

Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Loyalitas Konsumen dengan Variabel Intervening Kepuasan Konsumen di Pizza Hut Kota Pamekasan

Aldila Septiana*¹, Aulia Dawam², dan Manah Tarman³

^{1,2,3}STKIP PGRI Bangkalan
Bangkalan, Indonesia

e-mail: aldila.septiana@stkipgri-bkl.ac.id *¹, dawam@stkipgri-bkl.ac.id²,
tanmanah@stkipgri-bkl.ac.id³

Abstrak

Riwayat Artikel
Tanggal diajukan:
3 Februari 2023

Tanggal diterima:
7 April 2023

Tanggal
dipublikasikan:
30 Juni 2023

Dengan merambahnya usaha Pizza Hut di kota-kota besar, mencoba untuk melebarkan jaring bisnis usahanya. Salah satunya adalah dengan membuka cabang di Kota Pamekasan dengan lingkup kabupaten, yang menasar masyarakat ekonomi menengah ke bawah. Tujuan penelitian ini adalah untuk melihat dan menganalisis pengaruh harga, kualitas pelayanan, serta suasana berpengaruh secara simultan terhadap loyalitas konsumen dengan variabel intervening kepuasan konsumen di Pizza Hut Kota Pamekasan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh signifikan variabel harga, kualitas pelayanan, serta suasana terhadap loyalitas melalui kepuasan konsumen. Hal ini terlihat dari hasil uji F pada variabel harga, kualitas pelayanan, serta suasana terhadap loyalitas melalui kepuasan konsumen diperoleh F tabel sebesar $4,18 < F$ hitung sebesar 12,947, sehingga H_0 ditolak dan H_a diterima. Secara khusus harga juga menyesuaikan dengan daya beli masyarakat yang tergolong di tingkat kabupaten. Untuk kualitas pelayanan yang diberikan oleh Pizza Hut Kota Pamekasan sudah dapat dikatakan baik, namun harus juga memperhatikan kearifan lokal dan berdiri secara berkesinambungan (merekrut SDM lokal di Kabupaten Pamekasan).

Kata Kunci: Harga; Kualitas Layanan; Suasana; Kepuasan Konsumen; dan Loyalitas Konsumen.

Abstract

With the expansion of the Pizza Hut business in big cities, it tries to expand its business network. One way is to open a branch in Pamekasan City with district scope, which targets the middle to lower economic community. The purpose of this study was to see and analyze the effect of price, service quality, and atmosphere simultaneously influencing consumer loyalty with the intervening variable of customer satisfaction at Pizza Hut, Pamekasan City. The results showed that there was a significant influence of price, service quality, and atmosphere variables on loyalty through customer satisfaction. This can be seen from the results of the F test on the variables of price, service quality, and atmosphere on loyalty through customer satisfaction, it is obtained an F table of $4.18 < F$ count of 12.947, so H_0 is rejected and H_a is accepted. In particular, the price also adjusts to the purchasing power of the people belonging to the district level. The quality of service provided by Pizza Hut in Pamekasan City can be said to be good, but it must also pay attention to local wisdom and be sustainable (recruiting local human resources in Pamekasan Regency).

Keywords: Price, Service Quality, Atmosphere, Consumer Satisfaction, and Consumer Loyalty

Pengutipan:
Aldila, S.,
Dawam, A., &
Tarman, M.
(2023). Analisis
Faktor-faktor
yang
Mempengaruhi
Loyalitas
Konsumen
dengan Variabel
Intervening
Kepuasan
Konsumen
di Pizza Hut Kota
Pamekasan.
*Jurnal Pendidikan
Ekonomi
Undiksha*, 15(1),
92-102
[https://doi.org/
10.23887/jjpe.v15
i1.66016](https://doi.org/10.23887/jjpe.v15i1.66016)

PENDAHULUAN

Pizza Hut adalah rantai restoran Amerika dan waralaba internasional yang didirikan pada 1958 di Wichita, Kansas oleh Dan dan Frank Carney. Perusahaan ini dikenal dengan menu masakan Italia-Amerika, termasuk pizza dan pasta, serta lauk dan makanan penutup. Pizza Hut memiliki 18.703 restoran di seluruh dunia pada 31 Desember 2019, menjadikannya rantai pizza terbesar di dunia dalam hal lokasi. Ini adalah anak perusahaan dari Yum! Brands, Inc., salah satu perusahaan restoran terbesar di dunia.

Pizza Hut dibagi menjadi beberapa format restoran yang berbeda, yaitu antara lain: lokasi makan malam bergaya keluarga asli, lokasi pengiriman dan pelaksanaan toko, serta lokasi hibrid yang memiliki opsi pelaksanaan, pengiriman, dan makan malam. Beberapa lokasi Pizza Hut berukuran penuh memiliki prasmanan makan siang, dengan pizza “sepuasnya”, salad, makanan penutup, roti, dan bilah pasta. Pizza Hut memiliki konsep bisnis lain yang tidak tergantung pada jenis toko.

Pada 1975, Pizza Hut mulai menguji konsep dengan *Applegate's Landing*. Restoran-restoran ini memiliki eksterior yang tampak seperti rumah-rumah gaya kolonial dan memiliki interior eklektik yang menampilkan sebuah truk dengan *salad bar* di tempat tidur. Rantai menawarkan banyak dari tarif Italia-Amerika yang sama, seperti pizza dan hidangan pasta dengan beberapa tambahan seperti hamburger dan puding roti. *Applegate's Landing* mati pada pertengahan 1980-an tanpa alasan untuk satu lokasi di McPherson, Kansas yang ditutup pada musim gugur 1995. Lokasi itu sekarang adalah kantor dokter gigi.

Konsep kelas atas diluncurkan pada 2004, yang disebut Pizza Hut Italian Bistro. Di 50 lokasi A.S., Bistro mirip dengan Pizza Hut tradisional, kecuali bahwa menu ini menyajikan hidangan baru bertema Italia seperti pasta penne, pomodoro ayam, dan sandwich panggang. Alih-alih hitam, putih, dan merah, lokasi Bistro menampilkan motif merah anggur dan coklat. Pada pertengahan 1980-an, perusahaan pindah ke format lain, termasuk pengiriman atau

pengiriman dan model “Express” makanan cepat saji.

PT Sarimelati Kencana Tbk atau yang lebih dikenal dengan Pizza Hut Indonesia merupakan perusahaan publik yang bergerak dalam bidang ritel makanan cepat saji dan bermarkas di Jakarta, Indonesia. Perusahaan ini didirikan pada 16 Desember 1987. Perusahaan ini merupakan pemegang hak waralaba tunggal Pizza Hut di Indonesia. Pada 2004, perusahaan ini diakuisisi oleh PT Sriboga Raturaya, salah satu produsen tepung terigu di Indonesia.

Pizza Hut membuka restoran pertamanya di Indonesia pada 1984 di Gedung Djakarta Theatre, daerah Thamrin, Jakarta Pusat. Pada 2000, restoran Pizza Hut pertama ini dipindahkan ke Gedung Menara Cakrawala di area yang sama, hingga sekarang. Hingga saat ini, Pizza Hut memiliki lebih dari 200 restoran yang tersebar di 22 propinsi di Indonesia.

Perusahaan ini mengelola merek Pizza Hut di Indonesia berdasarkan kerjasama waralaba dengan Yumi Asia Franchise (bagian dari Yumi Brands) yang merupakan grup pemilik waralaba sejumlah merek terkemuka, seperti KFC dan Taco Bell. Pada 2007, PT Sarimelati Kencana memutuskan untuk melakukan perluasan bidang usahanya yaitu mengeluarkan **PHD (Pizza Hut Delivery)**. *Pizza Hut Delivery* pertama kali didirikan pada Oktober 2007 di Kelapa Gading, Jakarta Utara dengan pelayanan pada pesan antar (*delivery*) dan pesan bawa (*take away*). Dua jenis pelayanan yang diberikan oleh PHD ini, membuat gerai PHD hanya memerlukan tempat untuk membuat produk (*kitchen*) dan *counter* hanya untuk melayani pesan bawa. Pada 23 Mei 2018, perusahaan ini mencatatkan saham perdananya di Bursa Efek Indonesia.

Dengan merambahnya usaha Pizza Hut di kota-kota besar, mencoba untuk melebarkan jaring bisnis usahanya. Salah satunya adalah dengan membuka cabang di Kota Pamekasan dengan lingkup kabupaten, yang menysasar masyarakat ekonomi menengah ke bawah. Dari empat

kecamatan yang ada di Pulau Madura, yaitu antara lain: Kabupaten Bangkalan, Sampang, Pamekasan, serta Sumenep. Berdasarkan pertimbangan jarak dari Kota Surabaya sekitar 123,8 KM (76,65 Mil) dengan jarak tempuh 3 Jam 18 Menit. Pertimbangan ini dapat diperkirakan mampu menjangkau konsumen Pizza Hut di Kabupaten Sampang dan Sumenep, yang cukup jauh dengan Kota Surabaya. Pizza Hut di Kota Pamekasan resmi dibuka pada 11 Desember 2022 yang berlokasi di jantung kota Monumen Arek Lancor Pamekasan.

Hipotesis Penelitian

Berdasarkan uraian rumusan masalah di atas, maka dapat dirumuskan hipotesis penelitian, yaitu antara lain:

- H1: Terdapat pengaruh harga terhadap kepuasan konsumen di Pizza Hut Kota Pamekasan.
- H2: Terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen di Pizza Hut Kota Pamekasan.
- H3: Terdapat pengaruh suasana terhadap kepuasan konsumen di Pizza Hut Kota Pamekasan.
- H4: Terdapat pengaruh kepuasan konsumen terhadap loyalitas konsumen di Pizza Hut Kota Pamekasan.
- H5: Terdapat pengaruh harga terhadap loyalitas konsumen di Pizza Hut Kota Pamekasan.
- H6: Terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas konsumen di Pizza Hut Kota Pamekasan.
- H7: Terdapat pengaruh suasana terhadap loyalitas konsumen di Pizza Hut Kota Pamekasan.
- H8: Terdapat pengaruh harga, kualitas pelayanan, serta suasana secara simultan terhadap loyalitas konsumen dengan variabel intervening kepuasan konsumen di Pizza Hut Kota Pamekasan.

METODE

Jenis penelitian ini menggunakan jenis penelitian kuantitatif. Menurut Sugiyono (2014) menjelaskan bahwa

penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti populasi maupun suatu sampel tertentu. Sumber pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan instrumen penelitian data sekunder. Analisa data bersifat statistik, dengan tujuan menguji hipotesis yang ada.

Penelitian ini termasuk ke dalam penelitian asosiatif. Penelitian asosiatif adalah penelitian yang mencari hubungan atau pengaruh variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y) dan variabel intervening yang disebut penyela atau yang terletak di antara variabel bebas dan terikat (Z). Dalam penelitian ini yang dimaksud variabel bebas (X) adalah harga (X1), kualitas pelayanan (X2), dan suasana (X3). Untuk variabel terikat (Y) adalah loyalitas konsumen, sedangkan variabel intervening (Z) adalah kepuasan konsumen. Dapat terlihat dari Gambar 1. Kerangka Konseptual bahwa terdapat tiga variabel bebas, satu variabel intervening, serta satu variabel terikat.

Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah semua konsumen yang membeli produk dari Pizza Hut Kota Pamekasan. Untuk pengambilan sampel menggunakan metode *convenience sampling*. Secara umum digunakan pada situasi yang tidak memungkinkan menggunakan metode penarikan sampel dengan cara lain. Menurut Sugiyono (2015) menjelaskan bahwa *convenience sampling* merupakan metode penentuan sampel dengan memilih sampel secara bebas kehendak peneliti. Metode pengambilan sampel ini dipilih untuk memudahkan pelaksanaan riset dengan alasan responden yang digunakan. Oleh karena itu, sampel dalam penelitian adalah konsumen Pizza Hut Kota Pamekasan yang berkunjung pada Hari Sabtu (10.00 WIB s.d 19.00 WIB).

Instrumen yang digunakan dalam penelitian ini adalah penyebaran angket atau kuesioner yang diberikan kepada sampel penelitian. Untuk teknik pengumpulan data yang dilakukan di dalam penelitian ini, yaitu antara lain: observasi, angket, serta dokumentasi.

Terdapat beberapa tehnik analisis data yang digunakan oleh tim peneliti dalam penelitian ini, yaitu antara lain:

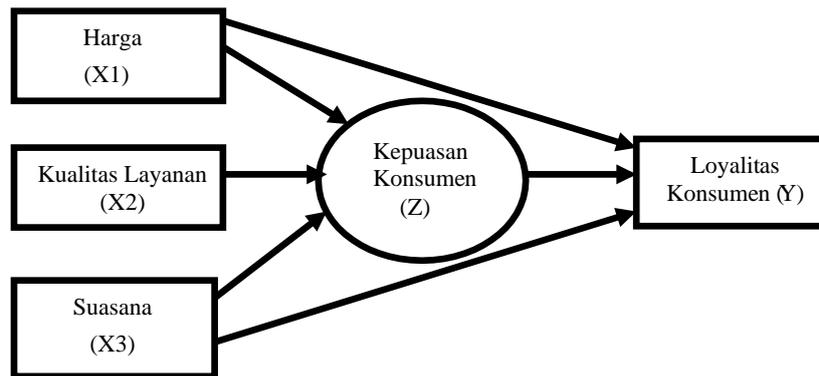
1. Uji validitas dan reliabilitas;
2. Uji normalitas;

3. Uji koefisien determinasi (R^2);
4. Uji F dan T; serta
5. Uji regresi linier berganda.

Tabel 1. Definisi Operasional

No.	Variabel Penelitian	Definisi Variabel	Indikator
1	Harga (X1)	Jumlah uang yang harus dibayar pelanggan untuk produk yang akan dibeli.	Kotler dan Armstrong (2012:314) menjelaskan bahwa terdapat 4 indikator harga, yaitu antara lain: 1. Keterjangkauan harga; 2. kesesuaian harga dengan kualitas produk; 3. Daya saing harga; serta 4. Kesesuaian harga dengan manfaat.
2	Kualitas Pelayanan (X2)	Upaya penyampaian jasa untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan, serta ketetapan penyampaian untuk mengimbangi harapan pelanggan.	Harfika dan Abdullah (2017:48) menjelaskan bahwa terdapat 5 indikator kualitas pelayanan, yaitu antara lain: 1. <i>Tangible</i> (bukti fisik); 2. <i>Reabiliti</i> (keadaan); 3. <i>Responsiviness</i> (daya tanggap); 4. <i>Assurance</i> (Jaminan); serta 5. <i>Empaty</i> (empati).
3	Suasana (X3)	Perasaan hati yang telah di set dalam sebuah restoran. Secara signifikan suasana yang suram dapat menambah atau mengurangi kenikmatan makanan dari pengalaman makan.	Levy dan Weitz, dkk (2015:37) menjelaskan bahwa terdapat 5 indikator suasana, yaitu antara lain: 1. Pencahayaan; 2. Tata letak barang; 3. Suhu di dalam ruangan; 4. Fasilitas; serta 5. Desain dan warna bangunan.
4	Loyalitas Konsumen (Y)	Komitmen konsumen bertahan secara mendalam untuk berlangganan kembali atau melakukan pembelian ulang.	Tjiptono (2011) (dalam Dobby, 2017:353) menjelaskan bahwa terdapat 3 indikator loyalitas konsumen, yaitu antara lain: 1. Melakukan pembelian ulang; 2. Merekomendasikan ke pihak lain; 3. Tidak berminat untuk berpindah; serta 4. Membicarakan hal-hal positif.
5	Kepuasan Konsumen (Z)	Perasaan senang atau kecewa seorang konsumen yang muncul setelah membandingkan antara hasil produk yang diperkirakan terhadap hasil yang diharapkan.	Tjiptono (2009:92) menjelaskan bahwa terdapat 3 indikator kepuasan konsumen, yaitu antara lain: 1. Kesesuaian harapan; 2. Minat berkunjung kembali; serta 3. Ketersediaan merekomendasikan.

Sumber: Diolah oleh Tim Peneliti, 2023



Gambar 1. Kerangka Konseptual

Tabel 2. Rekapitulasi Hasil Analisis Data

Uji Hipotesis	Koefisien Regresi	T/F Hitung	Sig	Kesimpulan
X1 – Z	-0,019	-0,174	0,863	Ho diterima, dan Ha ditolak
X2 – Z	0,468	4,341	0,000	Ho ditolak, dan Ha diterima
X3 – Z	0,078	-0,689	0,494	Ho diterima, dan Ha ditolak
Z – Y	0,613	4,774	0,000	Ho ditolak, dan Ha diterima
X1 – Y	0,257	2,066	0,044	Ho diterima, dan Ha ditolak
X2 – Y	0,350	3,025	0,004	Ho ditolak, dan Ha diterima
X3 – Y	0,109	0,820	0,417	Ho diterima, dan Ha ditolak
X1.X2.X3 – Z – Y	55,175	12,947	0,000	Ho ditolak, dan Ha diterima

HASIL DAN PEMBAHASAN

Dalam menyajikan data penelitian yang berkenaan dengan analisis faktor-faktor yang mempengaruhi loyalitas konsumen dengan variabel intervening kepuasan konsumen di Pizza Hut Kota Pamekasan dalam penelitian ini yaitu meliputi usia, jenis kelamin, serta responden di Pizza Hut Kota Pamekasan sudah terpenuhi, Tetapi, juga harus memperhatikan distribusi frekuensi dalam setiap variabel.

Sampel dalam penelitian ini berjumlah 50 orang yang dilakukan dengan cara menyebarkan angket atau kuesioner, untuk memperoleh data primer ataupun informasi yang berhubungan dan berkaitan dengan permasalahan yang diteliti. Sesuai dengan Tabel 4. Tingkat Sebaran Angket dapat terlihat bahwa angket yang didistribusikan oleh tim peneliti sebanyak 50 sampel atau 100% angket. Untuk angket dengan jawaban tidak lengkap dapat dinyatakan tidak ada atau 0% angket. Sedangkan, untuk angket yang dapat diolah sebanyak 50 sampel atau 100% angket.

Tabel 3. Tingkat Sebaran Angket

Angket yang Didistribusikan	50	100%
Angket Tidak Lengkap	-	0%
Angket yang Diolah	50	100%

Sumber: Diolah oleh Tim Peneliti, 2023

Berdasarkan Tabel 5. Sebaran Usia Responden dapat terlihat bahwa usia responden yang berkisar 11-20 Tahun sebanyak 7 responden atau 14%, usia 21-30 Tahun sebanyak 23 responden atau 46%, usia 31-40 Tahun sebanyak 12 responden atau 24%, serta usia 41-50 Tahun sebanyak 8 responden atau 16%.

Tabel 4. Sebaran Usia Responden

No.	Usia	Sebaran	%
1	11-20 Tahun	7	14%
2	21-30 Tahun	23	46%
3	31-40 Tahun	12	24%
4	41-50 Tahun	8	16%

Sumber: Diolah oleh Tim Peneliti, 2023

Tabel 5. Sebaran Jenis Kelamin Responden

No.	Jenis Kelamin	Sebaran	%
1	Laki-laki	21	42%
2	Perempuan	29	58%

Sumber: Diolah oleh Tim Peneliti, 2023

Berdasarkan Tabel 6. Sebaran Jenis Kelamin Responden dapat terlihat bahwa jenis kelamin laki-laki sebanyak 21 responden atau 42%. Sedangkan, untuk jenis kelamin perempuan sebanyak 29 atau 58%.

Pengaruh Harga (X1) terhadap Kepuasan Konsumen (Z) Di Pizza Hut Kota Pamekasan

Diketahui bahwa tidak terdapat pengaruh signifikan harga terhadap kepuasan konsumen. Hal ini terlihat dari hasil uji T pada variabel harga diperoleh t hitung sebesar $-0,174 < t$ tabel sebesar 2,014 dengan nilai signifikansi sebesar $0,863 > 0,050$. Sehingga H_0 diterima dan H_a ditolak, maka dapat diartikan bahwa tidak terdapat pengaruh harga terhadap kepuasan konsumen.

Harga merupakan jumlah uang yang harus dibayar pelanggan untuk produk yang akan dibeli. Harga adalah unsur bauran pemasaran yang paling mudah disesuaikan dan membutuhkan waktu yang relatif singkat, sedangkan ciri-ciri produk, saluran distribusi, bahkan promosi membutuhkan lebih banyak waktu (Septiana dan Jumiaty, 2021). Dapat disimpulkan bahwa harga tidak berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Artinya semakin wajar harga makanan (Pizza Hut) yang ditetapkan oleh Pizza Hut Kota Pamekasan, tidak akan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Hasil penelitian ini bertolak belakang dengan hasil penelitian Napitupulu (2019) yang menyatakan bahwa harga dan kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan pelanggan pada PT. Ramayana Lestari Sentosa. Sejalan dengan Napitupulu (2019), hasil penelitian Ariyanti, dkk (2022) menyatakan bahwa harga dan lokasi berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan pelanggan BUMDes Amarta pada Usaha Batik Tulis.

Pengaruh Kualitas Pelayanan (X2) terhadap Kepuasan Konsumen (Z) Di Pizza Hut Kota Pamekasan

Diketahui bahwa terdapat pengaruh signifikan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen. Hal ini terlihat dari hasil uji T pada variabel kualitas pelayanan diperoleh t hitung sebesar $4,341 > t$ tabel sebesar 2,014 dengan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,050$. Sehingga H_0 ditolak dan H_a diterima, maka dapat diartikan bahwa terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen.

Menurut Kotler dan Armstrong, (2012:681) menjelaskan bahwa kualitas pelayanan merupakan keseluruhan dari keistimewaan dan karakteristik dari produk atau jasa yang menunjang kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan secara langsung maupun tidak langsung. Produk jasa yang berkualitas mempunyai peranan penting untuk membentuk kepuasan pelanggan. Semakin berkualitas produk dan jasa yang diberikan, maka kepuasan yang dirasakan oleh pelanggan semakin tinggi. Bila kepuasan pelanggan semakin tinggi, maka dapat menimbulkan keuntungan bagi badan usaha tersebut. Salah satu cara utama mempertahankan sebuah perusahaan jasa adalah memberikan jasa dengan kualitas pelayanan yang lebih tinggi dari pesaing secara konsisten dan memenuhi harapan pelanggan.

Dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen. Artinya semakin baik kualitas pelayanan di Pizza Hut Kota Pamekasan, akan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Hal ini sejalan dengan hasil penelitian Sari (2022) yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini juga sejalan dengan hasil penelitian Wijaya (2020) yang menyatakan bahwa terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan.

Pengaruh Suasana (X3) terhadap Kepuasan Konsumen (Z) Di Pizza Hut Kota Pamekasan

Diketahui bahwa tidak terdapat pengaruh signifikan suasana terhadap

kepuasan konsumen. Hal ini terlihat dari hasil uji T pada variabel suasana, diperoleh t hitung sebesar $-0,689 < t$ tabel sebesar $2,014$ dengan nilai signifikansi sebesar $0,494 > 0,050$. Sehingga H_0 diterima dan H_a ditolak, maka dapat diartikan bahwa tidak terdapat pengaruh suasana terhadap kepuasan konsumen.

Atmosfer (suasana) adalah suasana terencana yang sesuai dengan pasar sasaran dan dapat menarik konsumen untuk membeli. Atmosfer dalam sebuah restoran dapat mempengaruhi emosi dan perasaan konsumen, sehingga dapat terjadi proses pembelian. Suasana restoran yang tercipta melalui keberadaan di luar dan di dalam, suara atau gemuruh, musik, penerangan lainnya pada akhirnya dapat membentuk perasaan nyaman atau kecewa yang dapat dirasakan oleh konsumen. Dapat disimpulkan bahwa suasana tidak berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Artinya semakin nyaman suasana di Pizza Hut Kota Pamekasan, tidak akan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Untuk variabel suasana, mengharuskan memiliki keunikan dan estetik dapat membuat orang-orang nyaman dalam menikmati hidangan atau menu yang disajikan. Pada akhirnya konsumen dapat berkunjung kembali dan melakukan pembelian ulang. Hasil penelitian ini bertolak belakang dengan penelitian Sholihah (2020) yang menyatakan bahwa suasana cafe dan kualitas layanan secara parsial maupun simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen di Merdeka Cafe Nganjuk. Selanjutnya, hasil penelitian Suryandriyo (2018) menyatakan bahwa hubungan kualitas suasana dengan kepuasan positif. Artinya semakin baik kualitas suasana maka akan meningkatkan kepuasan. Penelitian Suryandriyo (2018) dilakukan di Daerah Istimewa Yogyakarta.

Pengaruh Kepuasan Konsumen (Z) terhadap Loyalitas Konsumen (Y) di Pizza Hut Kota Pamekasan

Diketahui bahwa terdapat pengaruh signifikan kepuasan konsumen terhadap loyalitas konsumen. Hal ini terlihat dari hasil uji T pada variabel kepuasan konsumen diperoleh nilai t hitung sebesar $4,774 > t$ tabel sebesar $2,014$ dengan nilai signifikansi

sebesar $0,000 < 0,050$. Sehingga H_0 ditolak dan H_a diterima, maka dapat diartikan bahwa terdapat pengaruh kepuasan konsumen terhadap loyalitas konsumen.

Kotler dan Keller (2012:90) menjelaskan bahwa kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara kinerja (hasil) yang diharapkan. Jika apa yang diberikan para perusahaan jasa (kualitas pelayanan) memenuhi keinginan konsumen, maka konsumen akan merasa puas. Hal ini juga berlaku sebaliknya, apabila keinginan konsumen tidak seperti apa yang perusahaan jasa (kualitas pelayanan) diinginkan, maka konsumen akan kecewa atau tidak puas dengan pelayanannya.

Dapat disimpulkan bahwa kepuasan konsumen berpengaruh secara positif terhadap loyalitas konsumen. Artinya mayoritas konsumen Pizza Hut Kota Pamekasan merasa puas dengan kualitas pelayanan yang diberikan. Hal ini juga menandakan adanya kepuasan konsumen sangat berpengaruh terhadap loyalitas konsumen untuk melakukan kunjungan kembali ke Pizza Hut Kota Pamekasan. Hasil penelitian ini juga sejalan dengan penelitian Supertini (2020) yang menyatakan bahwa kepercayaan dan kepuasan pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada pusaka kebaya di Singaraja. Selanjutnya, hasil penelitian Norhermaya (2016) juga menyebutkan bahwa kepuasan pelanggan terhadap kepercayaan dan loyalitas pelanggan juga berpengaruh secara positif studi pada *online store lazada.co.id*.

Pengaruh Harga (X1) terhadap Loyalitas Konsumen (Y) di Pizza Hut Kota Pamekasan

Diketahui bahwa tidak terdapat pengaruh signifikan harga terhadap loyalitas konsumen. Hal ini terlihat dari hasil uji T pada variabel harga diperoleh t hitung sebesar $2,066 > t$ tabel sebesar $2,014$ dengan nilai signifikansi sebesar $0,044 < 0,050$. Sehingga H_0 diterima dan H_a ditolak, maka dapat diartikan bahwa tidak terdapat pengaruh harga terhadap loyalitas konsumen.

Ramli, dkk (2019:39) menjelaskan bahwa harga adalah sebagai nilai relatif dari produk atau jasa, serta bukan merupakan indikator pasti dalam menunjukkan besarnya sumber daya yang diperlukan dalam menghasilkan produk maupun jasa. Dalam referensi lain menjelaskan bahwa harga adalah jumlah uang yang harus dibayar pelanggan untuk produk yang akan dibeli. Dapat disimpulkan bahwa harga tidak berpengaruh terhadap loyalitas. Artinya semakin wajar harga makanan dan minuman yang dijual di Pizza Hut Kota Pamekasan (berdasarkan pada penetapan harga secara umum) tidak akan berpengaruh terhadap loyalitas konsumen. Hasil penelitian ini bertolak belakang dengan hasil penelitian Saputri (2019) yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan dan harga berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan GRAB Semarang. Selanjutnya, hasil penelitian Kuniarsih (2012) yang menyatakan bahwa pengaruh total harga terhadap loyalitas lebih kecil daripada pengaruh total kualitas pelayanan terhadap loyalitas studi pada Bengkel Ahass 0002-Astra Motor Siliwangi Semarang.

Pengaruh Kualitas Pelayanan (X2) Terhadap Loyalitas Konsumen (Y) Di Pizza Hut Kota Pamekasan

Diketahui bahwa terdapat pengaruh signifikan kualitas pelayanan terhadap loyalitas konsumen. Hal ini terlihat dari hasil uji T pada variabel kualitas pelayanan diperoleh t hitung sebesar $3,025 > t$ tabel sebesar $2,014$ dengan nilai signifikansi sebesar $0,004 < 0,050$. Sehingga H_0 ditolak dan H_a diterima, maka dapat diartikan bahwa terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas konsumen.

Kotler dan Armstrong (2012:681) menjelaskan bahwa kualitas pelayanan merupakan keseluruhan dari keistimewaan dan karakteristik dari produk atau jasa. Kualitas layanan juga akan menunjang kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan secara langsung maupun tidak langsung. Produk jasa yang berkualitas memiliki peranan penting untuk membentuk kepuasan kepada konsumen. Semakin berkualitas produk dan jasa yang diberikan, maka kepuasan yang dirasakan oleh konsumen juga akan semakin tinggi. Bila

kepuasan konsumen semakin tinggi, maka dapat menimbulkan keuntungan bagi sebuah perusahaan. Salah satu cara utama untuk mempertahankan sebuah perusahaan jasa adalah dengan memberikan jasa yang dilengkapi kualitas pelayanan yang lebih tinggi dari pesaing secara konsisten dan memenuhi harapan konsumen.

Dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh secara positif terhadap loyalitas konsumen. Artinya mayoritas konsumen di Pizza Hut Kota Pamekasan sangat memperhatikan kualitas pelayanan. Hal ini terlihat dari para karyawan sangat loyal dalam melayani konsumen. Pada akhirnya, jika konsumen merasa puas dengan pelayanan yang diberikan oleh Pizza Hut Kota Pamekasan, maka konsumen akan melakukan pembelian ulang. Hasil penelitian ini juga sejalan dengan penelitian Kuniarsih (2012) yang menyatakan bahwa pengaruh total harga terhadap loyalitas lebih kecil daripada pengaruh total kualitas pelayanan terhadap loyalitas studi pada Bengkel Ahass 0002-Astra Motor Siliwangi Semarang. Selanjutnya, hasil penelitian Norhermaya (2016) juga menyebutkan bahwa kepuasan pelanggan terhadap kepercayaan dan loyalitas pelanggan juga berpengaruh secara positif studi pada *online store* lazada.co.id.

Pengaruh Suasana (X3) terhadap Loyalitas Konsumen (Y) Di Pizza Hut Kota Pamekasan

Diketahui bahwa tidak terdapat pengaruh signifikan suasana terhadap loyalitas konsumen. Hal ini terlihat dari hasil uji T pada variabel suasana diperoleh t hitung sebesar $0,820 < t$ tabel sebesar $2,014$ dengan nilai signifikansi sebesar $0,417 < 0,050$. Sehingga H_0 diterima dan H_a ditolak, maka dapat diartikan bahwa tidak terdapat pengaruh suasana terhadap loyalitas konsumen.

Atmosfer (suasana) adalah suasana terencana yang sesuai dengan pasar sasaran dan dapat menarik konsumen untuk membeli. Atmosfer dalam sebuah restoran dapat mempengaruhi emosi dan perasaan konsumen, sehingga dapat terjadi proses pembelian. Suasana restoran yang tercipta melalui keberadaan di luar dan di dalam,

suara atau gemuruh, musik, penerangan lainnya pada akhirnya dapat membentuk perasaan nyaman atau kecewa yang dapat dirasakan oleh konsumen. Dapat disimpulkan bahwa suasana tidak berpengaruh terhadap loyalitas konsumen. Artinya suasana di Pizza Hut Kota Pamekasan sangatlah penting diperhatikan bagi sebuah lingkungan restoran dan lain sebagainya. Hal ini akan menstimulasi konsumen dalam menikmati hidangan atau menu yang tersedia, dan pada akhirnya konsumen akan berminat untuk berkunjung kembali. Hasil penelitian ini bertolak belakang dengan hasil penelitian Krisjayanti dan Hermani (2016) yang menyatakan bahwa variabel suasana toko dan kualitas pelayanan masing-masing memiliki pengaruh yang signifikan, kuat dan positif terhadap loyalitas pelanggan.

Pengaruh Harga (X1), Kualitas Pelayanan (X2), serta Suasana (X3) Secara Simultan terhadap Loyalitas Konsumen (Y) dengan Variabel Intervening Kepuasan Konsumen(Z) Di Pizza Hut Kota Pamekasan

Dapat diketahui bahwa terdapat pengaruh signifikan variabel harga, kualitas pelayanan, serta suasana terhadap loyalitas konsumen melalui kepuasan konsumen. Hal ini terlihat dari hasil uji F pada variabel harga, kualitas pelayanan, serta suasana terhadap loyalitas melalui kepuasan konsumen diperoleh F tabel sebesar $4,18 < F$ hitung sebesar $12,947$ dengan nilai signifikansi $0,000$. Maka signifikansi $0,000 < 0,05$ dan F hitung $> F$ tabel sebesar $2,80$. Sehingga H_0 ditolak dan H_a diterima, maka dapat diartikan bahwa terdapat pengaruh secara simultan antara variabel harga, kualitas pelayanan, serta suasana terhadap loyalitas melalui kepuasan konsumen.

Secara teoritis dapat dijelaskan bahwa harga merupakan jumlah uang yang harus dibayar pelanggan untuk produk yang akan dibeli. Kualitas pelayanan merupakan sebuah upaya penyampaian jasa untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan, serta ketetapan penyampaian untuk mengimbangi harapan pelanggan. Suasana adalah suatu perasaan hati yang telah di set dalam sebuah restoran. Loyalitas konsumen merupakan komitmen konsumen

bertahan secara mendalam untuk berlangganan kembali atau melakukan pembelian ulang. Sedangkan, kepuasan konsumen merupakan perasaan senang atau kecewa seorang konsumen yang muncul setelah membandingkan antara hasil produk yang diperkirakan terhadap hasil yang diharapkan.

Dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh signifikan variabel harga, kualitas pelayanan, serta suasana secara simultan terhadap loyalitas konsumen dengan variabel intervening kepuasan konsumen. Artinya harga yang ditetapkan, kualitas pelayanan dan suasana yang diberikan akan berpengaruh pada loyalitas konsumen melalui kepuasan konsumen setelah melakukan pembelian di Pizza Hut Kota Pamekasan. Hasil penelitian ini senada dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Santoso (2019) yang menyatakan bahwa terdapat pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan, dan harga terhadap kepuasan dan loyalitas konsumen (studi pada konsumen Geprek Bensu Rawamangun). Selain itu, hasil penelitian ini juga senada dengan hasil penelitian Khairusy (2021) yang menyatakan bahwa terdapat pengaruh harga terhadap kepuasan konsumen dengan kualitas pelayanan sebagai variabel moderating (Survei pada konsumen PT. Astra Internasional Daihatsu Sales Operation Cabang Pondok Pinang).

SIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil dan pembahasan yang telah disajikan di atas, maka dapat disimpulkan sebagai berikut: (1) tidak terdapat pengaruh signifikan harga terhadap kepuasan konsumen di Pizza Hut Kota Pamekasan. Hal ini terlihat dari hasil uji T pada variabel harga diperoleh t hitung sebesar $-0,174 < t$ tabel sebesar $2,014$, sehingga H_0 diterima dan H_a ditolak. (2) Terdapat pengaruh signifikan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen di Pizza Hut Kota Pamekasan. Hal ini terlihat dari hasil uji T pada variabel kualitas pelayanan diperoleh t hitung sebesar $4,341 > t$ tabel sebesar $2,014$, sehingga H_0 ditolak dan H_a diterima. (3) Tidak terdapat pengaruh signifikan suasana terhadap kepuasan konsumen di Pizza Hut Kota Pamekasan. Hal ini terlihat dari hasil uji T

pada variabel suasana, diperoleh t hitung sebesar $-0,689 < t$ tabel sebesar 2,014. Sehingga H_0 diterima dan H_a ditolak. (4) Terdapat pengaruh signifikan kepuasan konsumen terhadap loyalitas konsumen di Pizza Hut Kota Pamekasan. Hal ini terlihat dari hasil uji T pada variabel kepuasan konsumen diperoleh nilai t hitung sebesar $4,774 > t$ tabel sebesar 2,014, sehingga H_0 ditolak dan H_a diterima. (5) Tidak terdapat pengaruh signifikan harga terhadap loyalitas konsumen. Hal ini terlihat dari hasil uji T pada variabel harga diperoleh t hitung sebesar $2,066 > t$ tabel sebesar 2,014, sehingga H_0 diterima dan H_a ditolak. (6) Terdapat pengaruh signifikan kualitas pelayanan terhadap loyalitas konsumen. Hal ini terlihat dari hasil uji T pada variabel kualitas pelayanan diperoleh t hitung sebesar $3,025 > t$ tabel sebesar 2,014, sehingga H_0 ditolak dan H_a diterima. (7) Tidak terdapat pengaruh signifikan suasana terhadap loyalitas konsumen. Hal ini terlihat dari hasil uji T pada variabel suasana diperoleh t hitung sebesar $0,820 < t$ tabel sebesar 2,014, sehingga H_0 diterima dan H_a ditolak. Serta (8) Terdapat pengaruh signifikan variabel harga, kualitas pelayanan, serta suasana terhadap loyalitas melalui kepuasan konsumen. Hal ini terlihat dari hasil uji F pada variabel harga, kualitas pelayanan, serta suasana terhadap loyalitas melalui kepuasan konsumen diperoleh F tabel sebesar $4,18 < F$ hitung sebesar 12,947, sehingga H_0 ditolak dan H_a diterima.

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dipaparkan di atas, tim peneliti berusaha mengemukakan beberapa saran yang nantinya diharapkan dapat memberikan kontribusi yang positif terhadap perusahaan khususnya dalam bidang kuliner, yaitu antara lain:

Secara keseluruhan dari sisi harga yang ditetapkan di Pizza Hut Kota Pamekasan sudah berdasarkan ketetapan perusahaan. Namun, sebaiknya harga juga menyesuaikan dengan daya beli masyarakat yang tergolong di tingkat kabupaten. Sedangkan untuk kualitas pelayanan yang diberikan oleh Pizza Hut Kota Pamekasan sudah dapat dikatakan baik, namun harus juga memperhatikan kearifan lokal. Hal ini bertujuan agar kelangsungan usaha Pizza

Hut Pamekasan juga berdiri secara berkesinambungan (merekrut SDM lokal di Kabupaten Pamekasan). Dari sisi suasana lokal, sudah mampu memberikan kenyamanan walaupun tidak berpengaruh secara signifikan. Terakhir yang berkaitan dengan kepuasan konsumen dan loyalitas konsumen juga sangat bergantung pada harga dan kualitas dari produk dan jasa yang ditawarkan di Pizza Hut Kota Pamekasan.

DAFTAR PUSTAKA

- Ariyanti, Widyarningsih Putri., Hermawan, Haris., dan Izzudin, Ahmad. (2022). *PUBLIK: Jurnal Manajemen Sumber Daya Manusia, Adminsitrasi dan Pelayanan Publik IX*(1).
- Khairusy, Mirza Abdi. (2021). Pengaruh Harga terhadap Kepuasan Konsumen dengan Kualitas Pelayanan sebagai Variabel Moderating (Survei pada Konsumen PT. Astra Internasional Daihatsu Sales Operation Cabang Pondok Pinang). *Journal of Indonesian Public Administration and Governance Studies (JIPAGS)* 87(1).
- Krisjayanti, Monika., dan Hermani, Agus. (2016). Pengaruh Suasana Toko dan Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi Kasus pada Pelanggan ICOS Cafe). *Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Diponegoro*.
- Kurniasih, Indah Dwi. (2012). Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan melalui Variabel Kepuasan (Studi Pada Bengkel Ahass 0002-Astra Motor Siliwangi Semarang). *Jurnal Administrasi Bisnis I*(1).
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2009). *Manajemen Pemasaran, Edisi Milenium* diterjemahkan Benyamin Molan. Prenhallindo: Jakarta.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. (2013). *Manajemen Pemasaran*. Jilid Satu, Edisi Keduabelas. Cetakan Ketiga. Penerbit Indeks: Jakarta.
- Napitulu, Ferdinand. (2019). Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan pada PT. Ramayana Lestari Sentosa. *KINERJA: Journal FEB Unmul* 16(1).
- Norhermaya, Yashinta Asteria., dan Santoso, Harry. (2016). *Diponegoro Journal of Management* 5(3).
- Saputri, Rini Sugiarsih Duki. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Loyalitas Pelanggan Grab Semarang. *Program Studi Magister Ilmu Komunikasi Universitas Diponegoro Semarang*.
- Sari, N. L. P Dea Alvionita., dan Mayasari, N. M. Dwi Ariani. (2022). Pengaruh Harga dan

Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan Di Toko Grosir Tirta Yasa Kecamatan Banjar. *Jurnal Manajemen dan Bisnis* 4(1).

Septiana, Aldila. dan Jumiati, Siti. (2021). Strategi Pemasaran Tabungan Tarbiyah Dengan Akad *Mudharabah* (Studi Kasus Di BPRS SPM Cabang Bangkalan). *Jurnal Ilmu dan Pendidikan Ekonomi* 5(1).

Sholihah, Isna Aminatus. (2020). Pengaruh Suasana Cafe dan Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Konsumen Di Merdeka Cafe Nganjuk. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)* 8(1).

Supertini, N. P. S., Telagawathi, N. L. W. S., dan Yulianthini, N. N. (2020). Pengaruh Kepercayaan dan Kepuasan Pelanggan terhadap loyalitas Pelanggan pada Pusaka Kebaya Di Singaraja. *Jurnal Manajemen dan Bisnis* 2(1).

Suryandriyo, Baskoro. (2018). Hubungan Kualitas Makanan, Kualitas Pelayanan, Suasana dan Harga terhadap Kepuasan Pelanggan Restoran . *Jurnal Universitas Islam Indonesia*.

Wijaya, Alfi Sukma. (2020). Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan melalui Kepuasan Pelanggan pada Counter HP "Jati Bird" Semarang. Udinus Repo.