

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Obyek dan Subyek Penelitian

1. Obyek Penelitian

Tri Karya Sakti adalah salah satu bengkel AHASS yang berdiri di Yogyakarta dengan nomor 1711. AHASS 1711 merupakan badan usaha yang bergerak di bidang jasa servis, khususnya layanan reparasi dan servis sepeda motor jenis honda. Pemilk dari AHASS 1711 adalah bapak Adha Yuwanto, AHASS telah beroperasi sejak tahun 1998, terletak di jalan wates km.3, kalibayem, Yogyakarta.

2. Subyek Penelitian

Sebagaimana dijelaskan sebelumnya bahwa subyek penelitian ini adalah pelanggan yang sudah 3 kali menggunakan jasa servis di AHASS 1711 Yogyakarta. Kuesioner yang di gunakan dalam penelitian ini berjumlah 100. Kuesioner secara langsung di berikan kepada konsumen yang sudah 3 kali menggunakan jasa servis AHASS 1711. Penyebaran kuesioner di lakukan selama 10 hari, yaitu pada tanggal 10 sampai 20 april 2017.

Sebelum membahas lebih lanjut mengenai penelitian ini, terlebih dahulu akan di bahas mengenai gambaran dari responden yang berisi

tentang usia, jenis kelamin, pendidikan terakhir dan pekerjaan. Distribusi hasil penelitian ini di sajikan berikut ini.

a. Jenis kelamin responden

Responden yang menjadi pelanggan AHASS 1711 Yogyakarta, berdasarkan karakteristik jenis kelamin dapat di tampilkan dalam tabel 4.1 sebagai berikut

Tabel 4.1
Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No	Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase (%)
1	Pria	54	54%
2	Wanita	46	46%
		100	

Sumber : Data diolah dalam lampiran 2

Berdasarkan Tabel 4.1 menunjukkan bahwa responden pria lebih dominan dibandingkan wanita yaitu 46% dan pria 54%. Hal ini menunjukkan bahwa ada perbedaan proporsi responden berdasarkan jenis kelamin.

b. Usia responden

Berdasarkan karakteristik usia pada responden yang menjadi pelanggan AHASS 1711 Yogyakarta, dapat di tampilkan pada tabel 4.2 sebagai berikut :

Tabel 4.2**Karakteristik Responden Berdasarkan Usia**

No	Usia	Jumlah	Persentase %
1	Kurang dari 17 tahun	-	0%
2	17 - 30 tahun	85	85%
3	31 - 50 tahun	15	15%
	Total	100	

Sumber : Data diolah dalam lampiran 2

Berdasarkan tabel 4.2 menunjukkan bahwa dari 100 responden yang tertinggi adalah responden yang berusia 17 - 30 tahun yaitu sebanyak 85%, sedangkan yang terendah adalah responden yang berusia kurang dari 17 tahun yaitu sebanyak 0%. ini menunjukkan bahwa usia 17 - 30 tahun merupakan usia yang mempunyai intensitas tinggi dalam memutuskan menjadi pelanggan AHASS 1711 Yogyakarta.

c. Pendidikan terakhir

Responden yang menjadi pelanggan AHASS 1711 Yogyakarta berdasarkan tingkat karakteristik pendidikan terakhir pelanggan, dapat ditampilkan dalam tabel 4.3 sebagai berikut :

Tabel 4.3**Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir**

No	Jenjang Pendidikan	Jumlah	Persentase (%)
1	SD	0	0%
2	SMP	7	7%
3	SMA	54	54%
4	Diploma	9	9%
5	S1	29	29%

No	Jenjang Pendidikan	Jumlah	Persentase (%)
6	S2/S3	1	1%
	Total	100	

Sumber : Data diolah dalam lampiran 2

Berdasarkan tabel 4.3 menunjukkan bahwa dari 100 responden yang tertinggi adalah responden yang mempunyai latar belakang pendidikan SMA yaitu sebesar 54%, sedangkan yang terendah adalah latar pendidikan SD, yaitu sebanyak 0%.

d. Status pekerjaan responden

Responden yang menjadi pelanggan AHASS 1711 Yogyakarta, berdasarkan karakteristik pekerjaan dapat ditampilkan dalam tabel 4.4 sebagai berikut :

Tabel 4.4
Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

No	Pekerjaan	Jumlah	Persentase (%)
1	Pelajar	7	7%
2	Mahasiswa	48	48%
3	Pegawai Swasta	24	24%
4	PNS	12	12%
5	Lain - Lain	9	9%
	Total	100	

Sumber : Data diolah dalam lampiran 2

Berdasarkan tabel 4.4 menunjukkan bahwa dari 100 responden yang tertinggi adalah responden yang berstatus sebagai mahasiswa

dengan persentase sebanyak 48%, sedangkan yang terendah adalah responden dengan status pelajar yaitu sebesar 7%.

B. Uji Kualitas Instrumen dan Data

Kuesioner harus memenuhi dua syarat, yaitu valid dan reliabel untuk membuktikannya digunakan beberapa alat uji yaitu :

1. Uji Validitas

Menurut Ghozali (2009), Uji validitas adalah uji yang digunakan untuk menunjukkan sejauh mana alat ukur yang digunakan dalam mengukur suatu apa yang diukur. menyatakan bahwa uji validitas digunakan untuk mengukur sah, atau valid tidaknya suatu kuesioner. Dalam uji validitas ini menggunakan korelasi *product moment pearson*. Menurut Ghozali (2011) jika nilai signifikan yang diperoleh dari setiap indikator $< 0,05$, maka dinyatakan valid. Uji validitas diolah menggunakan program SPSS 22 *for Windows*.

Tabel 4.5
Hasil Uji Validitas

Variabel	Pernyataan	Sig. (2-tailed)	$\alpha < 0,05$	Keterangan
Kualitas Layanan	KL1	0,000	0,05	Valid
	KL2	0,000	0,05	Valid
	KL3	0,000	0,05	Valid
	KL4	0,000	0,05	Valid
	KL5	0,000	0,05	Valid
	KL6	0,000	0,05	Valid
	KL7	0,000	0,05	Valid

Variabel	Pernyataan	Sig. (2-tailed)	$\alpha < 0,05$	Keterangan
	KL8	0,000	0,05	Valid
	KL9	0,000	0,05	Valid
Kepuasan Pelanggan	KP1	0,000	0,05	Valid
	KP2	0,000	0,05	Valid
	KP3	0,000	0,05	Valid
	KP4	0,000	0,05	Valid
Loyalitas Pelanggan	LP1	0,000	0,05	Valid
	LP2	0,000	0,05	Valid
	LP3	0,000	0,05	Valid
	LP4	0,000	0,05	Valid
	LP5	0,000	0,05	Valid
	LP6	0,000	0,05	Valid

Sumber : Data diolah dalam lampiran 3

Berdasarkan tabel 4.5 dapat dilihat bahwa semua indikator yang dipergunakan untuk mengukur variabel-variabel dalam penelitian ini mempunyai nilai lebih kecil dari 0,05, sehingga indikator yang digunakan dalam penelitian ini dinyatakan valid secara keseluruhan. Kuesioner yang dinyatakan valid artinya pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut.

2. Uji Reliabilitas

Menurut Sekaran (2006), untuk mengukur stabil atau konsisten tidaknya suatu alat ukur yang digunakan maka digunakan pengukuran uji reliabilitas. Reliabilitas atau keandalan adalah suatu pengukuran yang menunjukkan sejauhmana pengukuran tersebut bebas dari kesalahan, sehingga menjamin pengukuran yang konsisten secara lintas waktu dan beragam item dalam instrumen yang diuji. Indikator pertanyaan dikatakan

reliabel jika nilai *Cronbach Alpha* > 0,6. Hasil uji reliabilitas variabel kualitas layanan, kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan dapat di tunjukkan pada tabel di bawah ini :

Tabel 4.6
Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	<i>Cronbach Alpha</i> > 0,6	Keterangan
Kualitas Layanan	0,676	Reliabel
Kepuasan Pelanggan	0,815	Reliabel
Loyalitas Pelanggan	0,760	Reliabel

Sumber : Data diolah dalam lampiran 3

Hasil pengujian reliabilitas pada tabel 4.6 menunjukkan bahwa semua variabel dalam penelitian mempunyai *cronbach alpha* (α) lebih besar dari 0,6 sehingga dapat dikatakan pengukuran masing-masing variabel dari kuesioner adalah reliabel, yang berarti bahwa variabel yang digunakan dalam penelitian ini merupakan variabel yang handal. Keandalan suatu pengukuran merupakan indikasi mengenai stabilitas dan konsistensi dimana instrumen mengukur konsep dan membantu menilai “ketepatan” sebuah pengukuran.

C. Analisis Data dan Uji Hipotesis

1. Regresi Linear Sederhana

Soemantri (2011), Analisis regresi linier sederhana digunakan untuk mempelajari hubungan dua variabel antara variabel bebas dan variabel terikat. Untuk dapat menjawab pertanyaan penelitian dan

membuktikan hipotesis dalam penelitian ini, data yang telah terkumpul dari kuesioner kemudian di tabulasi lalu di analisis, analisis data yang digunakan untuk menguji hipotesis adalah analisis regresi linear sederhana yang dioperasikan melalui SPSS 22 *for Windows*.

Tabel 4.7
Hasil Analisis Regresi Linear Sederhana
Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan

Variabel	Standar Koefisien (Beta)	t	Sig.
kualitas layanan	0,417	4,545	0,000
N : 100			
Variabel Dependen : Kepuasan Pelanggan			

Sumber : Data diolah dalam lampiran 4

Dari hasil persamaan tersebut, dapat diketahui pengaruh antara kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan. Hasil uji analisis tersebut menunjukkan bahwa variabel kualitas layanan memiliki koefisien regresi + 0,417 menunjukkan arah **positif**. Hasil tersebut berarti bahwa variabel kualitas layanan secara positif terhadap kepuasan pelanggan. Kualitas layanan yang semakin baik maka dapat meningkatkan kepuasan pelanggan.

a. Hasil Uji Signifikansi Parsial (Uji t)

1) Pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan.

Pengujian hipotesis pada penelitian ini menggunakan uji statistik t, dengan melihat nilai signifikansinya pada taraf 0,05. jika nilai signifikansinya $> 0,05$ maka variabel independen tidak

berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen, sedangkan jika nilai signifikansinya $< 0,05$ maka variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen. Hasil uji hipotesis menunjukkan bahwa variabel kualitas layanan diperoleh nilai t hitung = 4,545 dengan nilai signifikansi 0,000 terhadap kepuasan pelanggan. Hasil tersebut berarti bahwa variabel kualitas layanan berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Dengan demikian penelitian ini telah menunjukkan bahwa hipotesis yang diajukan **diterima**, dengan pertimbangan jika signifikansi $< 0,05$ maka hipotesis di terima, namun jika signifikansi $> 0,05$ maka hipotesis di tolak. (Ghozali, 2006).

2. Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda digunakan apabila variabel independen yang diuji minimal berjumlah 2 (dua), Analisis regresi linear berganda digunakan untuk meramalkan naik turunnya variabel dependen jika menggunakan 2 atau lebih variabel independen sebagai faktor prediktor yang di manipulasi. Pada penelitian ini regresi linear berganda digunakan untuk menguji variabel kualitas layanan dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan. Berikut merupakan hasil regresi linier berganda yang disajikan pada tabel 4.8 berikut ini :

Tabel 4.8
Hasil Analisis Regresi Linear Berganda
Kualitas Layanan dan Kepuasan Pelanggan Terhadap
Loyalitas Pelanggan

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t-statistik	Sig. T
	Beta	Std. Error	Beta		
<i>Constant</i>	4,470	2,295		1,948	0,054
Kualitas Layanan	0,275	0,066	0,328	4,137	0,000
Kepuasan Pelanggan	0,650	0,103	0,501	6,312	0,000
F-statsitik	47.677				
Sig. F	0,000				
R ²	0,496				
Adjusted R ²	0,485				
N : 100					
Variabel Dependen : Loyalitas Pelanggan					

Sumber : Data diolah dalam lampiran 5

Berdasarkan tabel 4.8 maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

- 1) Pengaruh kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan. Kualitas layanan diperoleh nilai standardized coefficients beta sebesar 0,328 menunjukkan arah **positif**, yang artinya kualitas layanan dapat meningkatkan loyalitas pelanggan.
- 2) Pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan. Kepuasan pelanggan diperoleh nilai standardized coefficients beta sebesar 0,501 menunjukkan arah **positif**, yang artinya kepuasan pelanggan dapat meningkatkan loyalitas pelanggan.

a. Hasil Uji Signifikansi Parsial (Uji t)

1) Pengaruh kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan.

Berdasarkan hasil uji hipotesis yang ada pada tabel 4.8 dapat ditarik kesimpulan bahwa, hasil uji hipotesis menunjukkan variabel kualitas layanan diperoleh nilai t hitung = 4,137 dengan nilai signifikansi 0,000 terhadap loyalitas pelanggan. Hasil tersebut berarti bahwa variabel kualitas layanan berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Dengan demikian penelitian ini telah menunjukkan bahwa hipotesis yang diajukan **diterima**, dengan pertimbangan jika signifikansi < 0,05 maka hipotesis di terima, namun jika signifikansi > 0,05 maka hipotesis di tolak. (Ghozali, 2006).

2) Pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan.

Berdasarkan hasil uji hipotesis yang ada pada tabel 4.8 dapat ditarik kesimpulan bahwa, hasil uji hipotesis menunjukkan variabel kepuasan pelanggan diperoleh nilai t hitung = 6,312 dengan nilai signifikansi 0,000 terhadap loyalitas pelanggan. Hasil tersebut berarti bahwa variabel kepuasan pelanggan berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Dengan demikian penelitian ini telah menunjukkan bahwa hipotesis yang diajukan **diterima**, dengan pertimbangan jika signifikansi < 0,05 maka hipotesis di terima, namun jika signifikansi > 0,05 maka hipotesis di tolak. (Ghozali, 2006).

b. Uji Regresi Simultan (Uji F)

Berdasarkan hasil yang terangkum pada tabel 4.8. Nilai F-hitung yaitu sebesar 47.677 dengan signifikansi sebesar 0,000, hasil ini menunjukkan bahwa semua variabel independen yang meliputi variabel kualitas layanan dan kepuasan pelanggan secara serentak dan signifikan mempengaruhi variabel dependen yaitu loyalitas pelanggan. Berdasarkan hasil Uji F dapat disimpulkan bahwa kualitas layanan dan kepuasan pelanggan secara simultan atau bersamaan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan.

c. Uji Koefisien Determinan (R^2)

Tabel 4.9
Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	0,704 ^a	0,496	0,485	1,9571

Sumber : Data diolah dalam lampiran 5

Tabel 4.9 menunjukkan bahwa hasil regresi diperoleh nilai koefisien determinasi (R^2) dengan melihat nilai *Adjusted R Square* sebesar 0,485, maka hal itu menunjukkan bahwa variabel independen dalam model penelitian ini yaitu kualitas layanan dan kepuasan pelanggan dapat menjelaskan variasi variabel dependen yaitu loyalitas pelanggan sebesar 48,5%, sedangkan sisanya sebesar 51,5% dijelaskan oleh variabel lain di luar penelitian.

3. Analisis Jalur

menurut Ghozali (2011), analisis jalur merupakan perluasan dari analisis linear berganda, atau analisis jalur adalah penggunaan analisis untuk menaksir hubungan kausalitas antar variabel yang telah ditetapkan sebelumnya berdasarkan teori. Dalam analisis jalur untuk mengetahui apakah pengaruh mediasi signifikan atau tidak, diuji dengan menggunakan *sobel test* sebagai berikut :

$$Sp^2p^3 = \sqrt{p3^2 Sp2^2 + p2^2 Sp3^2 + Sp2^2 Sp3^2}$$

Setelah mengetahui hasil dari Sp^2p^3 kemudian menghitung nilai t statistik pengaruh mediasi dengan rumus berikut :

$$t = \frac{p^2 p^3}{Sp^2 p^3}$$

Analisis jalur dan uji *sobel test* dilakukan untuk mengetahui pengaruh kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan. Penjelasan hasil analisis jalur dengan menggunakan *sobel test* yaitu sebagai berikut :

- a. Pengaruh kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan.

Tabel 4.10
Hasil Regresi Persamaan Pertama
Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan

Model	Unstandardized Coefficients	
	B	Std.Error
Kualitas Layanan	0,269	0,059

Sumber : Data diolah dalam lampiran 4

Tabel 4.11
Hasil Regresi Persamaan Kedua
Kualitas Layanan, dan Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan

Model	Unstandardized Coefficients	
	B	Std.Error
Kualitas Layanan	0,275	0,066
Kepuasan Pelanggan	0,650	0,103

Sumber : Data diolah dalam lampiran 5

Dari tabel diatas dapat dihitung Sp^2p^3 sebagai berikut :

$$Sp^2p^3 = \sqrt{0,650^2 0,059^2 + 0,269^2 0,103^2 + 0,059^2 0,103^2}$$

$$Sp^2p^3 = 0,047$$

$$\text{Nilai } p^2p^3 = (0,269) \times (0,650) = 0,174$$

$$\text{Nilai } t = \frac{p^2p^3}{Sp^2p^3} = \frac{0,174}{0,047} = 3,702$$

Berdasarkan hasil perhitungan diatas, menunjukkan bahwa nilai t hitung = 3,702 lebih besar dari t tabel dengan signifikansi 0,05 yaitu sebesar 1,96, maka dapat disimpulkan bahwa koefisien mediasi 0,174 signifikan yang berarti terdapat pengaruh mediasi. Hasil ini

menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan mampu memediasi pengaruh antara kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan dan menunjukkan bahwa hipotesis yang diajukan **diterima**.

D. Pembahasan

1. Kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan jasa servis AHASS 1711 Yogyakarta.

Berdasarkan hasil analisis regresi linier sederhana pada tabel 4.7 menunjukkan bahwa kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan AHASS 1711 Yogyakarta, hasil ini dibuktikan dari hasil koefisien regresi + 0,417 dan nilai signifikansi 0,000. sehingga menyimpulkan bahwa **H1 diterima**. Hal ini berarti hipotesis pertama yang diajukan dalam penelitian ini sesuai dengan hasil penelitian terdahulu yaitu penelitian yang dilakukan Wendha, dkk (2013). penelitian ini didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Aryani dan Rosinta (2010) yang menyatakan bahwa kualitas layanan berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan, bahwa semakin baik kualitas layanan yang meliputi kualitas fisik, empati, dan kehandalan pada KFC maka kepuasan pelanggan akan semakin meningkat. Lovelock dan Wirtz (2011), kepuasan adalah suatu sikap yang diputuskan berdasarkan pengalaman yang didapatkan. Kepuasan konsumen dapat tercipta melalui kualitas, layanan dan nilai. Hal ini terbukti bahwa jika kualitas dari suatu layanan yang baik akan membuat konsumen menjadi puas. AHASS 1711 Yogyakarta ingin memuaskan para pelanggannya dengan menawarkan

kualitas layanan yang baik, karna kualitas layanan yang baik dapat diukur dari puas tidaknya seorang pelanggan terhadap suatu layanan itu sendiri.

2. Kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan jasa servis AHASS 1711 Yogyakarta.

Berdasarkan hasil analisis regresi linier berganda pada tabel 4.8 menunjukkan bahwa kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan AHASS 1711 Yogyakarta, hasil ini dibuktikan dari hasil koefisien regresi + 0,328 dan nilai signifikansi 0,000. sehingga menyimpulkan bahwa **H2 diterima**. Hal ini berarti hipotesis kedua yang diajukan dalam penelitian ini sesuai dengan hasil penelitian terdahulu oleh Wendha, dkk (2013), yang membuktikan bahwa semakin baik kualitas layanan yang di berikan oleh Garuda Indonesia maka loyalitas pelanggan akan meningkat. Hasil penelitian ini juga sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Aryani dan Rosinta (2010), bahwa hubungan antara kualitas layanan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas, hal ini ditunjukkan dari pada pelanggan mahasiswa FISIP UI telah menunjukkan bahwa kualitas layanan sebagai suatu yang berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan. Menurut Griffin dalam Foster (2008), sebagai usaha untuk mendapatkan konsumen yang loyal, maka perusahaan harus menyusun strategi yang lebih akurat, diantaranya adalah meningkatkan kualitas layanan. Dalam hal ini AHASS 1711 Yogyakarta berupaya meningkatkan kualitas layanannya sehingga membuat pelanggannya menjadi loyal.

3. Kepuasan pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan jasa servis AHASS 1711 Yogyakarta.

Berdasarkan hasil analisis regresi linier berganda pada tabel 4.8 menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan AHASS 1711 Yogyakarta, hasil ini dibuktikan dari hasil koefisien regresi + 0,501 dan nilai signifikansi 0,000. sehingga menyimpulkan bahwa **H3 diterima**. Ini berarti hipotesis ketiga yang diajukan dalam penelitian ini sesuai dengan hasil penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Wendha, dkk (2013), kepuasan pelanggan mempunyai pengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan, ini di lihat dari maskapai Garuda Indonesia menawarkan layanan yang memuaskan, kenyamanan dalam perjalanan serta keselamatan selama penerbangan. Garuda Indonesia menawarkan hal-hal tersebut dengan harapan pelanggan akan merasa puas. Dengan demikian pelanggan akan loyal kepada maskapai Garuda Indonesia dan mempunyai kecenderungan untuk tidak berpindah maskapai penerbangan. Hasil penelitian ini juga sesuai dengan penelitian yang dilakukan Mardikawati dan Farida (2013), bahwa hubungan antara kepuasan pelanggan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas pelanggan, ini di lihat dari Kepuasan konsumen pengguna jasa bus Efisiensi semakin tinggi, maka akan semakin tinggi pula loyalitas konsumen. Menurut Kotler & Keller (2012), Konsumen yang terpuaskan cenderung akan menjadi setia atau loyal. Konsumen yang puas terhadap produk yang dikonsumsinya akan

mempunyai kecenderungan untuk membeli ulang dari produsen yang sama. Dengan tercapainya kepuasan pelanggan AHASS 1711 Yogyakarta, maka diharapkan akan tercapai loyalitas pelanggan untuk jangka panjang.

4. Kualitas layanan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan jasa servis AHASS 1711 Yogyakarta.

Hasil analisis jalur dalam penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas layanan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan di AHASS 1711 Yogyakarta. Hal tersebut terbukti dengan nilai t hitung = 3,702 lebih besar dari t tabel dengan signifikansi 0,05 yaitu sebesar 1,96, maka dapat disimpulkan bahwa koefisien mediasi 0,174 signifikan yang berarti terdapat pengaruh mediasi. Sehingga menyimpulkan bahwa **H4 diterima**, dalam hal ini berarti kepuasan pelanggan mampu memediasi pengaruh antara kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan, dan hipotesis keempat yang diajukan dalam penelitian ini sesuai dengan hasil penelitian terdahulu yang dilakukan Mardikawati dan Farida (2013), kualitas layanan mempunyai pengaruh tidak langsung terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi kualitas layanan yang diberikan kepada pelanggan, maka akan semakin besar pula kepuasan yang dirasakan oleh pelanggan. Kualitas layanan merupakan tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi tingkat kepuasan konsumen. Jika jasa yang dirasakan sesuai dengan yang diharapkan, maka kualitas layanan akan

dipersepsikan baik dan memuaskan sehingga kualitas layanan dipersepsikan sangat baik dan berkualitas sehingga akan mempengaruhi tingkat loyalitas pelanggan. Sebaliknya jika jasa yang diterima lebih rendah daripada yang diharapkan, maka kualitas layanan dipersepsikan buruk dan akan berdampak pada menurunnya tingkat kepuasan konsumen yang secara tidak langsung hal ini menyebabkan menurunnya loyalitas pada perusahaan.