

# Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Sebagai Variabel Mediasi di Brother dan Sister House Surabaya

Murdi Lasriyanti Nggi

S1 Pendidikan Tata Niaga, Jurusan Pendidikan Ekonomi, Universitas Negeri Surabaya  
[murdinggi16080324080@mhs.unesa.ac.id](mailto:murdinggi16080324080@mhs.unesa.ac.id)

Saino

S1 Pendidikan Tata Niaga Jurusan Pendidikan Ekonomi Universitas Negeri Surabaya  
[Saino@unesa.ac.id](mailto:Saino@unesa.ac.id)

## Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menjelaskan pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan dengan kepuasan sebagai variabel mediasi di Brother dan Sister House Surabaya. Jenis penelitian adalah kuantitatif dan menggunakan sampel jenuh dengan jumlah responden sebanyak 114 yang tinggal di Brother dan Sister House. Pengumpulan data digunakan angket online dengan pengukuran skala *likert*. Teknik analisis menggunakan *Path analys* dengan bantuan SPSS 21. Hasil penelitian menunjukkan: (1) Terdapat pengaruh positif dan signifikan kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan pengguna jasa Brother dan Sister House. (2) Terdapat pengaruh yang positif dan signifikan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pengguna jasa Brother dan Sister House. (3) Terdapat pengaruh positif dan signifikan kepuasan terhadap loyalitas pelanggan pengguna jasa Brother dan Sister House. (4) Hasil uji sobel test menunjukkan bahwa kepuasan dapat memediasi kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan pengguna jasa Brother dan Sister House.

**Kata Kunci:** Kualitas Pelayanan, Kepuasan, Loyalitas Pelanggan.

## Abstract

*The purpose of this research is to explain and determine about the effect of service quality on customer loyalty with satisfaction as a mediating variable in Brother and Sister House Surabaya. This research is a quantitative type and uses a saturated sample with a total of 114 respondents who live in the Brother and Sister House. The data source that is used was an online questionnaire with a Likert scale measurement. The analysis technique in this research, is Path analysis with the help of SPSS 21. From the result of this study, it can be concluded that: (1) There is a positive and significant effect of service quality on customer loyalty of Brother and Sister House service users. (2) There is a positive and significant effect of service quality on user satisfaction for Brother and Sister House services. (3) There is a positive and significant effect of satisfaction on customer loyalty of Brother and Sister House service users. (4) The sobel test results shown that satisfaction can mediate service quality towards customer loyalty of users in Brother and Sister House suits.*

*Keywords: Service Quality, Satisfaction, Customer Loyalty*

## PENDAHULUAN

Di era yang terbilang menjadi globalisasi ini persaingan produk serta jasa semakin meluas dikarenakan adanya pasar yang terbuka di berbagai daerah. Sektor jasa semakin berkembang di berbagai bidang industri, seperti pengacara, telekomunikasi, konsultan dan jasa penginapan dengan cara pemasaran yang berbeda-beda untuk menarik konsumen. Perkembangan dalam menyediakan jasa serta barang ini memang terjadi sangat pesat. Salah satu contoh ialah penyediaan penginapan seperti hotel, vila, homestay, rumah kos maupun asrama dengan ketersediaan berbagai jenis fasilitas seperti yang sederhana hingga mewah.

Pergerakan masyarakat secara umum merupakan pelajar yang menuntut ilmu, hal ini memberikan peluang bisnis dan usaha bagi penyedia jasa dengan kehadiran pelajar tersebut untuk menggunakan jasa dalam waktu yang lama. Dengan adanya fenomena ini, mahasiswa memiliki pertimbangan tersendiri dalam memilih tempat

untuk tinggal yang memang memiliki lokasi dekat dengan kampus atau tempat kerja. Tidak hanya itu, keberadaan makanan yang memiliki tingkat kemurahan tinggi juga salah satu faktor yang dapat dipertimbangkan, adapun lingkungan masyarakat yang memang cenderung baik serta kondusif untuk melakukan aktivitas maupun melakukan pembelajaran.

Penulis menyebutkan bahwa Salah satu jasa yang banyak diminati para masyarakat adalah jasa tempat tinggal yang tersedia bagi mahasiswa, pengajar ataupun masyarakat yang membutuhkan. Banyaknya masyarakat yang memang menyediakan tempat tinggal di wilayah sekitar kampus. Hal ini membuat adanya tantangan tersendiri bagi para penyedia jasa tempat tinggal lainnya. Dapat dikatakan banyaknya persaingan yang memang terjadi di daerah-daerah tertentu. Dengan meningkatnya jasa Pendidikan, menuntut kebutuhan akan sarana dan prasarana jasa tempat tinggal pun menjadi meningkat. Hal ini mendorong penyedia jasa tempat tinggal khususnya

Brother dan Sister House untuk bersaing menawarkan keunggulannya.

Brother dan Sister House merupakan tempat tinggal yang disediakan bagi mahasiswa-mahasiswi Kristen dari dalam kota dan luar kota yang berkuliah di PTN dan PTS di Indonesia. Tujuannya adalah menyediakan lingkungan belajar dan kehidupan yang sehat sehingga mahasiswa dapat mempraktekkan kehidupan beribadah, mengejar prestasi akademik, juga membantu terbentuknya watak dan akhlak yang berkarakter melalui kehidupan Bersama.

Brother dan Sister House di Surabaya berdiri sejak tahun 1996 dan dikelola oleh Trust serta telah tersebar di beberapa kota yang berada di Indonesia, contohnya ialah di daerah Surabaya, Bandung, Jakarta, Malang, Semarang, Jogjakarta, Kupang dan kota-kota lainnya di Indonesia. Pesatnya perkembangan Brother dan Sister House di Indonesia mengikut sertakan Surabaya sebagai salah satu daerah sentral pengembangan jasa ini. Untuk Surabaya sendiri telah tersedia Brother dan Sister House di beberapa tempat dekat kampus, diantaranya ialah Brother dan Sister House di Ketintang, Petra, Ubaya, Wisma Permai, Wiyung, Babatan, Rungkut, Jemur Sari, dan Ciputra.

Sejak berdirinya Brother dan Sister House pengelola terus melakukan peningkatan pelayanannya. Hal ini bisa dilihat dari layanan yang diberikan dan fasilitas yang disediakan. Layanan yang diberikan oleh pengelola ialah mendapatkan pembinaan rutin yang telah diatur oleh pengurus. Pembinaan rutin meliputi 3 aspek yaitu pembinaan Kerohanian, pembinaan akademik, dan pembinaan karakter. Selain 3 aspek yang diberikan ada aturan yang berlaku saat tinggal di Brother dan Sister House diantaranya yaitu aturan parkir, aturan bertamu, aturan ruang belajar, aturan kamar tidur, aturan dapur dan peraturan umum. Segala bentuk pelanggaran yang dilakukan akan diberi peringatan. Selain layanan yang diberikan, juga disediakan fasilitas yaitu sarana dan prasarana. Fasilitas yang memadai, layak dipakai dan terpelihara dengan baik yang menunjang keamanan tinggal dan belajar mahasiswa.

Berikut ini dapat dilihat jumlah penghuni Brother dan Sister House di Surabaya selama 3 tahun terakhir pada tabel dibawah ini:

**Tabel 1**  
**Data Penghuni Brother dan Sister House Surabaya Tahun 2017-2019**

Tahun	Brother	Sister	Total
2016	31	23	54
2017	46	24	70
2018	32	31	63
2019	54	60	114

**Sumber: Brother dan Sister House, 2019**

Dari data diatas dapat dilihat bahwa jumlah penghuni Brother dan Sister House di Surabaya mempunyai jumlah yang fluktuatif setiap tahunnya jika dibandingkan antara tahun 2017 sampai 2019. Bila kita melihat bahwa dari daya tampung yang mencapai 214. Tetapi ada tahun 2019 di Brother dan Sister House mengalami peningkatan. Hal ini menimbulkan suatu

problematisan mengenai loyalitas para pelanggan terhadap respon emosi pada jasa yang telah dilakukan tersebut. Jumlah yang tidak tepat sasaran dikarenakan konsumen lebih memilih jasa lain yang memiliki lebih banyak keunggulan dalam fasilitas dan pelayanannya dari jasa tempat tinggal Brother dan Sister House. *Service loyalty* merupakan karakteristik perusahaan yang memberikan informasi kelemahan pada jasa dan selalu mengevaluasi agar dapat selalu meningkatkan kualitas pada jasa tersebut.

Dalam mewujudkan loyalitas pelanggannya, jasa yang ditawarkan diharapkan berkualitas. Tjiptono (2014:268) memberikan pengertian bahwa kualitas dari pelayanan ialah sebuah tingkatan dari suatu keunggulan yang diharapkan dapat segera memenuhi keinginan dari para pelanggan melalui pengusaha tersebut. Melalui adanya pelayanan yang berkualitas tinggi, dapat dipastikan bahwa keunggulan dari persaingan jasa telah diperoleh sehingga pengusaha tersebut dapat mempertahankan pelanggan mereka (Susepti & dkk, 2017). (H, Molden et al., 2014) juga memberikan arahan mengenai pelayanan yang berkualitas, menurutnya hal tersebut dapat menarik perhatian dari konsumen untuk lebih memilih dan menggunakan jasa yang telah ia percayakan tersebut. Tidak hanya itu, mempertahankan pelanggan ialah suatu keharusan yang harus dilakukan oleh para pengusaha demi mendapatkan keuntungan yang dinilai cukup baik serta bertambah setiap tahunnya.

Indikator kualitas pelayanan yang digunakan dalam penelitian ini menurut (Zeithmal dalam Jacobis, 2013) yaitu: 1) Keandalan (*Reliability*), memberikan pelayanan secara cepat dan tepat saat dibutuhkan, layanan yang diberikan sesuai dengan standar yang dijanjikan, 2) Daya Tanggap (*Responsiveness*), segera membantu jika ada masalah yang dihadapi penghuni, tersedia petugas keamanan yang membantu, tanggap dalam melayani kebutuhan penghuni, dan tanggap terhadap keselamatan penghuni, 3) Kompetensi (*Competence*), memiliki ketrampilan dalam berkomunikasi dengan para penghuni, memiliki ketrampilan dalam menata lingkungan hunian, dan tersedianya jasa masak yang terampil, 4) Akses (*Accessibility*), mudah menemui pengelola, tersedianya sarana telekomunikasi, 5) Kesopanan (*Courtesy*), memiliki sikap ramah dan sopan santun dalam melayani, petugas keamanan bersikap ramah dalam menjaga keamanan, 6) Komunikasi (*Communication*), informasi mengenai biaya dan tempat tinggal dapat diterima, 7) Keamanan (*Secutity*), keamanan untuk daerah parker sesuai dengan harapan, memiliki tempat penyimpanan barang milik pribadi yang aman, keamanan tamu yang berkunjung aman, 8) Kemampuan Memahami Pelanggan (*Understanding/Knowing the Customer*), Adanya Sharing pengelola dan penghuni mengenai apa yang dibutuhkan, memberikan saran atau solusi sesuai dengan kondisi penghuni, 9) Bukti Fisik (*Tangibles*), mempunyai fasilitas umum yang memadai, mempunyai fasilitas kamar yang memadai, mempunyai toilet yang bersih, pengelola berpenampilan rapi dan sopan, memiliki lingkungan yang bersih dan nyaman, menyediakan fasilitas tambahan seperti sarana olahraga, dan lokasi yang dekat dengan kampus.

Faktor dari keberhasilan suatu perusahaan adalah loyalitas pelanggan. (Kotler, 2011) mengatakan bahwa komitmen yang dipegang teguh untuk percaya pada kualitas produk dan membeli kembali produk tersebut merupakan loyalitas. Memiliki pelanggan yang loyal adalah tujuan akhir dari suatu perusahaan, karena dengan adanya pelanggan yang loyal memberikan keuntungan yang besar bagi perusahaan.

Loyalitas pelanggan yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan indikator menurut (Kotler, 2011:84) yaitu:1) Menggunakan jasa untuk jangka panjang, pelanggan tetap menggunakan jasa Brother dan Sister House selama berkuliah, 2) Memberikan pernyataan positif mengenai jasa yang telah dikonsumsi, pelanggan memberikan komentar positif tentang Brother dan Sister House kepada kerabat dan teman, 3) Memberikan perhatian pada kebersihan lingkungan, mengerjakan piket pembersihan setiap hari, 4) Menawarkan ide/gagasan untuk perbaikan layanan, memberikan ide positif kepada pengelola demi meningkatkan pelayanan 5) Menunjukkan kekebalan terhadap ketertarikan pesaing, tidak akan beralih kepada jasa lain selain Brother dan Sister House.

Dari indikator pengukuran kualitas pelayanan serta loyalitas pelanggan Brother dan Sister House terbilang memiliki adanya keterpengaruh yang dinilai cukup positif serta signifikan untuk loyalitas pelanggan Brother dan Sister House dengan dugaan sementara yang akan dihasilkan dari study ini.

### **H1: Kualitas Pelayanan mempunyai pengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan pada Brother dan Sister House Surabaya**

Menurut Kotler (2016:150) memberikan suatu definisi mengenai kepuasan tersebut. Menurutnya hal tersebut bergantung pada suatu perasaan melalui tiap individu yang memiliki perasaan senang ataupun kecewa. Perasaan tersebut dapat dihasilkan melalui perbandingan suatu kinerja dari jasa tersebut. (Assauri dalam Moha, 2016) juga menyatakan bahwa suatu indikator yang dinilai dapat menjadi penunjang bagi masa kedepan suatu perusahaan melalui kepuasan yang diperoleh pelanggan. Konsumen yang dinilai merasa puas akan tetap setia dalam jangka waktu yang lama, dan tidak memperdulikan hal-hal seperti harga dan lebih cenderung memberikan ulasan dengan sangat baik mengenai kinerja atau jasa dan produk dari suatu perusahaan tersebut.

Indikator pada variabel kepuasan yaitu: 1) konsumen dinilai dapat memberikan masukan atau rekomendasi kepada orang-orang yang akan memilih suatu jasa tersebut. Pelanggan yang dinilai puas dengan jasa Brother and Sister House akan cenderung memberikan ulasan baik kepada teman atau individu terdekat pelanggan supaya memilih jasa penginapan di tempat tersebut. Konsumen juga akan memperkenalkan dengan baik Brother dan Sister House kepada orang lain (teman, sahabat, kerabat), menulis hal-hal positif tentang Brother dan Sister House di sosial media, 2) Pelanggan tidak pernah mengeluh, bukti pelanggan puas dengan jasa ialah melakukan pembayaran biaya tinggal dan makan tepat waktu, 3) Menggunakan jasa kembali, pelanggan

akan menggunakan jasa ini kembali di masa yang akan datang. Adanya indikator pengukuran kepuasan harapannya ada dugaan sementara untuk temuan penelitian ini dimana dimungkinkan terjawab pada riset ini.

### **H2: Kualitas Pelayanan mempunyai pengaruh terhadap Kepuasan pada Brother dan Sister House Surabaya**

Kepuasan pelanggan merupakan faktor yang sangat penting yang dapat menunjang keberlangsungan suatu perusahaan (Uttami, 2014). Semakin baik kualitas yang diberikan kepada pelanggan maka akan meningkatkan nilai kepuasan pelanggan tersebut. Pelanggan yang puas memberikan manfaat besar bagi perusahaan, baik dalam menambah profit perusahaan maupun dapat membentuk citra perusahaan yang baik bagi perusahaan itu sendiri (Kancana dalam Yulistria, 2020). Dengan pelayanan yang baik, Brother dan Sister House membuat pelanggannya tidak akan berpaling kepada jasa yang serupa.

Oleh karena itu, tentu saja ini mempengaruhi loyalitas pelanggan dalam menggunakan jasa. Jika pelanggan puas menggunakan jasa tempat tinggal Brother dan Sister House maka pelanggan akan merekomendasikan kepada orang-orang terdekatnya. Dalam penelitian (Kadek Ngurah Astana et al., 2014), mendapatkan hasil yaitu kepuasan berpengaruh langsung terhadap loyalitas tamu.

### **H3: Kepuasan mempunyai pengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan pada Brother dan Sister House Surabaya**

Loyalitas pelanggan merupakan keterikatan terhadap suatu jasa tergantung pada yang didapatkan pelanggan pada jasa tersebut (Winata, 2017). Dalam arti pelanggan puas dengan keseluruhan kinerja dari jasa. Jika pelanggan dapat merasakan layanan yang diberikan dalam menggunakan suatu jasa maka hal itu menunjukkan kualitas pelayanan jasa baik. Kualitas memperlihatkan bahwa kepuasan seseorang terhadap kinerja suatu jasa. Jika kinerja tidak terpenuhi sesuai dengan keinginan pelanggan maka konsumen tidak puas dengan jasa.

Menurut Zainal Rivai, (2015:173), memberikan definisi kepuasan ialah tingkatan perbandingan antara pengharapan oleh pengusaha dan dengan kenyataan yang sebenarnya diberikan oleh konsumen di dalam jasa tersebut. Brother dan Sister House perlu lebih meningkatkan loyalitas pelanggannya yaitu melalui memahami kebutuhan kepuasan pelanggan sehingga menimbulkan respon positif dan meningkatnya loyalitas pelanggan.

Dalam penelitian (Pratiwi et al., 2020) dapat disimpulkan nilai kepuasan memediasi kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan. Hal tersebut sama halnya dengan penelitian (Uttami, 2014) yaitu yang menyatakan bahwa kepuasan dapat memediasi kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan.

### **H4: Kepuasan pelanggan mampu menjadi mediasi Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan pada Brother dan Sister House Surabaya.**

## METODE PENELITIAN

Penelitian yang akan penulis gunakan didalam ini ialah menggunakan kuantitatif. Lokasi penelitian di Brother dan Sister House Surabaya. Menggunakan sampel jenuh dengan jumlah sebanyak 114 responden.

Peneliti dapat menentukan responden berdasarkan karakteristik populasi yaitu responden ialah mahasiswa yang aktif berkuliah, berusia 18-25 tahun dan tinggal di Brother dan Sister House lebih dari 1 semester. Data yang digunakan didalam penelitian ini ialah berasal dari data utama, data tersebut dapat diperoleh melalui angket online dengan goggle form dengan link <https://forms.gle/4XCr22Lnd8JjUn2g9> Instrumen sebelum digunakan dilakukan uji Validitas dan Uji Reliabilitas. Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu menggunakan *Path analys*. Dengan melakukan uji asumsi klasik yaitu diantaranya: Uji normalitas, uji multikolinieritas, uji heterokedastisitas. Uji Kelayakan model, uji hipotesis diantaranya yaitu uji F dan uji mediasi menggunakan Sobel test dengan alat SPSS 21.

### Uji Validitas

Hasil data dari uji validitas yang telah dilakukan memiliki satuan korelasi-total nilai korelasi < r-hitung yaitu 0,30 jadi dapat dinyatakan semua item pernyataan valid sebagai pengukuran penelitian.

### Uji Reliabilitas

Hasil dari uji reliabilitas yang telah di lakukan menunjukkan ukuran nilai pada *Cronbach alpha* kualitas pelayanan (X), kepuasan (Z). Loyalitas pelanggan (Y) memiliki nilai *Cronbach alpha* > 0.06. Jadi dapat dikatakan unsur dari setiap variabel dapat digunakan sebagai pengukuran penelitian.

### Uji Asumsi Klasik

#### a) Uji Normalitas

Berdasarkan uji menggunakan SPSS 21 nilai signifikan yang diperoleh adalah  $0,629 > 0,05$  sehingga data tersebut mendapat kesimpulan yang telah didapat ialah data yang digunakan terdistribusi normal.

#### b) Uji Multikolinieritas

Hasil uji menggunakan SPSS 21 dapat diketahui bahwa variabel kualitas pelayanan (X) dan kepuasan (Z) untuk nilai tolerance  $1,000 > 10,0$  dengan nilai VIF  $1,000 < 10,0$  sehingga dapat disimpulkan tidak terjadi multikolinieritas.

#### c) Uji Heteroskedastisitas

Hasil uji menggunakan SPSS 21 dapat diketahui bahwa nilai signifikan variabel kualitas pelayanan (X) besarnya  $0,124 > 0,05$ . Sedangkan nilai signifikan variabel kepuasan (Z) besarnya  $0,710 > 0,05$ . Hal ini menunjukkan tidak terjadi heterosdastisitas karena nilai signifikan lebih dari 0,05. Maka dari itu dapat dikatakan uji heterosdastisitas pada penelitian ini sudah terpenuhi.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Karakteristik Responden

Data dibawah ialah merupakan hasil dari penelitian disetiap masing-masing nilai angka yang telah digunakan yang meliputi: Jenis Kelamin, Usia, dan Asal daerah. Data deskriptif responden adalah sebagai berikut:

**Tabel 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin**

Jenis Kelamin	Jumlah	Presentasi %
Laki-laki	54	54 %
Perempuan	60	60 %
Total	114	100 %

(Sumber: Data diolah peneliti, 2020)

Berdasarkan tabel 2, telah ditunjukkan yaitu melalui responden yang terbanyak ialah melalui responden dengan jenis kelamin perempuan dengan nilai angka ialah 60 peserta. Selanjutnya diikuti dengan responden yang berjenis kelamin laki-laki yaitu sebanyak 54 orang. Hal ini dapat dijelaskan bahwa perempuan paling dominan menggunakan jasa Brother dan Sister House Surabaya.

**Tabel 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia**

Usia (Tahun)	Jumlah	Presentasi %
18-21	58	58%
22-25	56	56%
Total	114	100%

(Sumber: Data diolah peneliti, 2020)

Tabel 3 menunjukkan bahwa responden dengan usia 18-21 tahun ialah responden dengan nilai presentasi tertinggi sejumlah 58 orang dan diikuti dengan usia 22-25 tahun sejumlah 56 orang. Hal ini dapat menjelaskan bahwa yang berusia 18-21 tahun dan 22-25 tahun rata-rata mahasiswa yang berkuliah dan menggunakan jasa Brother dan Sister House Surabaya sebagai tempat tinggal saat berkuliah, Sedangkan responden dengan usia > 25 tahun rata-rata sudah lulus kuliah dan tidak tinggal di Brother dan Sister House.

**Tabel 4 Karakteristik Responden Berdasarkan Asal Daerah**

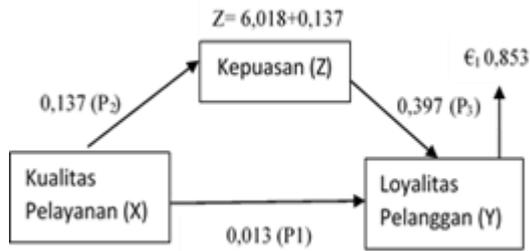
Asal Daerah	Jumlah	Presentasi %
Sumatera	14	12 %
Kalimantan	4	3 %
Jawa Barat	25	22 %
Jawa Tengah	15	13 %
Jawa Timur	16	14%
Lampung	2	1 %
Sulawesi	8	7 %
Maluku	3	2 %
Bali	7	6 %
NTT	8	7 %
Papua	12	11 %
Total	114	100 %

(Sumber: Data diolah peneliti, 2020)

Melalui tabel 4 dapat ditunjukkan ialah yaitu responden dengan asal daerah Jawa Barat merupakan responden dengan presentasi tertinggi yaitu sebanyak 25 orang. Hal ini menunjukkan bahwa banyak mahasiswa dari daerah barat yang berkuliah di Surabaya dan memilih Brother dan Sister House sebagai tempat tinggal selama berkuliah. Sedangkan responden paling sedikit adalah asal Lampung sejumlah 2 orang, yang menggunakan jasa Brother dan Sister House Surabaya selama berkuliah.

## ANALISIS DATA

Berdasarkan hasil *Path analys* (analisis jalur) menggunakan SPSS 21 dapat dijelaskan melalui tabel dibawah ini:



**Gambar 1. Hasil Analisis Jalur**  
(Sumber: Data diolah peneliti, 2020)

Dampak Langsung:

- 1) Dampak langsung kualitas pelayanan (X) pada loyalitas pelanggan (Y) adalah 0,013. Artinya suatu kualitas dari pelayanan perusahaan dapat keterpengaruhan yang positif melalui kesetiaan para konsumen atau pelanggan. Jika kualitas dalam suatu pelayanan pelanggan baik maka timbal balik yang diberikan oleh para konsumen pun juga cenderung kearah yang positif atau baik. Didalam hal tersebut seharusnya lebih menguntungkan setiap perusahaan dengan adanya kesetiaan pelanggan tersebut terhadap perusahaan.
- 2) Dampak langsung kualitas pelayanan (X) pada kepuasan (Z) adalah 0,137. dapat diartikan bahwa kualitas dari pelayanan bernilai positif bagi kepuasan pelanggan. Jika semakin baik pelayanan dari perusahaan terhadap pelanggan maka semakin besar pula kepuasan konsumen yang akan didapat.
- 3) Dampak langsung kepuasan (Z) pada loyalitas pelanggan (Y) adalah 0,397. Artinya kepuasan juga telah memiliki adanya pengaruh positif yang ditimbulkan oleh kesetiaan para konsumen. Jika semakin banyak kepuasan dari konsumen yang telah diberikan akan berdampak baik bagi kesetiaan para pelanggan tersebut.

Dampak tidak langsung:

- 1) *indirect effect* kualitas pelayanan  
 $0,013 \times 0,137 = 0,001$
- 2) *indirect effect* kualitas pelayanan  
 $0,397 \times 0,137 = 0,054$

Total Dampak:

$$\begin{aligned} \text{Total effect kualitas pelayanan} \\ &= 0,013 + 0,397(0,137) \\ &= 0,067 \end{aligned}$$

Hasil analisis data pengaruh tidak langsung menunjukkan bahwa total dampak 0,067 lebih besar dari pengaruh langsung X ke Y yaitu sebesar 0,013. Dengan demikian variabel kepuasan yang diperoleh pelanggan dapat menjadi mediator sebagai kualitas suatu pelayanan terhadap kesetiaan konsumen.

**H<sub>1</sub> Kualitas Pelayanan mempunyai pengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan pada Brother dan Sister House Surabaya**

Berdasarkan hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang positif dan signifikan antara kualitas pelayanan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan. Hal tersebut berdasarkan dari variabel kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan melalui analisis jalur. Variabel kualitas pelayanan (X) Nilai  $t_{hitung}$  variabel kualitas pelayanan yaitu 3,820 dengan tingkat signifikan dari variabel X menjadi  $0,000 < 0,05$ , artinya variabel kualitas pelayanan dapat diterima dan signifikan, sehingga kesimpulannya adalah terdapat hasil yang positif secara parsial dari kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan. Analisis jalur menghasilkan hubungan antaranya kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan yaitu 0,013.

Loyalitas pelanggan memiliki peran yang sangat penting terhadap kualitas pelayanan. 0,013 merupakan hasil dari pengaruh langsung variabel kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan. Hal tersebut membuktikan bahwa kualitas pelayanan meningkat ketika menggunakan jasa Brother dan Sister House dapat mempengaruhi loyalitas pelanggan. Oleh sebab itu perusahaan harus memberikan fasilitas dan pelayanan yang maksimal pada pelanggannya, sehingga dapat mengikat loyalitas dari pelanggan.

Penelitian ini didukung oleh teori Tjiptono (2014:268) melalui teori tersebut, dikatakan bahwa melalui kualitas dari pelayanan adalah suatu tingkatan keutamaan (*excellence*) yang dapat diharapkan atas keunggulan tersebut, dan dapat juga berarti sebagai tingkat terpenuhinya suatu keinginan konsumen dan kesetiannya pada Brother dan Sister House Surabaya. Study yang dilakukan oleh penulis ini juga didukung oleh penelitian (Silitonga, 2020) menunjukkan bahwa loyalitas pelanggan berpengaruh positif terhadap kualitas pelayanan. Menurut (Pratiwi et al., 2020) menyatakan bahwa loyalitas pelanggan di Ratu hotel berpengaruh terhadap kualitas pelayanan dan memberikan dampak signifikan. Dapat disimpulkan bahwa suatu jasa memberikan pelayanan kualitas terbaik maka akan berdampak loyalitas pelanggan terhadap jasa tersebut.

Berdasarkan jawaban responden berhubungan dengan variabel kualitas pelayanan dengan indikator kehandalan (Pengelola memberikan layanan secara cepat dan tepat saat dibutuhkan) 3,59 kategori sangat setuju, hal ini membuktikan bahwa konsumen sangat setuju bahwa Brother dan Sister House ialah termasuk dari baik nya pelayanan yang telah diberikan sesuai melalui harapan para pelanggannya. Pernyataan yang telah dikemukakan tersebut dapat membuktikan bahwa kualitas dari pelayanan telah memiliki keterpengaruhan terhadap kesetiaan para konsumen yang telah menggunakan jasa Brother and Sister House.

**H<sub>2</sub> Kualitas Pelayanan mempunyai pengaruh terhadap Kepuasan pada Brother dan Sister House Surabaya**

Berdasarkan analisis jalur pada variabel kualitas pelayanan melalui suatu kepuasan oleh pelanggan telah memberikan tanda mengenai hubungan positif yang signifikan mengenai kualitas pelayanan dengan kepuasan para pelanggan. Penelitian menunjukkan

variabel kualitas pelanggan (X) Nilai  $t_{hitung}$  variabel kualitas pelayanan yaitu 7,205 dengan nilai signifikannya yaitu  $0,000 < 0,05$ , artinya variabel kualitas pelayanan diterima dan signifikan, sehingga dapat disimpulkan adanya dampak positif secara parsial dari kualitas pelanggan terhadap kepuasan. Pada hasil analisis jalur hubungan antarannya kualitas pelayanan terhadap kepuasan yaitu 0,137.

Kualitas pelayanan pada jasa tempat tinggal dengan pelayanan yang cepat dalam membantu kebutuhan pelanggannya membuat pelanggannya puas dalam menggunakan jasa tersebut. Brother dan Sister House memberikan pelayanan yang baik dan berkualitas ketika para pelanggan menggunakan jasanya.

Penelitian ini berkesinambungan dengan teori (Kotler, 2011) yaitu kemampuan perusahaan dalam memuaskan kebutuhan secara tersirat dipengaruhi oleh adanya keseluruhan ciri serta sifat suatu pelayanan merupakan pengertian dari kualitas pelayanan. Jika Brother dan Sister House Surabaya semakin baik memberikan kualitas pelayanan kepada pelanggan, maka akan berpengaruh terhadap meningkatnya kepuasan pelanggan. Diperoleh hasil penelitian yang sama sebelumnya oleh (Basit & Handayani, 2018), yang menyatakan bahwa kepuasan pelanggan berpengaruh positif terhadap kualitas pelayanan. Oleh sebab itu perusahaan harus meningkatkan kualitas pelayanannya.

Melalui jawaban responden berhubungan dengan variabel kepuasan dengan indikator menunjukkan pelanggan merekomendasikan kepada orang lain 3,54 kategori sangat setuju, dengan pernyataan Saya akan merekomendasikan Brother dan Sister House kepada orang lain (teman, sahabat, kerabat). Hal ini membuktikan bahwa pelanggan Brother dan Sister House sangat setuju apabila jasa tersebut memberikan pelayanan yang baik sehingga mereka akan merekomendasikan jasa kepada orang-orang terdekatnya.

**H<sub>3</sub> Kepuasan mempunyai pengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan pada Brother dan Sister House Surabaya**

Penjelasan melalui analisa jalur yang nilai angka kepuasan para konsumen telah berpengaruh terhadap kesetiaan para pelanggan oleh perusahaan menjelaskan bahwa adanya hubungan yang positif serta terlihat signifikan antara kedua konsep tersebut. Penelitian menunjukkan variabel kepuasan (Z) Nilai  $t_{hitung}$  variabel kepuasan yaitu 6,489 dengan nilai signifikannya yaitu  $0,000 < 0,05$ , artinya variabel kepuasan diterima dan signifikan, yang akhirnya menjadi kesimpulan yaitu adanya dampak positif secara parsial dari kepuasan terhadap kesetiaan para pelanggan. Hasil uji analisis jalur hubungan kepuasan dengan loyalitas pelanggan yaitu 0,397.

Kepuasan yang diperoleh dalam menggunakan jasa Brother dan Sister House dapat membuat pelanggan puas dan senang sehingga memberikan respon positif. Penelitian ini didukung oleh teori dari Kotler (2016:150) bahwa perasaan seseorang bahagia atau sedih yang dihasilkan dari membandingkan kinerja produk atau jasa yang dirasakan (atau hasil) dengan harapan merupakan

pengertian dari kepuasan. Berdasarkan pengertian tersebut dapat diketahui bahwa pelanggan akan membandingkan sebelum dan sesudah menggunakan jasa di Brother dan Sister House Surabaya, jika pelayanannya mampu membuat pelanggan puas akan berdampak bagi jasa yaitu keuntungan semakin meningkat melalui pelanggan yang tetap tinggal dan juga dapat merekomendasikan kepada lingkungan terdekatnya. Hasil penelitian yang sama dilakukan peneliti sebelumnya oleh (Normasari, 2013) yang menyatakan bahwa kepuasan berpengaruh positif terhadap loyalitas.

Melalui jawaban responden berhubungan dengan variabel loyalitas pelanggan dengan indikator menunjukkan kekebalan terhadap ketertarikan pesaing 3,50 kategori sangat setuju, dengan pernyataan saya tidak akan beralih kepada jasa lain selain Brother dan Sister House. Jadi dapat ditarik kesimpulan bahwa kepuasan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan di Brother dan Sister House Surabaya.

**H<sub>4</sub> Kepuasan Pelanggan mampu menjadi mediator Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan pada Brother dan Sister House Surabaya**

Berdasarkan hasil uji sobel test, variabel kepuasan dapat memediasi hubungan antara kualitas pelayanan terhadap loyalitas dan nilai yang dihasilkan dalam kualitas pelayanan dengan loyalitas pelayanan adalah sebagai berikut:

**Uji Sobel Test H<sub>4</sub>**

$$Z = \frac{P^2 \times SP^2}{\sqrt{P^2 \times SP^2 + P^2 \times SP^2 + SP^2 \times SP^2}}$$

$$= \frac{0,397 \times 0,137}{\sqrt{0,397^2 \times 0,019^2 + 0,137^2 \times 0,080^2 + 0,019^2 \times 0,080^2}}$$

$$= \frac{0,054389}{\sqrt{0,0000568968 + 0,0001201216 + 0,000023104}}$$

$$= \frac{0,054389}{\sqrt{0,0001793288}}$$

$$= \frac{0,054389}{0,042313703555}$$

$$= 4,061$$

Keterangan:  
P = Koefisien Jalur  
SP = Standart Error Jalur

Melalui hasil dari sobel test menunjukkan bahwa hasil tabulasi Z sebesar 4,061 > 1,96 dan dengan nilai signifikan 0,000 < 0,05. Sehingga dari hasil uji sobel test dapat diperoleh sebagai berikut: Kepuasan memediasi pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan Nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  sebesar 4,061 > 1,96 dengan nilai signifikan 0,000 < 0,05 artinya variabel kepuasan secara signifikan memediasi pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan Brother dan Sister House Surabaya.

Penelitian ini juga didukung oleh (Pratiwi et al., 2020) menyatakan bahwa kepuasan dapat memediasi kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan Ratu hotel di Bali.

Kualitas pelayanan berpengaruh besar pada kepuasan serta loyalitas pelanggan. Hal itu timbul karena pelanggan

merasa puas dengan setiap pelayanan yang telah di berikan Brother dan Sister House Surabaya.

Uji F untuk menunjukkan ada tidaknya pengaruh variabel bebas (Kualitas Pelayanan) dan variabel intervening (Kepuasan) secara bersamaan terhadap variabel terikat (Loyalitas Pelanggan). Variabel bebas dapat dinyatakan memiliki pengaruh simultan terhadap variabel terikat apabila nilai probabilitas < 0,05. Berikut ini merupakan tabel dari hasil uji F pada variabel kualitas pelayanan (X) terhadap kepuasan (Z):

**Tabel 6 Hasil Uji F**

Model	F hitung	Sig.
X → Z	14,592	0,000
X → Y	51,912	0,000
Z → Y	42,102	0,000

(Sumber: Data diolah peneliti, 2020)

Berdasarkan tabel 6, nilai  $F_{hitung}$  variabel kualitas pelayanan (X) terhadap kepuasan (Z) sebesar 14,592 dan  $F_{tabel}$  (taraf 5%) sebesar 3,93. Dengan nilai signifikansinya 0,000 dapat disimpulkan variabel kualitas pelayanan berpengaruh simultan terhadap kepuasan di Brother dan Sister House. Pada variabel kualitas pelayanan (X) terhadap loyalitas pelanggan (Y) menunjukkan nilai  $F_{hitung}$  sebesar 51,912 dan nilai  $F_{tabel}$  sebesar 3,08. Dengan nilai signifikansinya 0,000 dapat disimpulkan variabel kualitas pelayanan berpengaruh simultan terhadap loyalitas pelanggan di Brother dan Sister House. Selanjutnya variabel kepuasan (Z) terhadap loyalitas pelanggan (Y) menunjukkan nilai  $F_{hitung}$  sebesar 42,102 dan nilai  $F_{tabel}$  sebesar 2,69. Dengan nilai signifikansinya 0,000 dapat disimpulkan variabel kepuasan berpengaruh simultan terhadap loyalitas pelanggan di Brother dan Sister House.

#### KESIMPULAN

Melalui study yang telah dilakukan oleh penulis, penulis menyimpulkan bahwa: (1) Kualitas dari pelayanan telah memiliki keterkaitan oleh kesetiaan para pelanggan yang telah menggunakan jasa Brother and Sister House. (2) Kualitas dari pelayanan memiliki adanya keterpengaruhannya oleh kepuasan para pelanggan atau para pengguna jasa Brother dan Sister House. (3) Kepuasan dari para konsumen telah berpengaruh oleh kesetiaan para pelanggan dengan pengguna jasa Brother dan Sister House. (4) Melalui hasil dari uji sobel test telah mendapat kesimpulan mengenai kepuasan para pelanggan dapat memediasikan kualitas dari pelayanan terhadap kesetiaan para konsumen pengguna jasa Brother dan Sister House.

#### DAFTAR RUJUKAN

Basit, A., & Handayani, R. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Allium Tangerang Hotel. *LONTAR: Jurnal Ilmu Komunikasi*. 6(2).

H, Molden, E., Kumadji, S., & Yulianto, E. (2014). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan, Kepercayaan, Dan Loyalitas Pelanggan (Survei pada Pelanggan yang Menginap di Jambuluwuk Batu Resort Kota Batu ). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*. 15(2).

Jacobis, R. (2013). Faktor-Faktor Kualitas Pelayanan Pengaruhnya Terhadap Kepuasan Pasien Rawat

Inap Peserta Jamkesmas Di BLU RSUP Prof.Dr. R.D. Kandou Manado. *Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*. 1(4), 619-629.

Kadek Ngurah Astana, Made Nuridja, & Luh Indrayani. (2014). Pengaruh Kualitas Pelayanan Hotel Dan Kepuasan Tamu Terhadap Loyalitas Tamu Pada Hotel Legong Keraton Di Kabupaten Badung Tahun 2013. *Manajemen Pemasaran*. 4(1).

Kotler, K. (2011). *Manajemen Pemasaran* (13th ed.). Erlangga.

Kotler Philip, & Keller K. (2016). *Marketing Management -15th Global Edition*. In England: Pearson Educationn Limited.

Moha, S., & Loindong, S. (2016). Analisis Kualitas Pelayanan Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Hotel Yuta Di Kota Manado. *Jurnal Emha*. 4(1).

Normasari, S. (2013). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan, Citra Perusahaan Dan Loyalitas Pelanggan (Survei pada Tamu Pelanggan yang Menginap di Hotel Pelangi Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis S1 Universitas Brawijaya*. 6(2).

Pratiwi, K. A., Suartina, I. W., Kusyana, D. N. B., & Dewi, I. A. M. S. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pada Ratu Hotel (Ex. Queen Hotel) Denpasar Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Intervening. *Bisma: Jurnal Manajemen*. 6(1).

Silitonga, F. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Lokasi terhadap Loyalitas Pelanggan Hotel Bintang Dua di Kota Batam. *Cafeteria*. 1(2), 64–73.

Susepti, A., & dkk. (2017). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Tamu Hotel. *Jurnal Administrasi Bisnis*. 50(5).

Tjiptono, Fandy. (2014). Pemasaran Jasa. *Yogyakarta: Andi offset*.

Uttami, N. (2014). Peran Citra Hotel dan Kepuasan Pelanggan Dalam Memediasi Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Hotel Melati Dikawasan Wisata Kuta. *E-Jurnal Ekonomi Dan Binis*. 3(1).

Winata, A., & Fiqri, I. A. (2017). Pengaruh Harga Dan Kualitas Jasa Terhadap Loyalitas Pelanggan Hotel Emersia Di Bandar Lampung. *Jurnal Manajemen Magister*. 3(2).

Yulistria, R. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Hotel Santika Sukabumi. *Akrab Juara*. 5(2), 45–59.

Zainal, V. R. (2015). Manajemen Sumber Daya Manusia. *Manajemen Sumber Daya Manusia Untuk Perusahaan Dari Teori Ke Praktik*.