

Analisis Dampak Dan Pengaruh Service Excellence Terhadap Loyalitas Dan Kepuasan Pelanggan

Desi Melyanti br.Tarigan¹, Regina Emeninta br.Tarigan², Sindi br.Sembiring³
Zulkarnainsiregar⁴, Imamulkhaira⁵

Universitas Negeri Medan, Medan, Indonesia

desymelyanti07@gmail.com¹, reginaetarigan@gmail.com², sindisembiring29@gmail.com³

Zulkarnainsiregar@unimed.ac.id⁴, imamulkhaira@unimed.ac.id⁵

Informasi Artikel	Abstract
E-ISSN : 3026-6874 Vol: 2 No: 6 Juni 2024 Halaman : 519-521	<i>The aim of this research is to analyze the impact and influence of service excellence on customer loyalty and satisfaction. Quality Service Excellence can create satisfaction and can create customer loyalty without going through customer satisfaction. The concept of excellent service can be applied to various organizations, agencies, governments, or business companies. Indicators of satisfaction include: (1) Satisfaction with employee performance (2) Satisfaction with physical facilities (3) Convenience (4) Feelings of satisfaction with using the service. Oliver (2007) defines satisfaction as customer response, namely an assessment of the features of a product or service, even the product or service itself, which provides a level of pleasure in consuming related to meeting needs. Efforts to make loyal customers cannot be done directly, but through several stages, starting from looking for potential customers to getting partners.</i>
Keywords: <i>Impact Influence of Service Excellence Loyalty Customer Satisfaction</i>	

Abstrak

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis dampak dan pengaruh service excellence terhadap loyalitas dan kepuasan pelanggan. Pelayanan Prima (Service Excellence) yang berkualitas dapat menciptakan kepuasan dan dapat menciptakan Loyalitas pelanggan tanpa melalui kepuasan pelanggan. Konsep pelayanan prima dapat diterapkan pada berbagai organisasi, instansi, pemerintah, ataupun perusahaan bisnis. Indikator dari kepuasan adalah meliputi: (1) Kepuasan terhadap kinerja karyawan (2) Kepuasan fasilitas fisik (3) Kemudahan (4) Perasaan puas menggunakan jasa. Oliver (2007) mendefinisikan kepuasan sebagai tanggapan pelanggan, yaitu penilaian atas fitur-fitur suatu produk atau jasa, bahkan produk atau jasa itu sendiri, yang memberikan tingkat kesenangan dalam mengkonsumsi yang berhubungan dengan pemenuhan kebutuhan. Usaha untuk menjadikan pelanggan yang loyal tidak dapat dilakukan secara langsung, tetapi melalui beberapa tahapan, mulai dari mencari pelanggan yang potensial sampai memperoleh partners.

Kata Kunci : Dampak, Pengaruh Service Excellence, Loyalitas, Kepuasan Pelanggan

PENDAHULUAN

Menciptakan kepuasan dan loyalitas pelanggan yang tinggi perusahaan membutuhkan penerapan pelayanan prima yang baik. Pelayanan prima adalah kepedulian kepada pelanggan dengan memberikan layanan terbaik untuk memfasilitasi kemudahan pemenuhan kebutuhan dan mewujudkan kepuasannya agar mereka selalu loyal kepada organisasi atau perusahaan (Barata, 2004). Kepuasan menurut Kotler (2008) adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara persepsi/kesannya terhadap kinerja (atau hasil) suatu produk dan harapan-harapannya. Kualitas pelayanan harus dihubungkan dengan harapan dan keinginan pelanggan terhadap produk yang ditawarkan perusahaan agar pelanggan merasa puas. Jadi unit pelayanan perusahaan seharusnya memiliki kemampuan untuk mengetahui apa yang menjadi keinginan pelanggan, sehingga dapat

menjadi masukan bagi perusahaan untuk memperbaiki kualitas produk maupun dalam berinovasi terhadap produk yang dihasilkan karena pelangganlah yang berhak untuk menilai kualitas suatu produk dengan membandingkan apa yang mereka harapkan dengan apa yang mereka terima. Sementara itu Barata, (2011). Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis dampak dan pengaruh service excellene terhadap loyalitas dan kepuasan pelanggan.

METODE

Penelitian ini menggunakan Metode penelitian Kualitatif, dengan menggunakan penelitian empiris, metode dan pendekatan ini digunakan untuk menganalisis dampak dan pengaruh service excellence terhadap loyalitas dan kepuasan pelanggan. Observasi bertujuan sebagai sarana pengambilan informasi melalui pengamatan, pengamatan yang dimaksud adalah peneliti harus mampu melihat dan memperhatikan suasana sekitar yang berkaitan dengan data yang dibutuhkan. Dokumentasi ini bertujuan untuk membantu peneliti untuk membuat susunan sumber data yang diperoleh dalam bentuk foto atau bukti fisik. Yang dapat digunakan agar data yang diperoleh lebih akurat dan nyata adanya. Analisis data yang didapatkan bersifat induktif/ kualitatif, dan akhirnya hasil penelitian kualitatif tidak berfokus pada generalisasi melainkan lebih berfokus pada makna yang ditemukan sehingga data yang didapatkan akan lebih mendalam (Anggito & Setiawan, 2018).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelayanan adalah suatu kegiatan atau suatu urutan kegiatan yang terjadi dalam interaksi langsung dengan manusia atau mesin secara fisik untuk menyediakan kepuasan konsumen. (Lehtinen 1983 p. 21). Sedangkan menurut Gumehsoston (1987 p. 22), Pelayanan adalah sesuatu yang dapat diperjualbelikan dan bahkan tidak dapat dihilangkan. Secara etimologis, Kamus Besar Bahasa Indonesia (Dahlan, dkk., 1995:646), Pelayanan ialah “usaha melayani kebutuhan orang lain”.

DAMPAK DAN PENGARUH SERVICE EXCELLENCE TERHADAP LOYALITAS DAN KEPUASAN PELANGGAN

Tjiptono, F. (2014). Loyalitas pelanggan kerap kali dikaitkan dengan perilaku pembelian berulang. Literatur loyalitas pelanggan (Customer Loyalty) didominasi beberapa aliran utama diantaranya: aliran stokatis (behavioral), aliran deterministik (sikap), dan aliran integratif. Hurriyati (2005: 35) menyatakan bahwa loyalitas pelanggan memiliki peran penting dalam sebuah perusahaan, mempertahankan mereka berarti meningkatkan kinerja keuangan dan mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan, hal ini menjadi alasan utama bagi sebuah perusahaan untuk menarik dan mempertahankan pelanggan. Usaha untuk menjadikan pelanggan yang loyal tidak dapat dilakukan secara langsung, tetapi melalui beberapa tahapan, mulai dari mencari pelanggan yang potensial sampai memperoleh partners.

Pemahaman loyalitas pelanggan sebenarnya tidak hanya dilihat dari transaksinya saja atau pembelian berulang (repeat customer). Ada beberapa dimensi atau karakteristik seorang pelanggan bisa dianggap loyal. (Hurriyati, 2005: 38) antara lain: 1) Pelanggan yang melakukan pembelian ulang secara teratur (makes regular repeat purchases) 2) Pelanggan yang membeli untuk produk/jasa yang lain ditempat yang sama (purchases across product and services line). 3) Pelanggan yang mereferensikan kepada orang lain (refers other). 4) Pelanggan yang tidak dapat dipengaruhi oleh pesaing untuk pindah (demonstrates an immunity to be the full of the competition).

Loyalitas (Customer Loyalty) dapat didefinisikan sebagai komitmen yang dipegang kuat untuk membeli lagi atau berlangganan lagi produk atau jasa tertentu di masa depan meskipun ada pengaruh situasi dan usaha pemasaran yang berpotensi menyebabkan peralihan perilaku (Kotler, 2009). Indikator

loyalitas adalah meliputi: (1) Transaksi berulang (2) Merekomendasikan kepada orang lain (3) Menggunakan jasa layanan tambahan (4) Tidak terpengaruh tawaran pesaing Menurut Sutisna (2001:41) bentuk loyalitas pelanggan terdiri atas dua kelompok, yaitu brand loyalty (loyalitas merek) dan store loyalty (loyalitas toko). Loyalitas merek bisa didefinisikan sebagai sikap menyenangkan terhadap suatu merek yang direpresentasikan dalam pembelian yang konsisten terhadap merek itu sepanjang waktu. Assael dalam Sutisna (2001:42) mengemukakan empat hal yang menunjukkan kecenderungan konsumen yang loyal terhadap merek sebagai berikut: (1) Konsumen yang loyal terhadap merek cenderung lebih percaya diri terhadap pilihannya. (2) Konsumen yang loyal lebih memungkinkan merasakan tingkat risiko yang lebih tinggi dalam pembeliannya. (3) Konsumen yang loyal terhadap merek juga lebih mungkin loyal terhadap toko. (4) Kelompok konsumen yang minoritas cenderung untuk lebih loyal terhadap merek.

Konsumen yang loyal merupakan aset penting bagi perusahaan, hal ini dapat dilihat dari karakteristik yang dimilikinya, sebagaimana diungkapkan Griffin (2003 : 31) konsumen yang loyal memiliki karakteristik sebagai berikut : (1) melakukan pembelian secara teratur (2) membeli diluar lini produk atau jasa (3) mereferensikan kepada orang lain (4) menunjukkan kekebalan dari daya tarik produk sejenis dari pesaing. Hasil penelitian menunjukkan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan, kepuasan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas, kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan Tegal Sari Accommodation Ubud. Penelitian yang dilakukan Dwi Kartikasari dan Dea Ariesta Syafitri dengan judul Efektivitas Pelayanan Prima (Service Excellence) Terhadap Kepuasan Pelanggan Yang Berdampak Pada Loyalitas Pelanggan Pada Toko Obat Dewi Farma dinyatakan bahwa pelayanan prima (service excellence) berpengaruh signifikan terhadap variabel kepuasan pelanggan; dan variabel pelayanan prima (service excellence) berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan; dan variabel pelayanan prima terhadap kepuasan pelanggan yang berdampak terhadap loyalitas pelanggan berpengaruh tidak signifikan.

KESIMPULAN

Fungsi Pelayanan prima adalah melayani pelanggan dengan ramah, tepat, dan cepat serta menciptakan suasana agar pelanggan merasa dipentingkan dan berusaha menempatkan pelanggan sebagai mitra usaha juga untuk menciptakan pangsa pasar yang baik terhadap produk/jasa dalam rangka memenangkan persaingan pasar. Memuaskan pelanggan adalah untuk memberikan keuntungan pada perusahaan. Pelayanan Prima (Service Excellence) yang berkualitas dapat menciptakan kepuasan dan loyalitas pelanggan.

REFERENCES

- (Putri, Dwi Wahyuni. 2019). Pengaruh Service Excellent dan Performance Terhadap Citra Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) Muamalat Harkat Sukaraja. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bengkulu.
- (Yenni. 2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada PT. PLN (Persero) Unit Pelaksana Pelayanan Pelanggan (UP3) Makassar Selatan. Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Makassar.
- (Riska,dkk,2021). Analisis service excellent (pelayanan prima) pada pelayanan posyandu desa Sidodadi Lawang. Fakultas Teknologi Industri, Institut Teknologi Nasional Malang..
- (Eka Purwanda dkk 2017). Pengaruh Pelayanan Prima Terhadap Kepuasan Satuan Kerja Di Lingkup Kantor Pelayanan Perbendaharaan Negara Bandung I SMART – Study & Management Research.