

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Objek dan Subjek Penelitian

1. Objek Penelitian

Objek dalam penelitian ini adalah Bus Sugeng Rahayu yang merupakan Perusahaan otobus yang bertempat di JL Sidorejo (Surabaya-Krian) KM 25 dusun sidorejo, Krian, Sidoarjo, Jawa Timur. Bus Sugeng Rahayu berdiri pada tahun 1981 berawal dari 6 unit bis, Sugeng Rahayu terus mengembangkan sayapnya. Melalui usaha keras Sang pemilik Setyaki Sasongko selaku pemilik Bus Sugeng Rahayu membuat perusahaan otobus ini besar hingga seperti sekarang ini.

Kesuksesan usaha tak luput dari kemampuan dan keahlian dari pemilik Bus Sugeng Rahayu yaitu Bapak Setyaki Sasongko. Selain pernah menjalani pendidikan di salah satu negara di Eropa yaitu Jerman, beliau juga seorang lulusan teknik mesin. Oleh karena itu bapak sasongko ini tentunya cukup handal dalam hal mengontrol merawat masalah permesinannya.

2. Subjek Penelitian

Pada penelitian ini subjek yang diambil adalah masyarakat yang telah menggunakan Bus Sugeng Rahayu minimal 2 kali dalam tiga bulan terakhir dan telah berusia lebih dari 17 tahun yang berdomisili di Yogyakarta.

Pengambilan informasi responden dilakukan dengan alat bantu kuesioner, untuk kuesioner fisik peneliti melakukan penyebaran di terminal Giwangan Yogyakarta dengan jumlah 56 kuesioner dan kembali sebanyak 53 kuesioner sedangkan penyebaran digital dengan memanfaatkan forum-forum digital melalui media internet seperti *Whatsapp*, *Line*, *Facebook*, dan lain-lain. Penyebaran ini dilakukan selama 14 hari berturut-turut dari tanggal 25 juni sampai dengan 9 juli 2018. Kuesioner yang diberikan kepada responden sejumlah 105 kuesioner, data yang digunakan dalam penelitian dan dioalah sejumlah 99 kuesioner valid.

B. Deskripsi Karakteristik Responden

Responden diklasifikasikan berdasarkan karakteristik jenis kelamin, usia, pekerjaan, pendidikan terakhir, dan tempat tinggal di DIY. Deskripsi karakteristik responden akan ditampilkan dalam tabel

Tabel 4. 1
Deskripsi Karakteristik Responden

Karakteristik Responden	Keterangan	Total Responden	Persentase
Jenis Kelamin	Laki-laki	62	62.6%
	Perempuan	37	37.4%
	Jumlah	99	100.0%
Usia	17-25	57	57.6%
	26-35	21	21.2%
	36-45	13	13.1%
	>46	8	8.1%
	Jumlah	99	100.0%

Karakteristik Responden	Keterangan	Total Responden	Persentase
Pekerjaan	PNS	10	10.1%
	Mahasiswa/Pelajar	54	54.5%
	Pegawai BUMN	8	8.1%
	Wiraswasta	13	13.1%
	Ibu Rumah Tangga	5	5.1%
	Lain-Lain	9	9.1%
	Jumlah	99	100.0%
Pendidikan Terakhir	SD	4	4.0%
	SMP	5	5.1%
	SMA/SMK	67	67.7%
	Diploma	8	8.1%
	S1	15	15.1%
	Jumlah	99	100.0%
Tempat Tinggal di DIY	Kota Yogyakarta	29	29.3%
	Bantul	34	34.3%
	Gunungkidul	4	4.0%
	Kulon Progo	7	7.1%
	Sleman	25	25.3%
	Jumlah	99	100.0%

Sumber: Data primer yang diolah tahun 2018

a. Jenis Kelamin

Pada kategori ini responden laki-laki lebih dominan dibandingkan perempuan. Laki-laki dengan presentase sebanyak 62,6% dengan jumlah 62 responden dan perempuan dengan presentase 37,4% dengan jumlah responden sebanyak 37.

b. Usia

Pada kategori usia banyak didominasi oleh orang berusia antara 17-25 tahun. Usia 17-25 tahun memiliki presentase sebanyak 57,6% dengan total 57 responden. Selanjutnya usia 26-35 tahun

memiliki presentase 21,2% dengan total responden sebanyak 21. Setelah itu usia 36-45 memiliki presentase 13,1% dengan total 13 responden. Kategori usia >46 tahun memiliki presentase paling sedikit yaitu sebesar 8,1% dengan total responden sebanyak 8.

c. Pekerjaan

Mahasiswa/pelajar mendominasi pada kategori pekerjaan dalam penelitian ini. Mahasiswa/pelajar memiliki presentase yang cukup besar yaitu 54,5% dengan jumlah mencapai 54 responden. Selanjutnya diikuti oleh wiraswasta yang memiliki presentase 13,1% dengan total responden 13. Setelah itu dilanjutkan oleh PNS yang memiliki presentase 10,1% dengan total 10 responden dan pegawai BUMN yang memiliki presentase sebanyak 8,1% dengan total 8 responden. Ibu rumah tangga memiliki presentase 5,1% dengan total 5 responden dan terakhir lain-lain yang memiliki presentase sebesar 9,1% dengan total 9 responden.

d. Pendidikan Terakhir

SMA/SMK sangat mendominasi pada kategori pendidikan terakhir. SMA/SMK memiliki presentase yang sangat besar yaitu 67,7% dengan total responden mencapai 67. Selanjutnya S1 menempati urutan berikutnya memiliki presentase sebanyak 15,1% dengan total responden 15. Setelah itu Diploma yang memiliki presentase sebanyak 8,1% dengan total 8 responden. Selanjutnya SMP memiliki presentase 5,1% dengan total responden 5 dan yang

terakhir SD yang memiliki presentase 4,0% dengan total 4 responden.

e. Tempat Tinggal di DIY

Pada kategori tempat tinggal ini mencakup semua daerah di DIY yaitu Kota Yogyakarta, Sleman, Gunungkidul, Bantul, dan Kulon progo. Bantul mendapat presentase terbanyak yaitu sebesar 34,3% dengan total responden sebesar 34. Selanjutnya Kota Yogyakarta yang memiliki presentase sebesar 29,3% dengan total 29 responden. Setelah itu Sleman memiliki presentase 25,3% dengan total responden sebesar 25. Kulon progo berada di urutan selanjutnya dengan presentase sebesar 7,1% dengan total responden sebanyak 7. Gunungkidul mendapat presentase paling sedikit diantara keempat lainnya yang memiliki presentase 4,0% dengan total responden sebanyak 4.

C. Uji Kualitas Instrumen

Langkah awal dalam menganalisis data penelitian adalah dengan melakukan uji kualitas instrumen untuk mengetahui sejauh mana instrumen penelitian dapat memenuhi kriteria validitas dan reliabilitas.

Pre-test dilakukan untuk mengetahui apakah instrumen penelitian dapat diterapkan pada penelitian lapangan lanjutan. Peneliti mengambil 30 responden untuk dijadikan sampel pada uji kualitas instrumen ini melalui kuesioner yang peneliti telah persiapkan baik secara fisik maupun digital.

1. Uji Validitas

Pengukuran validitas penelitian dilakukan dengan hasil perhitungan *Pearson Corelation* jika signifikansi hasil korelasi lebih kecil dari 0,05 (5%), maka dapat dinyatakan valid. Akan tetapi sebaliknya apabila signifikansi hasil korelasi lebih besar dari 0,05 (5%) maka dinyatakan tidak valid (Sekaran, 2006).

Tabel 4. 2

Hasil Uji Validitas

No	Variabel	Item	<i>Pearson Corelation</i>	Sig. (2-tailed)	Keterangan
1.	Kualitas Layanan (X)	1	0,788	0,000	Valid
		2	0,847	0,000	Valid
		3	0,931	0,000	Valid
		4	0,886	0,000	Valid
		5	0,603	0,000	Valid
2.	Kepuasan Pelanggan (Y)	1	0,762	0,000	Valid
		2	0,622	0,000	Valid
		3	0,717	0,000	Valid
		4	0,798	0,000	Valid
		5	0,793	0,000	Valid
3.	Loyalitas Pelanggan (Z)	1	0,814	0,000	Valid
		2	0,281	0,133	Tidak Valid
		3	0,822	0,000	Valid
		4	0,842	0,000	Valid
		5	0,771	0,000	Valid
		6	0,653	0,000	Valid
		7	0,626	0,000	Valid
		8	0,595	0,000	Valid

Sumber : Lampiran uji validitas

Berdasarkan tabel dapat diketahui bahwa hasil perhitungan *Pearson Correlation* dinyatakan 17 nilai item mendapatkan hasil signifikan $<0,05$ dan ada 1 item pertanyaan yang tidak memenuhi signifikansi $<0,05$ dari item loyalitas pelanggan nomor 2 (Sekaran, 2006). Oleh karena itu, peneliti tidak menggunakan item yang tidak valid dalam perhitungan selanjutnya dan 17 item yang dinyatakan valid yang telah memenuhi syarat akan dilanjutkan dalam penelitian ini.

2. Uji Reliabilitas

Menurut Sekaran (2006), jika nilai *Cronbach Alpha* diatas $\geq 0,6$ maka reliabilitas diterima. Uji reliabilitas digunakan untuk mengukur konsisten atau tidaknya suatu alat ukur.

Tabel 4. 3

Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Keterangan
Kualitas Layanan	0,873	Reliabel
Kepuasan Pelanggan	0,793	Reliabel
Loyalitas Pelanggan	0,862	Reliabel

Sumber : Lampiran uji reliabilitas

Berdasarkan tabel diatas maka dapat diketahui bahwa nilai *Cronbach's* dari seluruh variabel yakni variabel kualitas layanan, kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan dinyatakan reliabel karena telah memenuhi kriteria yaitu nilai *Cronbach's Alpha* $\geq 0,6$

maka dapat disimpulkan bahwa kuesioner yang digunakan dalam penelitian ini memberikan hasil yang konsisten jika pengukuran tersebut diulangi atau dilakukan kembali .

D. Hasil Uji Hipotesis

Pengujian hipotesis pada penelitian ini menggunakan regresi linier sederhana untuk hipotesis 1, regresi berganda untuk hipotesis 2 dan 3 lalu untuk menguji hipotesis 4 menggunakan path Analysis

1. Analisis Regresi Linier Sederhana

Analisis data yang digunakan dalam hipotesis 1 penelitian ini adalah analisis regresi linier sederhana. Regresi linier sederhana yaitu digunakan untuk mengetahui pengaruh antara variabel (independen) yang mempengaruhi langsung (variabel dependen), yaitu bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan baik secara simultan dan secara persial / individual. Pengolahan data dilakukan dengan menggunakan SPSS Versi 25.0. Hasil dari analisis regresi linier sederhana dapat dilihat

Tabel 4. 4

Hasil Analisis Regresi Linier Sederhana

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	6.801	1.427		4.766	.000
	X	.693	.073	.692	9.450	.000

Sumber : Lampiran uji regresi linier sederhana

Berdasarkan perhitungan dari tabel diatas maka persamaan regresi linier sederhana sebagai berikut :

$$Y = 0,692X$$

Dari hasil tersebut dapat diketahui pengaruh antara kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan. Hasil analisis tersebut menunjukkan bahwa variabel kualitas layanan memiliki koefisien regresi sebesar 0,692 menunjukkan arah positif. Hasil tersebut berarti bahwa variabel kualitas layanan berpengaruh secara positif terhadap kepuasan pelanggan, sehingga jika kualitas layanan yang semakin baik maka akan meningkatkan kepuasan pelanggan.

a. Uji t (Uji Parsial)

Uji t digunakan untuk mengetahui pengaruh secara parsial variabel bebas terhadap variabel terikat. Berdasarkan tabel dapat diketahui *p value* kualitas layanan $0,00 < \alpha=0,05$ dengan nilai koefisien sebesar 0,692 yang berarti bahwa kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan, maka hipotesis pertama (H1) diterima/terbukti.

b. Uji koefisien Determinan (*Adjusted R²*)**Tabel 4. 5****Hasil Uji Koefisien Determinasi**

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,692 ^a	,479	,474	2,541

Sumber:Lampiran uji determinan

Berdasarkan pada Tabel diatas didapatkan hasil uji koefisien determinasi (R^2) dengan melihat nilai *Adjusted R Square* sebesar 0,474. Artinya variasi variabel dependen dalam model yaitu kepuasan pelanggan (Z) dapat dijelaskan oleh variabel independen yaitu kualitas layanan (X) sebesar 47,4%, sedangkan sisanya sebesar 52,6% dijelaskan oleh variabel lain.

2. Analisis Regresi Berganda

Analisis data yang digunakan dalam hipotesis 2 dan 3 penelitian ini adalah analisis regresi Berganda. Analisis regresi berganda merupakan teknik analisis data yang digunakan untuk menganalisis pengaruh dua independen variabel atau lebih terhadap variabel dependen, yaitu bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas layanan dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas. Pengolahan data dilakukan dengan menggunakan SPSS Versi 25.0. Hasil dari analisis regresi berganda dapat dilihat:

Tabel 4. 6**Hasil Analisis Regresi Berganda**

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3.356	2.452		1.369	.174
	X	.498	.157	.323	3.170	.002
	Z	.661	.157	.429	4.212	.000

Sumber: Lampiran uji regresi berganda

Berdasarkan perhitungan dari tabel diatas maka persamaan regresi linier sederhana sebagai berikut :

$$Y = 0,323X_1 + 0,429X_2$$

Dari hasil tersebut dapat diketahui pengaruh antara kualitas layanan dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan. Hasil analisis tersebut menunjukkan bahwa variabel kualitas layanan memiliki koefisien regresi sebesar 0,323 menunjukkan arah positif.

Variabel kepuasan pelanggan memiliki koefisien regresi sebesar 0,429 juga menunjukkan arah positif. Hasil tersebut berarti bahwa variabel kualitas layanan dan kepuasan pelanggan berpengaruh secara positif terhadap loyalitas pelanggan, sehingga jika kualitas layanan dan kepuasan pelanggan yang semakin tinggi maka akan meningkatkan loyalitas pelanggan.

a. Uji t (Uji Parsial)

Uji t digunakan untuk mengetahui pengaruh secara parsial variabel bebas terhadap variabel terikat. Berdasarkan tabel dapat diketahui *p value* kualitas layanan $0,002 < \alpha=0,05$ dengan nilai koefisien sebesar 0,323 yang berarti bahwa,

kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan dan *p value* kepuasan pelanggan $0,00 < \alpha=0,05$ dengan nilai koefisien sebesar 0,429 yang berarti bahwa kepuasan pelanggan juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan, maka hipotesis kedua (H2) dan juga hipotesis ketiga (H3) diterima/terbukti kebenarannya.

b. Uji Koefisien Determinan (*Adjusted R²*)

Tabel 4. 7

Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,693 ^a	,481	,470	3,929

Sumber: Lampiran uji determinan

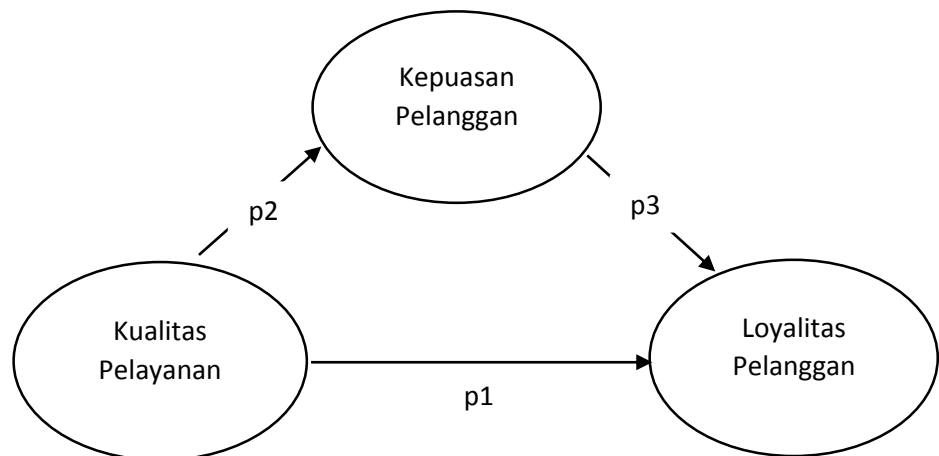
Berdasarkan pada Tabel diatas didapatkan hasil uji koefisien determinasi (R^2) dengan melihat nilai *Adjusted R Square* sebesar 0,470. Artinya variasi variabel dependen dalam model yaitu loyalitas pelanggan (Y) dapat dijelaskan oleh variabel independen yaitu

kualitas layanan (X) dan kepuasan pelanggan (Z) sebesar 47%, sedangkan sisanya sebesar 53% dijelaskan oleh variabel lain.

3. Analisis Jalur (*Path Analysis*)

Untuk mengetahui kepuasan pelanggan dapat memediasi pengaruh kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan, maka dilakukan analisis jalur (*path analysis*) agar dapat menjawab hipotesis keempat (H4) dalam penelitian ini.

Dengan cara menghitung dari koefisien standarnya jika total pengaruh tidak langsung melebihi koefisien pengaruh langsung maka variabel kepuasan pelanggan terbukti mampu memediasi pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan. Diagram analisis jalurnya disajikan dari gambar berikut :



Gambar 4. 1

Diagram jalur

Keterangan :

p1 : Pengaruh langsung sebesar 0,323

p_2 : Pengaruh tak langsung sebesar 0,692

p_3 : Pengaruh tak langsung sebesar 0,429

Total pengaruh : $p_1 + (p_2 \times p_3)$

: $0,323 + (0,692 \times 0,429)$

: $0,323 + 0,297$

: 0,620

Berdasarkan perhitungan diatas dihasilkan total pengaruh sebesar 0,620 lebih besar dari pada pengaruh langsung yaitu 0,323. Sehingga hipotesis keempat (H4) yang menyatakan bahwa kepuasan pelanggan mampu memediasi pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan benar terbukti/diterima.

E. Pembahasan

1. Kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan

Berdasarkan hasil dari analisis regresi linier sederhana menunjukkan bahwa kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan studi dilakukan pada Bus Sugeng Rahayu di Yogyakarta, dapat dibuktikan dari hasil koefisien regresi 0,692 dan nilai signifikansi 0,00. sehingga disimpulkan bahwa hipotesis pertama (H1) diterima/terbukti.

Hasil uji determinasi diketahui kepuasan pelanggan (Z) dapat dijelaskan oleh variabel independen yaitu kualitas layanan (X) sebesar

47,4% dan sisanya sebesar 52,6% dijelaskan variabel lain seperti harga, kualitas produk dll.

Hal ini berarti hipotesis pertama yang diajukan dalam penelitian ini sesuai dengan hasil penelitian terdahulu yaitu penelitian yang dilakukan Mardikawati dan Farida (2013). Penelitian ini juga didukung oleh penelitian yang telah dilakukan oleh Aryani dan Rosinta (2010), yang menyatakan bahwa kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan studi yang telah dilakukan pada mahasiswa sarjana reguler dan diploma FISIP UI yang telah makan di KFC minimal 3 kali, yang artinya bahwa semakin baik kualitas layanan yang diberikan maka kepuasan pelanggan akan semakin meningkat.

Yamit (2005), Memuaskan kebutuhan pelanggan dapat terealisasi, jika perusahaan menjadikan kepuasan kebutuhan pelanggan sebagai strategi bisnis yang berkelanjutan dan bukan hanya kebijakan sesaat. Kepuasan konsumen dapat tercipta melalui kualitas layanan yang diberikan.

Hal ini terbukti bahwa jika seorang konsumen merasa diberi layanan diatas ekpetasinya mereka maka pelanggan akan merasa puas pada perusahaan tersebut.

2. Kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan

Berdasarkan hasil analisis regresi linier berganda menunjukkan bahwa kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan Bus Sugeng Rahayu di Yogyakarta

hasil ini dibuktikan dari hasil koefisien regresi 0,323 dan nilai signifikansi 0,002. Sehingga dapat disimpulkan bahwa hipotesis kedua (H2) diterima/terbukti.

Hasil uji determinasi yaitu kualitas layanan (X) dan kepuasan pelanggan (Z) berpengaruh sebesar 47% terhadap loyalitas pelanggan (Y), sedangkan sisanya sebesar 53% dijelaskan oleh variabel lain seperti citra merek, lokasi dll.

Hal ini berarti hipotesis kedua yang diajukan dalam penelitian ini sesuai dengan hasil penelitian terdahulu yang telah dilakukan oleh Kuntari, dkk (2016), yang membuktikan bahwa dengan memberikan kualitas layanan yang baik kepada pelanggan yang dilakukan pada PT Astra International Tbk di Malang maka secara tidak langsung akan mendorong pelanggan tersebut menjadi setia kepada perusahaan.

Loyalitas pelanggan merupakan keuntungan terbesar bagi perusahaan karena dengan terciptanya loyalitas pelanggan maka hal tersebut merupakan kabar baik bagi perkembangan perusahaan kedepannya. Hasil penelitian ini juga sesuai dengan penelitian yang

telah dilakukan oleh Kurniasih (2012), bahwa terdapat pengaruh antara kualitas layanan yang positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan dengan menggunakan AHASS 0002-ASTRA MOTOR sebagai objeknya, jadi ketika pelanggan menerima kualitas layanan yang lebih baik dari uang yang dikeluarkannya, mereka percaya menerima nilai yang baik (*good value*), dimana hal ini akan meningkatkan loyalitasnya kepada penyedia jasa.

3. Kepuasan pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan

Berdasarkan hasil analisis regresi linier berganda menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan studi pada Bus Sugeng Rahayu di Yogyakarta.

Hasil ini dibuktikan dari hasil koefisien regresi 0,429 dan nilai signifikansi 0,00. Sehingga disimpulkan bahwa hipotesis ketiga (H3) diterima/terbukti.

Hasil uji determinasi yaitu kepuasan pelanggan (Z) dan kualitas layanan (X) berpengaruh sebesar 47% terhadap loyalitas pelanggan (Y), sedangkan sisanya sebesar 53% dijelaskan oleh variabel lain seperti kualitas produk, citra merek dll.

Ini berarti hipotesis ketiga yang diajukan dalam penelitian ini sesuai dengan hasil penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Samuel dan Wijaya (2009), kepuasan pelanggan mempunyai pengaruh positif dan

signifikan terhadap loyalitas pelanggan PT. KAI di stasiun Gubeng Surabaya.

Kepuasan yang dirasakan oleh pelanggan dapat meningkatkan intensitas pembelian dari pelanggan tersebut. Terciptanya tingkat kepuasan pelanggan yang optimal maka dapat mendorong terciptanya loyalitas di benak pelanggan yang merasa puas. Hasil penelitian ini juga sesuai dengan penelitian yang dilakukan Mardikawati dan Farida (2013), menyatakan bahwa kepuasan pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan, ini dapat dilihat dari Kepuasan pelanggan pengguna jasa bus Efisiensi yang semakin tinggi, maka akan semakin tinggi pula loyalitas pelanggan tersebut.

Hasil ini membuktikan bahwa responden yang merasa puas menggunakan jasa maka akan memberikan dasar hubungan jangka panjang bagi mereka terhadap perusahaan antara lain dilakukan pembelian ulang dan terciptanya kesetiaan, lebih jauh lagi akan terjadi suatu rekomendasi yang menguntungkan bagi perusahaan.

4. Kepuasan pelanggan bisa memediasi pengaruh kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan

Berdasarkan hasil analisis jalur (*path analysis*) menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan bisa memediasi pengaruh kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan studi pada Bus Sugeng Rahayu di Yogyakarta, hasil ini dibuktikan berdasarkan perhitungan analisis jalur dihasilkan total pengaruh sebesar 0,620 lebih besar dari pada pengaruh

langsung yaitu 0,323. Sehingga disimpulkan bahwa hipotesis keempat (H4) diterima/terbukti.

Ini berarti hipotesis keempat yang diajukan dalam penelitian ini sesuai dengan hasil penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Mardikawati dan Farida (2013), Kualitas layanan mempunyai pengaruh tidak langsung terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan. Hal ini membuktikan bahwa ketika kualitas layanan yang diberikan efisiensi baik maka hal tersebut secara langsung akan menciptakan kepuasan pada penumpang yang akhirnya mempengaruhi tingkat loyalitas konsumen terhadap jasa.

Dengan menciptakan kepuasan pada pelanggannya akan memberikan dampak positif bagi penyedia jasa salah satunya akan mendorong pelanggan menjadi loyal dan melakukan pembelian berulang. Pelanggan yang loyal merupakan aset yang berharga bagi suatu perusahaan guna meningkatkan laba dan prospek perusahaan dimasa yang akan datang.