

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN HARGA TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN MELALUI KEPUASAN PELANGGAN PADA GLOBALART SAN DIEGO SURABAYA

Intan Rosalia

intanrosalia@gmail.com

Marsudi Lestariningsih

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya

ABSTRACT

Marketing becomes social activity with the managerial of a person or group to customers need and exchange of products or services the values that other parties have. Therefore, marketing management indirectly occurs in one of the parties in the exchange and the company considers the target to get customer response. The aims of this study to find out and to analyze the impact of the service quality and the price toward the customer's loyalty through the customer's satisfaction. While the population was customer's Globalart San Diego Surabaya. The type of the research conducted was quantitative. Moreover, the data collection technique used saturated sampling, in which all population becomes sample of respondent. In line with, there were 100 respondents. Furthermore, the instrument used questionnaire. Additionally, the data testing used instrument test, classical assumption test, multiple linier regression, proper model test, correlation coefficient test, partial determination coefficient test, sobel test and partial test (t-test) with SPSS as its analysis technique. The research result concluded the service quality, the price, and the customer's loyalty had positive significant on the customer's satisfaction of Globalart San Diego Surabaya.

Key words: the service quality, the price, the customer's loyalty, the customer's satisfaction.

ABSTRAK

Pemasaran merupakan aktivitas sosial sesuai dengan manajerial seseorang atau kelompok untuk memperoleh apa yang pelanggan butuhkan dan pertukaran produk atau jasa serta nilai yang dimiliki pihak lain. Oleh karena itu, manajemen pemasaran secara tidak langsung terjadi dalam salah satu pihak dalam pertukaran dan perusahaan mempertimbangkan sasaran untuk mendapatkan tanggapan pelanggan. Penelitian ini bertujuan untuk menguji dan menganalisis Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan Pada Globalart San Diego Surabaya. Populasi yang digunakan pada penelitian ini pelanggan Globalart San Diego Surabaya. Jenis Penelitian yang dilakukan adalah penelitian kuantitatif. Pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah sampling jenuh. Yaitu teknik penentuan sampel dengan cara mengambil seluruh populasi sebagai responden. Berdasarkan metode sampel jenuh tersebut diperoleh 100 responden. Data dikumpulkan dengan menggunakan kuesioner. Analisis data dalam penelitian ini menggunakan SPSS (*Statistical Product and Service Solutions*) versi 25.0. Dengan pengujian data yang digunakan dalam penelitian ini meliputi uji instrumen, uji asumsi klasik, analisis regresi linier berganda, uji kelayakan model, uji koefisien korelasi, uji koefisien determinasi parsial, uji sobel test, dan uji parsial (uji t). Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Kualitas Pelayanan, Harga, dan Loyalitas Pelanggan berpengaruh signifikan dengan arah positif terhadap Kepuasan Pelanggan.

Kata kunci: kualitas pelayanan, harga, loyalitas pelanggan, kepuasan pelanggan.

Pendahuluan

Setiap anak dari latar budaya mana pun memiliki potensi yang berbeda, baik dalam perasaan dan kehidupan pribadinya. Anak usia dini mempunyai kemampuan untuk menggores coretan pada kertas maupun dinding rumah. Pembinaan kreativitas manusia sebaiknya dilakukan sejak dini. Keadaan lingkungan yang kondusif serta tersedianya kesempatan untuk melakukan berbagai macam kegiatan kreatif bagi anak akan sangat membantu dalam mengembangkan kreativitasnya.

Pembelajaran kesenian harus memberikan kebebasan pada anak yang disebut spontanitas untuk mengekspresikan keinginan sendiri. Semua ekspresi anak adalah tuntutan jiwa dan raga untuk memberikan kemajuan jasmani dan rohani (Tauchid, 2004:269). Hal ini menegaskan bahwa dalam pendidikan atau pembelajaran seni rupa yang terpenting bukan pada bagaimana hasil karya anak, tetapi lebih pada bagaimana prosesnya.

Suatu fenomena, banyak yang siswa hadapi adalah penekanan ditempatkan pada pelajaran lain seperti bahasa, matematika, dan sains tetapi tidak pada seni. Bahkan siswa tidak bisa menggambar atau menguraikan secara sederhana. Sayangnya hampir semua mata pelajaran yang diajarkan di sekolah membutuhkan segala bentuk coretan seperti ilustrasi, garis, gambar, bentuk, dan diagram. Kebanyakan siswa tidak diberikan secara mental untuk memenuhi tuntutan berbasis seni.

Melihat situasi pembelajaran kesenian dan peran pendidikan seni belum cukup memadai sesuai harapan anak-anak dan orang tua. Solusi yang diambil oleh orang tua sebagai wadah pendidikan seni non formal yaitu pembelajaran seni merupakan sarana pengetahuan dan keterampilan siswa dibidang seni. Dalam pembelajaran seni, anak dididik dengan keterampilan teknis bagaimana melukis dengan berfikir kreatif menggunakan media tertentu dengan tema yang berbeda-beda. Perlu diperhatikan bagi orang tua jangan sampai anak yang belajar melukis terjebak pada kemampuan teknis dengan pola gaya yang monoton, sementara kemampuan imajinatif dan kreatif dapat terabaikan.

Penelitian ini dilakukan pada Globalart San Diego merupakan Pembelajaran Kreatif Seni yang berlokasi di Kompleks Ruko San Diego, Pakuwon City Surabaya MR2-20 (103), Surabaya. Globalart telah mengembangkan kreativitas anak dengan silabus yang lengkap dan teliti, dirancang untuk memenuhi kebutuhan siswa dengan bakat atau tanpa bakat artistik.

Meskipun kualitas jasa yang prima dan memiliki waktu pembelajaran lebih lama dari kompetitor yang lain serta menggunakan silabus bertaraf internasional membuat perkembangan pelatihan seni Globalart dari tahun ke tahun memiliki harga yang lebih tinggi.

Banyak siswa yang ingin bergabung dan menjadi siswa Globalart tetapi dengan harga yang lebih mahal, maka banyak siswa beralih ke pelatihan seni yang lebih murah. Banyak persepsi yang sering berlaku dimana harga yang mahal mencerminkan kualitas yang tinggi.

Menurut Kotler dan Keller (2009:13) kualitas jasa adalah jaminan terbaik atas loyalitas pelanggan, mempertahankan perusahaan dalam menghadapi persaingan dan jalan untuk mempertahankan pertumbuhan maupun penghasilan. Kualitas jasa yang dirasakan oleh pelanggan akan menentukan kepuasan pelanggan itu sendiri, jika kualitas jasa sesuai atau melebihi harapan pelanggan maka akan tercipta rasa puas di benak pelanggan.

Loyalitas menunjukkan suatu komitmen pelanggan untuk melakukan bisnis organisasi, seperti dengan membeli barang dan jasa secara berulang, dan merekomendasikan jasa dan produknya kepada kelompok atau temannya (McIlroy dan Barnett, 2000). Perbandingan harga pembelajaran kreatif seni dengan pelatihan seni lainnya yang berada di Surabaya. Dapat dilihat pada tabel 1 berikut:

Tabel 1
Perbandingan Harga Dan Kualitas Jasa Pelatihan Seni

| Pelatihan Seni | Harga | Quantitas | Pelatihan Jasa |
|----------------------------|-------------|---------------------------|---|
| Globalart | Rp 550.000 | Empat pertemuan per bulan | dibimbing <i>full</i> satu jam setengah |
| Ohayo Drawing School | Rp 515.000 | Empat pertemuan per bulan | Tidak dibimbing <i>full</i> satu jam |
| Daun Sanggar Lukis Anak | Rp. 300.000 | Empat pertemuan per bulan | Tidak dibimbing <i>full</i> satu jam |
| Sanggar Lukis PAKAPUR | Rp 250.000 | Empat pertemuan per bulan | Tidak dibimbing <i>full</i> satu jam |
| Creativo School | Rp 200.000 | Empat pertemuan per bulan | Tidak dibimbing <i>full</i> dua jam |
| Sanggar Lukis Anak Devina | Rp 150.000 | Empat pertemuan per bulan | Tidak dibimbing <i>full</i> satu jam |
| Sanggar Lukis Ceria Studio | Rp. 150.000 | Empat pertemuan per bulan | Tidak dibimbing <i>full</i> satu jam |

Sumber: Brosur Harga Pelatihan Seni di Surabaya (2020)

Berdasarkan Tabel 1, Perbandingan harga dan Kualitas Jasa Pelatihan Seni tersebut tentu saja akan membuat orang tua untuk lebih selektif dalam memilih pelatihan seni atau jasa bimbingan belajar yang digunakan. Namun harga menjadi hal yang paling mudah disesuaikan dengan keadaan pasar, karena harga dapat memberikan kejelasan kepada pelanggan mengenai kualitas produk atau merek dari jasa tersebut.

Dalam persaingan yang semakin banyak menyebabkan setiap perusahaan harus menempatkan tujuan pada kepuasan pelanggan dengan memberikan nilai dan kepuasan konsumen melalui penyampaian produk dan jasa yang berkualitas dengan harga bersaing. Kepuasan pelanggan menjadikan salah satu hal penting untuk kemajuan dan kemunduran Globalart San Diego Surabaya. Perkembangan jumlah siswa Globalart San Diego Surabaya selama 3 tahun terakhir mulai tahun 2017 sampai dengan 2020 dapat dilihat pada tabel 2 berikut:

Tabel 2
Jumlah Siswa Globalart San Diego Pakuwon City Surabaya

| No. | Usia | Tahun | | |
|-----|--------|-----------|-----------|-----------|
| | | 2017/2018 | 2018/2019 | 2019/2020 |
| 1. | 3 - 6 | 50 | 64 | 43 |
| 2. | 7 - 10 | 44 | 78 | 33 |
| 3. | 11- 13 | 15 | 12 | 8 |
| | Jumlah | 93 | 154 | 84 |

Sumber: Admin Globalart San Diego Pakuwon City Surabaya (2020)

Berdasarkan Tabel 2, data yang telah diperoleh dari Januari 2017 sampai dengan September 2020 jumlah siswa yang mendaftar di Globalart San Diego mengalami penurunan dengan adanya keadaan pandemi Covid-19 belakangan ini. Penurunan jumlah siswa terjadi pada tahun 2019/2020 yaitu hanya 84 siswa yang berusia 3-6, 7-10, dan 11-13. Sedangkan kenaikan siswa terbesar terjadi pada tahun 2018/2019 yaitu 154 siswa. Secara umum perkembangan jumlah siswa yang mendaftar di Globalart San Diego Surabaya dari Maret 2020 sampai dengan September 2020 mengalami penurunan. Keadaan ini menjadi menarik, karena terjadi penurunan jumlah pelanggan yang secara langsung berkaitan dengan kepuasan dan loyalitas pelanggan.

Kualitas pelayanan dikatakan sebagai upaya pemenuh kebutuhan dan keinginan pelanggan dengan keselarasan dalam mengimbangi harapan pelanggan (Tjiptono, 2004). Penelitian yang berkaitan dengan faktor yang mempengaruhi loyalitas diantaranya dari Rahmadani et al (2019), Fifin (2020) dan Dio (2020) menunjukkan bahwa kualitas pelayanan

mempunyai pengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan. Namun terdapat hasil yang berbeda dengan hasil penelitian yang dilakukan Febri (2012) dan Kusumastuti (2019) yang menunjukkan kualitas pelayanan tidak memiliki pengaruh terhadap loyalitas pelanggan. Menurut Lupiyoadi dan Hamdani (2006) banyak yang beranggapan kualitas pelayanan sebagai ukuran yang relatif dalam suatu produk atau jasa terdiri dari kualitas desain dan kesesuaian.

Selanjutnya hasil penelitian yang dilakukan oleh Shary et al (2016) dan Nalendra (2018) menunjukkan harga berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan. Sedangkan hasil penelitian yang berbeda menyatakan harga tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan dari Deddy et al (2014), Salim (2018) dan menunjukkan harga berpengaruh negatif terhadap loyalitas pelanggan oleh penelitian Bulan (2016). Hal ini menandakan bahwa semakin banyak kriteria pelanggan dalam memilih salah satu dari banyaknya pelatihan Lembaga kursus menggambar yang sesuai dengan keinginan dan kebutuhan siswa. Jika harga yang diberikan perusahaan sesuai dengan kualitas maka loyalitas pelanggan akan semakin meningkat.

Menurut Oliver (1997) kepuasan pelanggan dapat dijadikan sebagai evaluasi pasca pembelian, jika pendapat pelanggan terhadap kinerja tidak bisa memenuhi harapan maka akan terjadi ketidakpuasan. Penelitian yang dilakukan oleh Inka et al (2014) dan Wijayanti et al (2015) menunjukkan kepuasan pelanggan pengaruh positif secara langsung terhadap loyalitas konsumen. Sedangkan hasil penelitian dari Deby (2013) dan Pradana (2018) yang menyatakan kepuasan pelanggan tidak berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan.

Berdasarkan latar belakang yang diuraikan diatas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah: (1) Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan? (2) Apakah harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan? (3) Apakah kepuasan pelanggan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan? (4) Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan sebagai variabel intervening? (5) Apakah harga berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan sebagai variabel intervening?

Sedangkan tujuan penelitian adalah: (1) Untuk menganalisis dan menguji pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada bimbingan belajar Globalart San Diego Surabaya (2) Untuk menganalisis dan menguji pengaruh harga terhadap kepuasan pelanggan pada bimbingan belajar Globalart San Diego Surabaya (3) Untuk menganalisis dan menguji pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan pada bimbingan belajar Globalart San Diego Surabaya (4) Menganalisis dan menguji pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan sebagai variabel intervening pada bimbingan belajar Globalart San Diego Surabaya (5) Menganalisis dan menguji pengaruh harga terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan sebagai variabel intervening pada bimbingan belajar Globalart San Diego Surabaya.

TINJAUAN TEORITIS

Kualitas Pelayanan

Menurut Harianto (2013:77) Menciptakan pelayanan berkualitas disebabkan service yang tidak hanya sebatas melayani, merasakan, dan memahami sehingga penyampaiannya juga mengenai heart share pelanggan dan akhirnya memperkuat posisi dalam mind share pelanggan. Pelayanan yang berkualitas adalah perbedaan antara kenyataan yang diharapkan pelanggan atas pelayanan yang mereka peroleh. Perusahaan bisa berhasil karena memiliki kualitas yang baik.

Harga

Hal utama yang menjadi pertimbangan pelanggan dalam melakukan proses keputusan pembelian adalah harga, dengan harga produk yang sesuai akan membuat

mereka untuk memilih produk tersebut. Harga dapat menunjukkan kualitas dari produk atau jasa dimana menurut pelanggan beranggapan harga yang mahal akan memiliki kualitas yang sesuai. Pelanggan memiliki hubungan yang positif terhadap harga dan kualitas produk atau jasa, karena pelanggan akan membandingkan antara pemberi jasa yang satu dengan pemberi jasa yang lainnya, kemudian pelanggan dapat mengambil keputusan untuk membeli produk dan jasa tersebut.

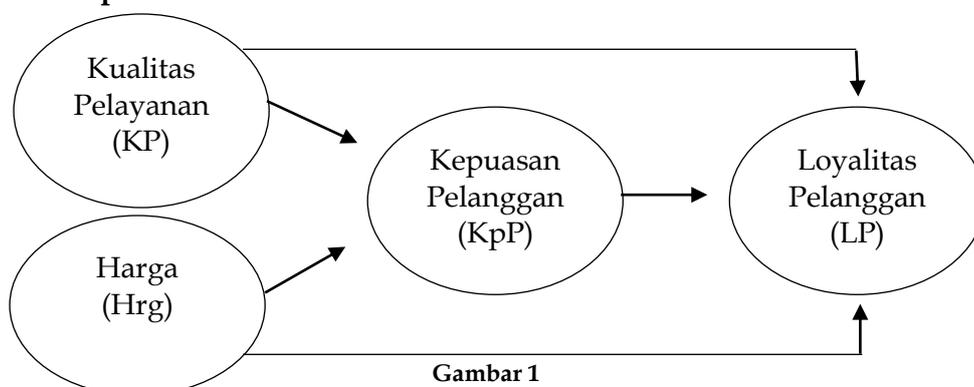
Loyalitas Pelanggan

Salah satu yang memiliki pengaruh utama yang dijadikan oleh perusahaan untuk menjaga keberlangsungan usaha adalah loyalitas pelanggan. Perusahaan memiliki pelanggan yang loyal akan dapat menjadikan serta memastikan tingkat atau volume penjualan yang pelanggan harapkan. Menurut Kotler dan Keller (2016:138) bahwa loyalitas pelanggan yaitu kepercayaan yang dipegang untuk membeli atau membuat pembelian berulang dalam produk atau jasa yang digemari atau dibutuhkan di masa depan, meskipun terdapat pengaruh dalam situasi serta usaha pemasaran yang berpotensi menyebabkan pelanggan beralih ke perusahaan lain.

Kepuasan Pelanggan

Menurut Kotler (2005) kepuasan yaitu perasaan yang gembira atau kecewa yang terjadi pada seseorang setelah membandingkan antara kinerja dengan produk yang dibayangkan atau dipikirkan terhadap kinerja dengan hasil yang diharapkan. Sesudah melakukan pembelian, pelanggan akan melakukan tahap penyempurnaan pembelian. Pelanggan akan merasa puas atau tidak yang akan mempengaruhi perilaku pelanggan berikutnya, jika pelanggan puas maka pelanggan akan melakukan pembelian yang teratur.

Rerangka Konseptual



Gambar 1
Rerangka Konseptual

Pengembangan Hipotesis Penelitian Terdahulu

Tabel 3
Penelitian Terdahulu

| Nama Peneliti | Judul | Teknik Analisa | Variabel | Hasil Penelitian |
|--|---|---|--|---|
| Iftibar, R dan M. Lestaringingsih (2020) | Pengaruh Promosi, Harga, dan Citra Perusahaan Terhadap Kepuasan Pelanggan Gojek Pada Mahasiswa. | Analisis linear berganda, Uji F, dan Uji T. | Promosi, Harga, Citra Merek, dan Kepuasan Pelanggan. | Harga berpengaruh tidak signifikan dan positif terhadap kepuasan pelanggan Gojek pada mahasiswa Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya. |
| Wijayanti, I. W. dan Wahyono (2015) | Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga, dan Nilai Pelanggan Terhadap Loyalitas | Analisis jalur (Path Analysis). | Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga, Nilai Pelanggan | Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas melalui kepuasan pelanggan sebagai mediasi, |

| | Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan. | | dan Kepuasan Pelanggan. | persepsi harga dan nilai pelanggan berpengaruh negatif terhadap loyalitas melalui kepuasan pelanggan sebagai mediasi. |
|----------------------------------|---|---------------------------------|---|---|
| Bulan (2016) | Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan PT Tiki Jalur Nugraha Ekakurir Kota Langsa. | Regresi linear berganda. | Kualitas Pelayanan, Harga, Loyalitas Pelanggan. | Kualitas pelayanan dan harga secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen pada PT. TIKI Jalur Nugraha Ekakurir Agen Kota Langsa. |
| Pradana (2018) | Hubungan Pelanggan, Kualitas Pelayanan, dan Kualitas Pengalaman Terhadap Loyalitas Pelanggan. | Regresi linear berganda. | Hubungan Pelanggan, Kualitas Pelayanan, Kualitas Pengaman, Loyalitas Pelanggan. | Hubungan pelanggan, kualitas pelayanan, memiliki efek negatif dan tidak signifikan pada kepuasan pelanggan. Kepuasan mempunyai efek negatif dan tidak signifikan pada loyalitas pelanggan. Kualitas layanan mempunyai pengaruh negatif dan tidak signifikan pada loyalitas pelanggan. |
| Rahmadani <i>et al.</i> , (2019) | Kualitas Pelayanan, Produk, Harga, dan Lokasi Terhadap Loyalitas Pelanggan dengan Kepuasan Pelanggan. | Analisis jalur (Path Analysis). | Kualitas Pelayanan, Produk, Harga, Lokasi, Loyalitas Pelanggan, Kepuasan Pelanggan. | Kualitas pelayanan, produk, lokasi, harga, kepuasan pelanggan secara Bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. |

Data: Sumber Sekunder Yang Diolah 2020

Berdasarkan Tabel 3, peneliti mengambil lima sumber referensi dari penelitian sebelumnya yang berkaitan dengan variabel Kualitas Pelayanan, Harga, Loyalitas Pelanggan, dan Kepuasan Pelanggan. Berikut adalah penelitian terdahulu:

Pengembangan Hipotesis

- H₁ : Kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan
- H₂ : Harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan
- H₃ : Kepuasan pelanggan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan
- H₄ : Kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan
- H₅ : Harga berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan.

METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian dan Gambaran Populasi Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif dengan metode penelitian Menurut *Explanatory Research* merupakan penelitian yang menghubungkan antara variabel-variabel penelitian terhadap pengajuan hipotesis penelitian yang telah dirumuskan sebelumnya. Dalam penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan pengaruh variabel independen yaitu kualitas pelayanan (KP) dan harga (Hrg) terhadap variabel dependen yaitu loyalitas pelanggan (LP) dan variabel kepuasan pelanggan (KpP) sebagai variabel intervening.

Gambaran Populasi Obyek Penelitian

Menurut Margono (2004) Populasi merupakan keseluruhan data yang menjadi pusat perhatian peneliti dalam ruang lingkup dan waktu yang telah ditentukan untuk penelitian. Populasi akan berhubungan dengan data, maka seseorang memberikan suatu data pada penelitian, ukuran dan banyaknya populasi akan sama banyaknya dengan jumlah seseorang yang memberikan data. Populasi yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah pelanggan Globalart San Diego Surabaya yang jumlahnya 100 siswa.

Teknik Pengambilan Sampel

Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu dengan jenis *Non Probability Sampling*, yang mana jenis sampel ini tidak dipilih secara acak. Menurut Sugiyono (2018:85) *Non Probability Sampling* menjadi teknik yang tidak memberi kesempatan yang sama untuk setiap anggota populasi yang dipilih menjadi sampel. Dalam penelitian ini sampel yang akan diambil adalah seluruh pelanggan dari Globalart San Diego Surabaya yang sudah melakukan pembayaran lebih dari dua kali yaitu 100 pelanggan. Teknik pengambilan sampel dengan menggunakan metode sampel jenuh. Metode sampel jenuh merupakan teknik penentuan sampel apabila semua anggota populasi digunakan menjadi sampel

Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini jenis data yang digunakan yaitu *Self Report Data* merupakan jenis data penelitian mengenai sikap yang berkaitan dengan kualitas pelayanan, kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan dari responden yang akan menjadi subyek penelitian. Penelitian ini menggunakan sumber data melalui data primer yang diterima dari sumber perseorangan baik hasil pengisian kuisisioner atau wawancara yang akan dilakukan oleh peneliti. Untuk mengetahui langsung tanggapan responden data primer diperlukan mengenai kualitas pelayanan, harga, kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan pada Globalart San Diego Surabaya.

Teknik pengumpulan data yang dilakukan melalui survey dengan mencari keterangan yang diperlukan agar mendukung hipotesa adalah melakukan pengamatan ke lokasi penelitian dan menggunakan metode Kuesioner yaitu teknik pengumpulan data yang akan dilakukan dengan memberikan berbagai pertanyaan untuk dijawab oleh responden.

Variabel dan Devinisi Operasional Variabel

Variabel yang dianalisis dalam penelitian ini dapat dikelompokkan menjadi dua variabel yang diidentifikasi yaitu, (a) Variabel bebas Kualitas Pelayanan dan Harga. (b) Variabel intervening Kepuasan Pelanggan. (c) Variabel terikat Loyalitas Pelanggan. Adapun operasional variabel dalam penelitian yaitu:

Kualitas Pelayanan

Merupakan jasa yang ditawarkan oleh Globalart San Diego Surabaya berupa bimbingan belajar seni, merujuk pada Kotler (2011:92) meliputi variabel kualitas pelayanan dapat menggunakan indikator berikut: (a) *Tangibles*. (b) *Reliability*. (c) *Responsiveness*. (d) *Assurance*.

Harga

Sejumlah nilai yang ditetapkan oleh pelanggan untuk menggunakan dan memiliki produk atau jasa yang sudah ditetapkan nilainya oleh Globalart San Diego Surabaya dengan harga yang sama untuk pelanggan, merujuk pada Kotler dan Amstrong (2012:98) indikator dalam penelitian sebagai berikut: (a) Keterjangkauan harga. (b) Kesesuaian harga terhadap kualitas produk atau jasa. (c) Daya saing harga. (d) Kesesuaian harga dengan manfaat.

Loyalitas Pelanggan

Pendapat pelanggan yang berasal dari loyalitas tentang kesesuaian dari dorongan perilaku pembelian secara terus menerus agar membangun kesetiaan pelanggan dalam produk atau jasa yang ditawarkan Globalart San Diego Surabaya. Penelitian ini menggunakan empat indikator yang merujuk Hurriyanti (2015:130), yaitu: (a) Melakukan transaksi pembelian dari luar lini produk atau jasa. (b) Melaksanakan pembelian ulang secara konsisten. (c) Merekomendasikan produk atau jasa kepada orang lain. (d) Merekomendasikan produk atau jasa kepada orang lain.

Kepuasan Pelanggan

Pelanggan akan menerima kepuasan baik perasaan senang atau kecewa dari Globalart San Diego Surabaya setelah membandingkan dengan hasil yang dirasakan sesuai harapan pelanggan. Penelitian ini menggunakan indikator dari Tjiptono (2014:98), yaitu: (a) Kepuasan pelanggan secara keseluruhan. (b) Dimensi kepuasan pelanggan. (c) Konfirmasi harapan pelanggan.

Teknik Analisis Data

Uji Instrumen

Uji Validitas digunakan untuk mengukur valid tidaknya suatu Kuesioner. Suatu Kuesioner dikatakan valid apabila pernyataan pada Kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang diukur oleh Kuesioner tersebut. Menurut Ghozali (2016:53) dasar pengambilan keputusan uji, antara lain: (a) Jika nilai signifikansi < dari 0,05 maka, item pernyataan tersebut dikatakan valid. (b) Jika nilai signifikansi > 0,05 maka, item pernyataan tersebut tidak valid.

Uji Reabilitas memiliki tujuan untuk mengetahui kuesioner yang akan digunakan untuk penelitian akan menunjukkan tingkat ketepatan, akurat, dan konsistensi walaupun kuesioner digunakan dua kali atau lebih pada waktu yang berbeda. Uji Reabilitas dalam penelitian ini menggunakan *cronchbach alpha* dengan kriteria pengambilan keputusan yang dinyatakan oleh Ghozali (2016:43), yaitu: (a) Jika koefisien *cronchbach alpha* lebih besar dari 0,7 maka, pernyataan dikatakan valid. (b) Jika koefisien *cronchbach alpha* lebih kecil dari 0,7 maka pernyataan dikatakan tidak valid.

Analisis Regresi Linier Berganda

Menurut Ghozali (2013: 99) Tujuan analisa jalur untuk menjelaskan akibat langsung atau tak langsung dari variabel, untuk penyebab variabel, terhadap variabel lainnya yang merupakan variabel akibat. Analisis jalur perluasan dari analisis regresi dan analisis jalur membahas antara hubungan variabel terikat atau dependen dan variabel bebas atau independen, jika disebabkan variabel bebas atau terdapat variabel lain antara kedua variabel tersebut maka variabel tidak secara langsung dapat mempengaruhi variabel terikat namun terdapat variabel lain sebagai variabel perantara atau *intervening*. Pada penelitian ini menggunakan persamaan dari regresi liner berganda, yaitu:

$$KpP = b_1 KP + b_2 Hrg + e_1 \dots \dots \dots (1)$$

$$LP = b_1 KP + b_2 Hrg + b_3 KpP + e_1 \dots \dots (2)$$

Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas merupakan penelitian yang memiliki manfaat untuk mengetahui dalam model dari regresi variabel pengganggu atau residual yang akan memiliki distribusi normal. Dalam penelitian ini menggunakan plot probabilitas normal atau Normal Probability Plot, guna menguji normalitas jika terjadi penyebaran data (titik) disekitar

sumbu diagonal serta mengikuti arah garis diagonal, maka dari itu model regresi dapat memenuhi asumsi normalitas (Ghozali, 2018: 163).

Uji Multikolonieritas dapat menguji model regresi dalam kolerasi antar variabel independen, untuk model regresi yang baik tidak akan terbentuk terjadinya kolerasi antara variabel independen. Dapat dideteksi terdapat multikolonieritas dengan memperhatikan angka Variance Inflation Faktor (VIF) serta tolerance. Kemudian untuk menunjukkan adanya multikolonieritas nilai cutoff yang paling umum adalah nilai tolerance yang kurang dari 0,10 atau sama saja dengan nilai VIF lebih dari 0,10 (Ghozali, 2018:108).

Uji Heteroskedastisitas berguna untuk menguji regresi, jika terdapat kesamaan jenis dari kesamaan residul dengan sejumlah pengamatan ke pengamatan yang lainnya sama, maka akan disebut homoskedastisitas akan tetapi jika jenisnya berbeda disebut heteroskedastisitas, antara lain: (a) Jika terdapat pola tertentu, seperti titik terdapat bentuk pola tertentu yang teratur atau bergelombang, melebar dan menyempit maka telah terjadi pola heteroskedastisitas. (b) Jika terdapat pola yang sangat jelas, titik-titik menyebar diatas maupun dibawah O pada Y maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

Uji Kelayakan Model

Uji F bermanfaat untuk menguji layak atau tidak variabel kualitas pelayanan, harga, dan kepuasan pelanggan yang dapat digunakan sebagai prediktor terhadap naik atau turunnya variabel loyalitas pelanggan dengan tingkat α sebesar 5%, menjadi kriteria dalam pengujian antara lain: (a) Jika terdapat nilai signifikansi Uji F > 0.05 , maka akan menunjukkan variabel kualitas pelayanan, harga dan kepuasan pelanggan atau siswa yang tidak layak untuk digunakan sebagai prediktor. (b) Jika terdapat nilai signifikansi Uji F < 0.05 , maka akan menunjukkan variabel kualitas pelayanan, harga, dan kepuasan pelanggan atau siswa yang layak untuk digunakan sebagai prediktor.

Uji Koefisien Determinasi (R^2) merupakan ukuran guna mengetahui sesuai diantara nilai dugaan atau garis regresi dengan menggunakan data sampel, selanjutnya mengetahui presentasi kontribusi variabel bebas layak guna diprediksi dengan diprediksi terhadap variabel terikat. Jika semakin besar R^2 artinya menunjukkan semakin tepat persamaan dalam perkiraan regresi linear tersebut untuk digunakan alat prediksi, agar variasi dalam perubahan variabel terikat adalah loyalitas pelanggan dapat dilihat perubahan variabel kualitas pelayanan, harga, dan kepuasan pelanggan atau siswa. Kemudian apabila nilai R^2 semakin dekat jaraknya dengan satu, maka dari itu perhitungan yang dilakukan akan dianggap sangat kuat dalam menjelaskan variabel bebas dengan variabel terikat.

Sobel Test Menurut Baron dan Kenny (1986) dalam Ghozali (2012) digunakan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan atau siswa secara signifikan sebagai mediator dalam penelitian tersebut. Kemudian digunakan untuk mengetahui pengaruh harga terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan secara signifikan sebagai mediator dalam penelitian tersebut. Bermanfaat untuk menguji pengaruh tidak langsung dengan menggunakan uji sobel test, dengan program *Addin Axcell Sobelt Test* uji sobel dapat menunjukkan kriteria tingkat signifikansi 0.05. Jika nilai hitung dari uji sobel $> t$ tabel, maka bisa dikatakan variabel intervening (KpP) telah bermediasi dengan pengaruh dari masing-masing variabel bebas (KP dan Hrg) terhadap variabel terikat (LP).

Pengujian Hipotesis pertama, kedua, dan ketiga akan menggunakan Uji t yang merupakan pengujian guna mengetahui besarnya pengaruh dari masing-masing indikator pada variabel bebas dengan variabel terikat pada tingkat signifikansi 5%. Terdapat kriteria dalam pengujian hipotesis antara lain: (a) Jika terdapat nilai signifikansi Uji t > 0.05 , maka H_0 akan diterima yang menunjukkan variabel independen berpengaruh tidak signifikan terhadap variabel dependen. (b) Jika terdapat signifikansi Uji t < 0.05 maka H_0 akan ditolak

yang menunjukkan variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Uji Validitas digunakan untuk mengukur valid atau tidak suatu kuesioner. Dalam hal ini uji validitas dilakukan dengan menghitung koefisien korelasi yang nilai signifikannya lebih kecil dari 5% yang menunjukkan bahwa pertanyaan sudah valid. Jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ maka pernyataan untuk variabel tersebut valid. Berdasarkan uraian tersebut di atas, maka hasil dari uji validitas dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4
Hasil Uji Validitas

| Variabel | Pernyataan | <i>Corrected Item Total Correlation</i> (r_{hitung}) | r_{tabel} | Keterangan |
|---------------------|------------|--|-------------|------------|
| Kualitas Pelayanan | KP1 | 0.666 | 0,1660 | Valid |
| | KP2 | 0.625 | | Valid |
| | KP3 | 0.767 | | Valid |
| | KP4 | 0.777 | | Valid |
| | KP5 | 0.587 | | Valid |
| Harga | Hrg1 | 0.831 | | Valid |
| | Hrg2 | 0.888 | | Valid |
| | Hrg3 | 0.810 | | Valid |
| | Hrg4 | 0.877 | | Valid |
| Kepuasan Pelanggan | KpP1 | 0.840 | | Valid |
| | KpP2 | 0.703 | | Valid |
| | KpP3 | 0.888 | | Valid |
| Loyalitas Pelanggan | LP1 | 0.969 | | Valid |
| | LP2 | 0.930 | | Valid |
| | LP3 | 0.978 | | Valid |
| | LP4 | 0.934 | Valid | |

Sumber: Data Primer Yang Diolah 2020

Berdasarkan Tabel 4, diketahui bahwa semua item pernyataan dari seluruh variabel dinyatakan valid. Hal ini terjadi karena keseluruhan item pernyataan mempunyai nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$.

Uji Reabilitas merupakan Jika suatu variabel dikatakan reliabel maka dapat memberikan nilai *cronbach alpha* masing-masing lebih dari 60% atau 0,6 dan penelitian ini dikatakan reliabel. Tabel dibawah ini merupakan hasil uji reliabilitas variabel Pemahaman Kualitas Pelayanan, Harga, Kepuasan Pelanggan serta Loyalitas Pelanggan:

Tabel 5
Hasil Uji Reliabilitas

| Variabel | <i>Cronbach Alpha</i> | Nilai Kritis | N of item | Keterangan |
|---------------------|-----------------------|--------------|-----------|------------|
| Kualitas Pelayanan | 0,713 | $\geq 0,60$ | 5 | Reliabel |
| Harga | 0,872 | $\geq 0,60$ | 4 | Reliabel |
| Kepuasan Pelanggan | 0,739 | $\geq 0,60$ | 3 | Reliabel |
| Loyalitas Pelanggan | 0,964 | $\geq 0,60$ | 4 | Reliabel |

Sumber: Data Primer Yang Diolah 2020

Berdasarkan Tabel 5, dapat diketahui bahwa masing-masing variabel yaitu variabel Pemahaman tentang Kualitas Pelayanan, Harga, Kepuasan Pelanggan serta Loyalitas Pelanggan ternyata diperoleh nilai *Cronbach Alpha* $\geq 0,60$. Dengan demikian, maka dapat

disimpulkan bahwa hasil keseluruhan item pernyataan dalam kuesioner variabel adalah reliabel.

Model Regresi Linier Berganda

Persamaan Regresi Linier Berganda-1 digunakan untuk mengetahui pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga, terhadap Kepuasan Pelanggan pada Bimbingan Belajar Globart San Diego Surabaya. Hasil uji regresi persamaan-1, disajikan sebagai berikut:

Tabel 6
Koefisien Regresi Model 1

| Model | | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | t | Sig. |
|-------|------------|-----------------------------|------------|---------------------------|-------|------|
| | | B | Std. Error | Beta | | |
| 1 | (Constant) | .648 | .349 | | 1.854 | .067 |
| | KP | .433 | .113 | .322 | 3.825 | .000 |
| | Hrg | .401 | .066 | .509 | 6.050 | .000 |

Sumber: Data Primer Yang Diolah 2020

Tabel 7
Hasil Kesesuaian Model Regresi 1
Model Summary

| Model | R | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate |
|-------|-------------------|----------|-------------------|----------------------------|
| 1 | .748 ^a | .560 | .551 | .36665 |

Sumber: Data Primer Yang Diolah 2020

Berdasarkan Tabel 6, maka diperoleh model persamaan regresi sebagai berikut:

$$KpP = 0.648 + 0.433 KP + 0,401 Hrg + e$$

Persamaan Regresi Linier Berganda-2 digunakan untuk mengetahui pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, dan Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan pada Bimbingan Belajar Globart San Diego Surabaya. Hasil uji regresi persamaan-2, disajikan sebagai berikut:

Tabel 8
Koefisien Regresi Model 2

| Model | | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | t | Sig. |
|-------|------------|-----------------------------|------------|---------------------------|--------|------|
| | | B | Std. Error | Beta | | |
| 1 | (Constant) | -2.289 | .465 | | -4.920 | .000 |
| | KP | .361 | .159 | .150 | 2.274 | .025 |
| | Hrg | .815 | .102 | .580 | 8.011 | .000 |
| | KpP | .434 | .133 | .243 | 3.266 | .002 |

Sumber: Data Primer Yang Diolah 2020

Tabel 9
Hasil Kesesuaian Model Regresi 2
Model Summary^b

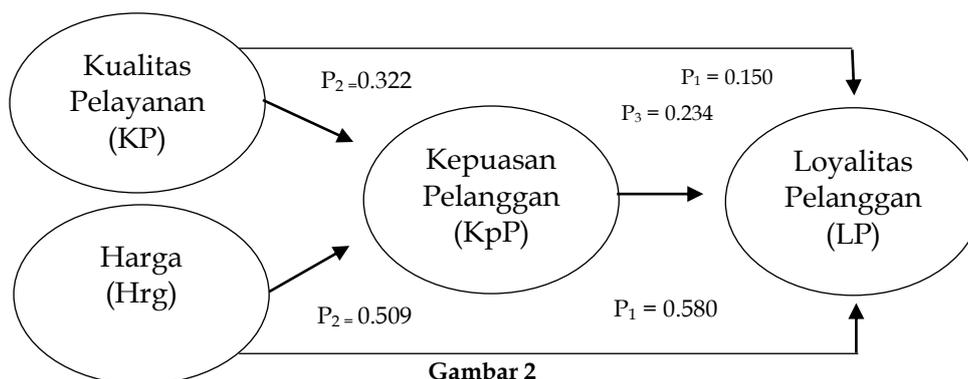
| Model | R | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate |
|-------|-------------------|----------|-------------------|----------------------------|
| 2 | .875 ^a | .766 | .759 | .48002 |

Sumber: Data Primer Yang Diolah 2020

Berdasarkan Tabel 8, maka diperoleh model persamaan regresi sebagai berikut:

$$LP = -2.289 + 0,361 KP + 0,815 Hrg + 0,434 KpP + e$$

Berdasarkan Tabel 6 dan Tabel 8 kemudian menghasilkan model analisis jalur sebagai berikut:



Gambar 2
Model Path Analysis

Uji Sobel Test

Uji Sobel Test disajikan sebagai berikut:

$$SP_2P_3 = \sqrt{P_3^2 SP_2^2 + P_2^2 SP_3^2 + SP_2^2 SP_3^2}$$

Pengaruh Kualitas Pelayanan (KP) terhadap Loyalitas Pelanggan (LP) dengan dimediasi oleh Kepuasan Pelanggan (KpP)

Pengaruh langsung yang diberikan Kualitas Pelayanan (KP) terhadap Loyalitas Pelanggan (LP) sebesar 0,150.

Pengaruh tidak Langsung Kualitas Pelayanan (KP) melalui Kepuasan Pelanggan (KpP) terhadap Loyalitas Pelanggan (LP) didapat dari perkalian antara nilai beta Kualitas Pelayanan (KP) terhadap Kepuasan Pelanggan (KpP) dan nilai beta keputusan terhadap Loyalitas Pelanggan (LP) yaitu:

$$\begin{aligned} \text{Pengaruh Tidak Langsung} &= P_2 \times P_3 \\ &= 0,322 \times 0,234 \\ &= 0,075 \end{aligned}$$

Pengaruh Total yang diberikan keputusan terhadap kepuasan pelanggan (KP) adalah pengaruh langsung ditambah dengan pengaruh tidak langsung, yaitu:

$$\begin{aligned} \text{Pengaruh Total} &= P_1 + (P_2 \cdot P_3) \\ &= 0,150 + (0,075) \\ &= 0,225 \end{aligned}$$

Pengaruh mediasi dengan sobel test yang ditunjukkan oleh perkalian koefisien ($P_2 \times P_3$) untuk KP sebesar 0,075 signifikasi atau tidak, itu diuji menggunakan Sobel test sebagai berikut:

$$\begin{aligned} SP_2P_3 &= \sqrt{P_3^2 SP_2^2 + P_2^2 SP_3^2 + SP_2^2 SP_3^2} \\ SP_2P_3 &= \sqrt{(0.234)^2 (0.113)^2 + (0.322)^2 (0.133)^2 + (0.113)^2 (0.133)^2} \\ SP_2P_3 &= \sqrt{(0.055) (0.013) + (0.104) (0.018) + (0.013) (0.018)} \\ SP_2P_3 &= \sqrt{0.000715 + 0.001872 + 0.031} \\ SP_2P_3 &= \sqrt{0.033587} \end{aligned}$$

$$SP_2P_3 = 0.1833$$

Berdasarkan SP_2P_3 dapat menghitung nilai t statistik pengaruh mediasi dengan rumus:

$$t = \frac{P_2P_3}{SP_2P_3} = \frac{0.075}{0.1833} = 0.409$$

Nilai t tabel diperoleh dari tabel t dengan tingkat kesalahan α (5%) dan derajat bebas

95, didapat sebesar 1,99. Oleh karena itu t hitung (0,409) < t tabel (1,99) maka dapat disimpulkan bahwa tidak ada pengaruh mediasi. Hasil ini juga menunjukkan bahwa secara tidak langsung Kualitas Pelayanan tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan dengan dimediasi oleh Kepuasan Pelanggan

Pengaruh Harga (Hrg) terhadap Loyalitas Pelanggan (LP) dengan dimediasi oleh Kepuasan Pelanggan (KpP)

Pengaruh langsung yang diberikan Harga (Hrg) terhadap Loyalitas Pelanggan (LP) sebesar 0,580.

Pengaruh tidak Langsung Harga (Hrg) melalui Kepuasan Pelanggan (KpP) terhadap Loyalitas Pelanggan (LP) didapat dari perkalian antara nilai beta Harga (Hrg) terhadap Kepuasan Pelanggan (KpP) dan nilai beta keputusan terhadap Loyalitas Pelanggan (LP) yaitu:

$$\begin{aligned} \text{Pengaruh Tidak Langsung} &= P2 \times P3 \\ &= 0,509 \times 0,234 \\ &= 0,119 \end{aligned}$$

Pengaruh Total yang diberikan Kepuasan Pelanggan (KpP) terhadap Loyalitas Pelanggan adalah pengaruh langsung ditambah dengan pengaruh tidak langsung, yaitu:

$$\begin{aligned} \text{Pengaruh Total} &= P1 + (P2.P3) \\ &= 0,580 + (0,119) \\ &= 0,699 \end{aligned}$$

Pengaruh mediasi dengan sobel test yang ditunjukkan oleh perkalian koefisien (P2 x P3) untuk Hrg sebesar 0,119 signifikasi atau tidak, itu diuji menggunakan Sobel test sebagai berikut:

$$\begin{aligned} SP2P3 &= \sqrt{P_3^2 SP_2^2 + P_2^2 SP_3^2 + SP_2^2 SP_3^2} \\ SP2P3 &= \sqrt{(0.234)^2 (0.066)^2 + (0.509)^2 (0.133)^2 + (0.066)^2 (0.133)^2} \\ SP2P3 &= \sqrt{(0.055) (0.004) + (0.259) (0.018) + (0.004) (0.018)} \\ SP2P3 &= \sqrt{0.00022 + 0.00466 + 0.00007} \\ SP2P3 &= \sqrt{0,004952} \\ SP2P3 &= 0,0704 \end{aligned}$$

Berdasarkan SP2P3 dapat menghitung nilai t statistik pengaruh mediasi dengan rumus:

$$t = \frac{P2P3}{SP2P3} = \frac{0.119}{0.0704} = 1,690$$

Nilai t tabel diperoleh dari tabel t dengan tingkat kesalahan α (5%) dan derajat bebas 95, didapat sebesar 1,99. Oleh karena itu t hitung (1,690) < t tabel (1,99) maka dapat disimpulkan bahwa tidak ada pengaruh mediasi. Hasil ini juga menunjukkan bahwa secara tidak langsung Harga tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan dengan dimediasi oleh Kepuasan Pelanggan.

Asumsi Klasik

Uji Normalitas dilakukan dengan uji Kolmogorov Smirnov dimana uji normalitas disajikan sebagai berikut:

Tabel 10
Hasil Uji Normalitas
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

| | | Unstandardized Residual |
|----------------------------------|----------------|-------------------------|
| N | | 100 |
| Normal Parameters ^{a,b} | Mean | .0000000 |
| | Std. Deviation | .47269055 |

| | | |
|--------------------------|----------|-------------------|
| Most Extreme Differences | Absolute | .088 |
| | Positive | .088 |
| | Negative | -.037 |
| Test Statistic | | .088 |
| Asymp. Sig. (2-tailed) | | .397 ^d |

Sumber: Data Primer Yang Diolah 2020

Berdasarkan Tabel 10, Hasil uji normalitas menggunakan uji *Kolmogorov-Smirnov* sebagaimana disajikan tabel 22 diperoleh nilai signifikansi sebesar 0,397. Oleh karena nilai ini nilai signifikansi $0,397 > \alpha (0,05)$, maka dapat disimpulkan bahwa data residual berdistribusi normal.

Uji Kelayakan Model (uji F) pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel independen mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen (Ghozali, 2013). Pengujian dilakukan dengan menggunakan signifikan level 0,05 ($\alpha=5\%$) dengan kriteria pengujian sebagai berikut:

Tabel 11
Hasil Uji Kelayakan Model (Uji F)
ANOVA^a

| Model | Sum of Squares | df | Mean Square | F | Sig. |
|--------------|----------------|----|-------------|--------|--------------------|
| 1 Regression | 16.600 | 2 | 8.300 | 61.739 | 0.000 ^b |
| Residual | 13.040 | 97 | 0.134 | | |
| Total | 29.640 | 99 | | | |

a. Dependent Variable: KpP

b. Predictors: (Constant), KP, Hrg

Sumber: Data Primer Yang Diolah 2020

Berdasarkan Tabel 11, dapat dilihat Nilai F_{hitung} sebesar 61.739 dengan signifikansi $0,000 < 0,05$, hal tersebut menunjukkan bahwa model regresi layak untuk dapat digunakan sebagai analisis berikutnya dan berdasarkan pada tingkat signifikansinya maka bisa disimpulkan bahwa variabel yang terdiri dari variabel Kualitas Pelayanan dan Harga secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap variabel Kepuasan Pelanggan.

Tabel 12
Hasil Uji Kelayakan Model (Uji F)
ANOVA^a

| Model | Sum of Squares | df | Mean Square | F | Sig. |
|--------------|----------------|----|-------------|---------|--------------------|
| 1 Regression | 72.552 | 3 | 24.184 | 104.956 | 0.000 ^b |
| Residual | 22.120 | 96 | 0.230 | | |
| Total | 94.672 | 99 | | | |

a. Dependent Variable: LP

b. Predictors: (Constant), KP, Hrg, KpP

Sumber: Data Primer Yang Diolah 2020

Berdasarkan Tabel 12, dapat dilihat Nilai F_{hitung} sebesar 104.956 dengan signifikansi $0,000 < 0,05$, hal tersebut menunjukkan bahwa model regresi layak untuk dapat digunakan sebagai analisis berikutnya dan berdasarkan pada tingkat signifikansinya maka bisa disimpulkan bahwa variabel yang terdiri dari variabel Kualitas Pelayanan, Harga, dan Kepuasan Pelanggan secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap variabel Loyalitas Pelanggan.

Koefisien Determinasi Berganda (R^2) dilakukan untuk mengetahui seberapa besar kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen. Hasil koefisien determinasi antara Kualitas Pelayanan, Harga, dan Loyalitas Pelanggan terhadap Kepuasan Pelanggan dapat dilihat dari hasil tabel berikut:

Tabel 13

**Hasil Perhitungan Koefisien Determinasi (R²)
Model Summary^b**

| Model | R | R Square | Adjusted R Square | Std. Erros of The Estimate |
|-------|--------------------|----------|-------------------|----------------------------|
| 1 | 0.748 ^a | 0.560 | 0.551 | 0.36665 |

a. Predictors: (Constant), KP, Hrg

b. Dependent Variable: KpP

Sumber: Data Primer Yang Diolah 2020

Berdasarkan Tabel 13, menunjukkan bahwa nilai R² (*R Square*) sebesar 56,0%, hal tersebut menunjukkan bahwa variabel Kepuasan Pelanggan dapat dijelaskan oleh variabel Kualitas Pelayanan dan Harga adalah sebesar 56,0% sedangkan untuk sisanya 44,0% dijelaskan oleh faktor-faktor lain yang tidak masuk didalam model penelitian ini.

**Tabel 14
Hasil Perhitungan Koefisien Determinasi (R²)
Model Summary^b**

| Model | R | R Square | Adjusted R Square | Std. Erros of The Estimate |
|-------|--------------------|----------|-------------------|----------------------------|
| 1 | 0.875 ^a | 0.766 | 0.759 | 0.48002 |

a. Predictors: (Constant), KP, Hrg, KpP

b. Dependent Variable: LP

Sumber: Data Primer Yang Diolah 2020

Berdasarkan Tabel 14, menunjukkan bahwa nilai R² (*R Square*) sebesar 76,6%, hal tersebut menunjukkan bahwa variabel Loyalitas Pelanggan dapat dijelaskan oleh variabel Kualitas Pelayanan, Harga, dan Kepuasan Pelanggan adalah sebesar 76,6%, sedangkan untuk sisanya 23,4% dijelaskan oleh faktor-faktor lain yang tidak masuk didalam model penelitian ini.

Pengujian Hipotesis

**Tabel 15
Hasil Perhitungan Uji t**

| Variabel | t _{hitung} | Sig. | (α) | Keterangan |
|----------|---------------------|-------|------|---------------------|
| KP | 3,825 | 0,000 | 0,05 | Berpengaruh Positif |
| Hrg | 6,050 | 0,000 | 0,05 | Berpengaruh Positif |

Sumber: Data Primer Yang Diolah 2020

Keterangan: Signifikansi pada α = 5%

Berdasarkan Tabel 15, diperoleh hasil perhitungan nilai t_{hitung} beserta tingkat signifikan dengan penjelasan seperti dibawah ini:

Kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan

Nilai t_{hitung} sebesar 3,825 dengan tingkat Sig. 0,000 < (α) 0,05 atau dengan taraf signifikansi kurang dari 0,05 atau sebesar 0,000 maka H₀ berhasil ditolak berarti bahwasannya Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel Kepuasan Pelanggan. Maka dengan demikian hipotesis pertama yang menyatakan ada pengaruh positif Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan pada Globalart San Diego Surabaya terdukung.

Harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan

Nilai t_{hitung} sebesar 6,050 dengan tingkat Sig. 0,000 < (α) 0,05 atau dengan taraf signifikansi yang kurang dari 0,05 atau sebesar 0,000 maka H₀ berhasil ditolak berarti bahwasannya Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel Kepuasan

Pelanggan. Maka dengan demikian hipotesis pertama yang menyatakan ada pengaruh positif Harga terhadap Kepuasan Pelanggan pada Globalart San Diego Surabaya terdukung.

Tabel 16
Hasil Perhitungan Uji t

| Variabel | t_{hitung} | Sig. | (α) | Keterangan |
|----------|--------------|-------|--------------|---------------------|
| KP | 2.274 | 0,025 | 0,05 | Berpengaruh Positif |
| Hrg | 8.011 | 0,000 | 0,05 | Berpengaruh Positif |
| KpP | 3.266 | 0.002 | 0,05 | Berpengaruh Positif |

Sumber: Data Primer Yang Diolah 2020

Keterangan: Signifikansi pada $\alpha = 5\%$

Berdasarkan Tabel 16, diperoleh hasil perhitungan nilai t_{hitung} beserta tingkat signifikan dengan penjelasan seperti dibawah ini:

Kepuasan pelanggan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan

Nilai t_{hitung} sebesar 3.266 dengan tingkat Sig. $0,002 < (\alpha) 0,05$ atau dengan taraf signifikansi yang kurang dari 0,05 atau sebesar 0,002 maka H_0 berhasil ditolak berarti bahwasannya Kepuasan Pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel Loyalitas Pelanggan. Maka dengan demikian hipotesis pertama yang menyatakan ada pengaruh positif Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan pada Globalart San Diego Surabaya terdukung.

Kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan

Nilai t_{hitung} sebesar 2.274 dengan tingkat Sig. $0,025 < (\alpha) 0,05$ atau dengan taraf signifikansi kurang dari 0,05 atau sebesar 0,025 maka H_0 berhasil ditolak berarti bahwasannya Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap variable Loyalitas Pelanggan. Maka dengan demikian hipotesis pertama yang menyatakan ada pengaruh positif Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan pada Globalart San diego Surabaya terdukung.

Harga berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan.

Nilai t_{hitung} sebesar 8.011 dengan tingkat Sig. $0,000 < (\alpha) 0,05$ atau dengan taraf signifikansi yang kurang dari 0,05 atau sebesar 0,000 maka H_0 berhasil ditolak berarti bahwasannya Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel Loyalitas Pelanggan. Maka dengan demikian hipotesis pertama yang menyatakan ada pengaruh positif harga terhadap Loyalitas Pelanggan pada Globalart San Diego Surabaya terdukung.

Pembahasan Hasil Penelitian

Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan

Berdasarkan hasil penelitian t_{hitung} untuk penelitian kualitas pelayanan diperoleh sebesar 3,825 dengan dengan nilai signifikasi 0,000 lebih kecil dari 0,05 ($0,000 < 0,05$). Menunjukkan bahwa Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan pada Bimbingan Globalart San Diego Surabaya Surabaya.

Kualitas pelayanan Globalart San Diego Surabaya memiliki sarana dan prasarana yang sangat modern untuk menunjang kegiatan belajar yang sesuai dengan janji pelayanan yang sudah ditetapkan secara efektif dan efisien. Dengan metode pembelajaran di Globalart San Diego Surabaya dapat membuat rasa percaya pada pelanggan dan selalu memperhatikan dalam keinginan setiap pelanggan. Menurut penelitian Harianto (2013:77) pelayanan berkualitas disebabkan *service* yang tidak hanya sebatas melayani, merasakan, dan memahami sehingga penyampaiannya juga mengenai *heart share* pelanggan dan akhirnya memperkuat posisi dalam *mind share* pelanggan. Kualitas pelayanan bisa dikatakan sebagai upaya pemenuh kebutuhan dan keinginan pelanggan dengan keselarasan dalam mengimbangi harapan pelanggan (Tjiptono, 2004).

Hal ini sejalan dengan penelitian Margaretha (2000) dan Bulan (2015) adanya hubungan yang positif dari kualitas dengan kepuasan pelanggan.

Pengaruh Harga terhadap Kepuasan Pelanggan

Hasil nilai t_{hitung} untuk variabel harga diperoleh sebesar 6,050 dengan nilai signifikansi 0,000 lebih kecil dari 0,05 ($0.000 < 0.05$). Menunjukkan bahwa Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan pada Bimbingan Globalart San Diego Surabaya Surabaya.

Harga yang sudah di sediakan dalam kategori bimbingan belajar dapat dijangkau oleh pelanggan Globalart San Diego Surabaya, dalam kategori yang sudah di sesuaikan pelanggan Globalart San Diego Surabaya merasakan kesesuaian dalam paket yang ada di Globalart. Bimbingan belajar di bidang seni Globalart menetapkan harga yang bisa bersaing kuat dan sesuai dengan manfaat yang diterima oleh pelanggan. Dari definisi tersebut bahwa harga yang telah dibayarkan oleh pelanggan sudah mencakup produk dan barang dan layanan yang diberikan oleh perusahaan.

Tujuan perusahaan dalam menentukan harga didasarkan oleh mencapai keuntungan maksimal, meningkatkan volume penjualan, mempertahankan pasar dan stabilitas harga (Taufiq, 2005:163). Hal ini berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Bulan (2015) yang menyatakan Harga berpengaruh negatif dan signifikan terhadap Kepuasan pelanggan.

Pengaruh Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan

Hasil nilai t_{hitung} untuk variabel Kepuasan Pelanggan diperoleh sebesar 3.266 dengan nilai signifikansi 0,002 lebih kecil dari 0,05 ($0.002 < 0.05$). Menunjukkan bahwa Kepuasan Pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap terhadap Loyalitas Pelanggan pada Bimbingan Globalart San Diego Surabaya.

Menurut Kotler (2005) kepuasan yaitu perasaan yang gembira atau kecewa yang terjadi pada seseorang setelah membandingkan antara kinerja dengan produk yang dibayangkan atau dipikirkan terhadap kinerja dengan hasil yang diharapkan. Globalart San Diego Surabaya mengutamakan kenyamanan dan membuat siswa yang mengikuti bimbingan seni dapat mengasah kreatifitas serta dapat mengikuti atau memahami teknik belajar seni agar harapan pelanggan mencapai target yang diinginkan. Loyalitas pelanggan dengan kepuasan siswa atau pelanggan berketergantungan satu sama lain, karena memiliki hubungan antara nilai yang dimiliki loyalitas pelanggan dan kepuasan dipengaruhi oleh karakteristik jenis produk atau jasa dalam pola pembeliannya. Jika pelanggan mempunyai sikap yang baik kepada merek, maka pelanggan akan merasa puas. Sehingga secara langsung pelanggan akan berusaha untuk menarik dan memberi rekomendasi kepada teman atau keluarga untuk menjadi pelanggan baru, semakin tinggi kepuasan konsumen akan berdampak pada semakin tinggi loyalitas pelanggan.

Hal ini sejalan dengan penelitian Setyaningsih (2012) adanya hubungan dari Kepuasan Pelanggan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan.

Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening

Berdasarkan hasil pengujian *Path Analysis* dengan *Sobel Test* diperoleh nilai t_{tabel} diperoleh dari tabel t dengan tingkat kesalahan α (5%) dan derajat bebas 95, didapat sebesar 1,99. Oleh karena itu t_{hitung} (0,409) < t_{tabel} (1,99) menunjukkan bahwa tidak ada pengaruh mediasi.

Hasil ini juga menunjukkan bahwa secara tidak langsung Kualitas Pelayanan tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan dengan dimediasi oleh Kepuasan Pelanggan. Dengan kata lain, Kepuasan Pelanggan secara signifikan tidak dapat memediasi pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan. Nilai koefisien pengaruh langsung sebesar 0,150 dan pengaruh tidak langsung 0,075 Sedangkan pengatuh

total sebesar 0,225. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara tidak langsung Kualitas Pelayanan tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan dengan dimediasi oleh Kepuasan pelanggan. Dengan kata lain, Kepuasan Pelanggan secara signifikan tidak dapat memediasi pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan.

Hal ini berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Wijayanti, I. W. dan Wahyono (2015) membuktikan bahwa Kualitas Pelayanan berpengaruh positif signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan melalui Kepuasan Pelanggan.

Pengaruh Harga terhadap Loyalitas Pelanggan dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening

Berdasarkan hasil pengujian *Path Analysis* dengan *Sobel Test* diperoleh nilai t_{tabel} diperoleh dari tabel t dengan tingkat kesalahan α (5%) dan derajat bebas 95, didapat sebesar 1,99. Oleh karena itu $t_{\text{hitung}} (1,690) > t_{\text{tabel}} (1,99)$ menunjukkan bahwa tidak ada pengaruh mediasi.

Hasil ini juga menunjukkan bahwa secara tidak langsung Harga mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan dengan dimediasi oleh Kepuasan Pelanggan. Dengan kata lain, Kepuasan Pelanggan secara signifikan tidak dapat memediasi pengaruh Harga terhadap Loyalitas Pelanggan. Nilai koefisien pengaruh langsung sebesar 0,580 dan pengaruh tidak langsung 0,119 Sedangkan pengaruh total sebesar 0,699. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara tidak langsung Harga tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan dengan dimediasi oleh Kepuasan Pelanggan. Dengan kata lain, Kepuasan Pelanggan secara signifikan tidak dapat memediasi pengaruh Harga terhadap Loyalitas Pelanggan.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel keputusan dapat memediasi antara harga terhadap kepuasan karena hasil menunjukkan berpengaruh secara signifikan. Menurut Taufiq (2005:163) harga dalam bauran pemasaran yang mempunyai kedudukan yang khusus. Dari definisi tersebut bahwa harga yang telah dibayarkan oleh pelanggan sudah mencakup produk dan barang dan layanan yang diberikan oleh perusahaan. Tujuan perusahaan dalam menentukan harga didasarkan oleh mencapai keuntungan maksimal, meningkatkan volume penjualan, mempertahankan pasar dan stabilitas harga.

Harga dapat menunjukan kualitas dari produk atau jasa dimana menurut pelanggan beranggapan harga yang mahal akan memiliki kualitas yang sesuai. Pelanggan memiliki hubungan yang positif terhadap harga dan kualitas produk atau jasa, sebab pelanggan akan membandingkan antara pemberi jasa yang satu dengan pemberi jasa yang lainnya, kemudian pelanggan dapat mengambil keputusan untuk membeli produk dan jasa tersebut.

Hal ini berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Wijayanti, I. W. dan Wahyono (2015) membuktikan bahwa Harga berpengaruh positif signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan melalui Kepuasan Pelanggan.

SIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan terhadap Globalart San Diego Surabaya maka dapat diambil suatu kesimpulan sebagai berikut: (1) Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan dengan arah positif terhadap Kepuasan Pelanggan. Semakin tinggi penetapan Kualitas Pelayanan yang diberikan oleh Globalart San Diego Surabaya akan membuat pelanggan semakin loyal. (2) Harga berpengaruh signifikan dengan arah positif terhadap Kepuasan Pelanggan. Dengan harga yang tinggi namun mendapatkan pelayanan yang prima dapat meningkatkan kepuasan pelanggan serta semangat belajar siswa dari Globalart San Diego. (3) Kepuasan Pelanggan berpengaruh signifikan dengan arah positif terhadap Loyalitas Pelanggan. Hal ini mencerminkan kepuasan pelanggan menjadi hal penting, semakin membuat siswa puas dan nyaman untuk belajar, mengarahkan dengan jelas dan

karyawan mempunyai sikap yang baik, maka siswa akan semakin meningkatkan Loyalitas pelanggan untuk menjadi pelanggan Globalart San Diego Surabaya. (4) Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan dengan arah positif terhadap Loyalitas Pelanggan tidak memediasi dengan Kepuasan pelanggan di Globalart San Diego Surabaya, dengan kata lain Kepuasan pelanggan tidak memediasi Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan. (5) Harga berpengaruh signifikan dengan arah positif terhadap Loyalitas Pelanggan tidak memediasi Kepuasan Pelanggan di Globalart San Diego Surabaya, dengan kata lain Kepuasan Pelanggan tidak memediasi Harga terhadap Loyalitas Pelanggan.

Keterbatasan

Penelitian ini telah dilaksanakan dan diusahakan sesuai dengan prosedur ilmiah, namun adanya keterbatasan yaitu: (1) Faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian dalam penelitian ini hanya terdiri 4 variabel: Kualitas Pelayanan, Harga, Kepuasan Pelanggan, dan Loyalitas Pelanggan sedangkan ada faktor lain yang mampu mempengaruhi Loyalitas Pelanggan. (2) Penelitian ini fokus pada Globalart yang bertempat di Kompleks Ruko San Diego MR2-20 (103) Pakuwon City, Surabaya berdasarkan kriteria sebagai sampel penelitian.

Saran

Kualitas Pelayanan dan Harga, berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan Globalart San Diego Surabaya. Maka Globalart San Diego Surabaya akan meningkatkan Kualitas Pelayanan yang prima dan meningkatkan semangat belajar pelanggan agar membuat siswa semakin nyaman untuk belajar di Globalart San Diego Surabaya.

Globalart San Diego Surabaya sangatlah penting untuk membangun Kualitas Pelayanan dan Harga dimata Pelanggan. Selanjutnya hal tersebut akan meningkatkan Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Pelanggan untuk memilih Globalart di Surabaya, sehingga Globalart San Diego Surabaya akan mampu bersaing dengan bimbingan belajar seni yang sejenis.

Manajemen Globalart San Diego diharapkan dapat meningkatkan dan mempertahankan kepuasan pelanggan dengan lebih memperhatikan sarana atau prasarana yang diinginkan pelanggan, agar dapat meningkatkan Kepuasan yang positif dan pada akhirnya akan tercipta Loyalitas di benak pelanggan.

DAFTAR PUSTAKA

- Bulan, T. P. 2016. Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Loyalitas Konsumen pada PT Tiki Jalur Nugraha Ekakurir Agen Kota Langsa. *Jurnal Manajemen dan Keuangan* 5 (2): 2252-8444.
- Ghozali, I. 2018. Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25 Update PLS.
- Harianto, D. 2013. Analisis Pengaruh Kualitas Layanan, Brand Image dan Atmosfer Terhadap Loyalitas Konsumen dengan Kepuasan Konsumen sebagai Variabel Intervening Konsumen Kedai Dieja-vu Surabaya. *Jurnal Manajemen Pemasaran. Universitas Kristen Petra Surabaya* 1 (1):1-8
- Hurriyanti, R. 2015. *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*. Alfabetha. Bandung.
- Iftibar, R. dan M. Lestariningsih. 2020. Pengaruh Promosi, Harga, dan Citra Perusahaan Terhadap Kepuasan Pelanggan Gojek Pada Mahasiswa STIESIA Surabaya. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen Volume 9 No. 4*, 2461-0593.
- Keller, P. 2012. *Indikator Kualitas Pelayanan. Jilid 2*. Erlangga. Jakarta.
- Lupiyoadi, R. dan Hamdani. 2009. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Salemba Empat. Jakarta.
- Margaretha, M. 2004. Loyalitas Pelanggan studi pada Divisi Asuransi Kumpulan AJB Bumi Putra 1912. *Jurnal Sains Pemasaran Indonesia Vol 3 No. 2*, 289-308.
- Margono. 2004. *Metode Penelitian Pendidikan*. Rineka Cipta. Jakarta.

- McIlroy dan Barnet. 2000. *Business. 4 Edition*. Prentice Hall. New York.
- Oliver, R. 1993. A Conceptual Model of Service Quality and Service Satisfaction: Compatible Goal, Different Concept. *Journal Advance in Service Marketing and Management Vol, 2*, 65-68.
- Sugiyono. 2018. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta. Bandung.
- Taufiq, M. A. 2005. *Dinamika Pemasaran*. PT Raja Grafindo Persada. Jakarta.
- Tauchid. 2004. *Pendidikan*. Majelis Luhur Persatuan Tamansiswa. Yogyakarta.
- Wijayanti, I. W., dan Wahyono. 2015. Pengaruh Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga, dan Nilai Pelanggan Terhadap Loyalitas Konsumen Melalui Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening. *Journal Manajemen Analysis 4 (1)*, 2252-6552.