a). Metode Penelitian Manajemen. Alfabeta.

Sugiyono. (2018b). Metodologi Penelitian Bisnis. Alfabeta.

Sujarweni, W. (2019). Metodologi Penelitian Lengkap, Praktis dan Mudah Dipahami. Pustaka Buku.

Widyaningrum, I. D. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Loyalitas Pelanggan Hotel Luminor Mangga Besar Jakarta Barat. Jurnal STEI Ekonomi, XX(Xx), 1–22.

Widyastana, G., & Yulianthini, N. N. (2022). Kualitas Pelayanan Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Tri Jay's Salon Dan Spa Di Singaraja. BISMA : Jurnal Manajemen, 8(Nomor 2). https://ejournal.undiksha.ac.id/index.php/BISMA-JM/article/view/36464

Yogi, M. (2022). Pengaruh Fasilitas dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Yang Dimediasi

This is an open-access article under the CC-BY-SA License
Copyright ©2023, The Author(s)

Oleh Kepuasan Pelanggan Pada Warung Kopi Sportivo Simpang Mesra Banda Aceh Selama Masa Pandemi Covid-19. 7(2).

This is an open-access article under the CC-BY-SA License
Copyright ©2023, The Author(s)