



Pengaruh Kompetensi SDM, Motivasi Kerja, dan Semangat Analisis Pengaruh Kepercayaan dan Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Toko Fantasi Cellular Pondok Padang

Doni Putra¹, Bakkareng², Hosra Afrizoni³

¹ Fakultas Ekonomi, Universitas Ekasakti, Padang, Indonesia

Email: dhoni06putra@gmail.com

² Fakultas Ekonomi, Universitas Ekasakti, Padang, Indonesia

³ Fakultas Ekonomi, Universitas Ekasakti, Padang, Indonesia

Corresponding Author: Doni Putra

Abstract: *The aims of this research are: (1) To find out the influence of trust on customer loyalty at the Fantasy Cellular Shop in Pondok Padang. (2) Knowing the influence of service quality on customer loyalty at the Fantasy Cellular Pondok Padang shop. (3) Knowing the influence of trust & service quality on customer loyalty at the Fantasi Cellular Pondok Padang shop. The sample selection method used in this research was a total sample of 76 respondents. The data collection technique used in this research was by distributing questionnaires. The data analysis method in this research uses multiple linear regression analysis, coefficient of determination, and T and F hypothesis testing. The results of the research include (1) the Trust variable partially positively & significantly influences customer loyalty at the Pondok Padang Cellular Fantasy Shop. (2) the Service Quality variable partially positively & significantly influences Customer Loyalty at the Pondok Padang Cellular Fantasy Shop. (3) Trust (X1) and Service Quality (X2) simultaneously significantly influence Customer Loyalty at the Pondok Padang Cellular Fantasy Shop. The contribution of Trust (X1) and Service Quality (X2) to Customer Loyalty at the Fantasy Cellular Shop in Pondok Padang is 60%, while the remaining 40% is explained by other variables not used in this research, such as customer satisfaction and store atmosphere.*

Keywords: *Trust, Service Quality, Customer Loyalty.*

Abstrak: Tujuan dari penelitian ini adalah: (1) Untuk mengetahui pengaruh kepercayaan terhadap loyalitas pelanggan pada Toko Fantasi Cellular di Pondok Padang. (2) Mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan pada toko Fantasi Cellular Pondok Padang. (3) Mengetahui pengaruh kepercayaan & kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan pada toko Fantasi Cellular Pondok Padang. Metode pemilihan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah jumlah sampel sebanyak 76 responden. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menyebarkan

kuesioner. Metode analisis data dalam penelitian ini menggunakan analisis regresi linier berganda, koefisien determinasi, dan uji hipotesis T dan F. Hasil penelitian antara lain (1) Variabel Kepercayaan secara parsial berpengaruh positif & signifikan terhadap loyalitas pelanggan Toko Fantasi Seluler Pondok Padang. (2) Variabel Kualitas Pelayanan secara parsial berpengaruh positif & signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan di Toko Fantasi Seluler Pondok Padang. (3) Kepercayaan (X1) dan Kualitas Pelayanan (X2) secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan pada Toko Fantasi Seluler Pondok Padang. Kontribusi Kepercayaan (X1) dan Kualitas Pelayanan (X2) terhadap Loyalitas Pelanggan pada Toko Seluler Fantasi di Pondok Padang adalah sebesar 60%, sedangkan sisanya sebesar 40% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak digunakan dalam penelitian ini seperti kepuasan pelanggan dan toko. suasana.

Kata Kunci: Kepercayaan, Kualitas Pelayanan, Loyalitas Pelanggan.

PENDAHULUAN

Industri *smartphone* terus berkembang sepanjang waktu karena hingga saat ini setiap orang masih menggunakan teknologi *smartphone* untuk berbagai aktivitas kesehariannya mulai dari transaksi bisnis, komunikasi kerja, bermain game dan banyak kegunaan lainnya. Hal inilah yang membuat persaingan *smartphone* masih terjadi sampai sekarang.

Dikarenakan berartinya loyalitas pelanggan, maka loyalitas atas merek dinilai sebuah aset perusahaan serta berdampak signifikan pada pangsa pasar serta profitabilitas (Ismanto, 2020:162). Sebuah perusahaan dapat belajar banyak dengan menganalisis tingkat loyalitas pelanggan terhadap produk atau merek (Kotler dan Keller, 2016:282). Loyalitas pelanggan dinyatakan Kotler & Keller (2016:138) diartikan sebuah komitmen kuat yang dijaga seorang konsumen dalam membeli maupun memilih lagi produk dan jasa yang diminati konsumen di waktu akan datang walaupun terkadang pemasaran dapat menimbulkan potensi peralihan pelanggan.

Loyalitas pelanggan bisa dipengaruhi oleh faktor kepercayaan dan kualitas layanan. Menurut (Solomon, 2018:347) kepercayaan pelanggan pada ulasan produk adalah pendorong utama kepuasan dan loyalitas pelanggan. Keuntungan lain yang diberikan kepercayaan ini adalah bahwa konsumen belajar tentang orang lain, dan dengan adanya kepercayaan konsumen, konsumen akan lebih loyal pada produk yang dijual perusahaan. Terkait kualitas layanan, layanan cenderung digunakan lagi jika layanan yang digunakan dinilai sesuai atau melebihi harapan konsumen (Ismanto, 2020:60). Perusahaan mesti mampu memperkuat kualitas produk maupun layanan kepada pelanggan sehingga mampu memperoleh loyalitas dari para pelanggannya (Satriadi, 2021:24).

Loyalitas pelanggan *smartphone* juga bergantung pada kepercayaan pelanggan dan kualitas layanan dari karyawan yang menawarkan *smartphone* di gerai-gerai *smartphone*. Kotler & Keller (2016) menyatakan kepercayaan merupakan kesediaan organisasi dalam bergantung pada mitra bisnisnya. Kepercayaan bergantung pada sejumlah faktor antar-pribadi dan antar-organisasi, misalnya kompetensi yang ditunjukkan perusahaan, integrity, sikap jujur, serta perbuatan baik oleh tenaga pemasar mereka.

Menurut data penjualan di Toko Fantasi Cellular Pondok Padang terlihat bahwa pelanggan memiliki kepercayaan pada merek *smartphone* yang berbeda-beda. Hal ini bisa terlihat pada penjualan produk *smartphone* dari beberapa merek yang ditawarkan.

Tabel 1. Data Penjualan Produk Smartphone Tahun 2021

Bulan	Jumlah Penjualan
Januari	29
Februari	16
Maret	24
April	20
Mei	13
Juni	24
Juli	26
Agustus	19
September	31
Oktober	33
November	37
Desember	42
TOTAL	309

Sumber: Toko Fantasi Cellular Pondok Padang Tahun 2021

Berdasarkan data tersebut terlihat bahwa penjualan smartphone terjadi fluktuasi kenaikan maupun penurunan selama tahun 2021. Angka penjualan yang cukup rendah terjadi pada bulan Februari, Mei dan Agustus. Ini menunjukkan bahwa kepercayaan pelanggan pada Toko Fantasi Cellular Pondok Padang kurang tinggi sehingga perusahaan perlu meningkatkan kepercayaan pelanggan.

Kemudian dilakukan juga survey kepada 20 orang pelanggan Toko Fantasi Cellular Pondok Padang berkaitan turunnya penjualan, hasilnya sebagai berikut.

Tabel 2. Alasan Pelanggan Terkait Turunnya Penjualan Pada Toko Fantasi Cellular Pondok Padang

No	Alasan	Jumlah
1	Pendapatan/penghasilan usaha sedang menurun	5
2	Menunda membeli smartphone baru	4
3	Pelayanan mulai berkurang	6
4	Gaji dipakai untuk keperluan lain	3
5	Garansi tidak sesuai	2
	Total	20 orang

Berdasarkan hasil survey tersebut diketahui alasan terbanyak turunnya penjualan pada Toko Fantasi Cellular Pondok Padang antara lain karena pelayanan yang mulai berkurang dengan jumlah terbanyak. Pelanggan dalam hal ini merasa bahwa Toko Fantasi Cellular Pondok Padang kurang maksimal misalnya dari stok produk yang tersedia di toko kurang lengkap atau sering kehabisan, kurang up to date dalam penawaran produk terbaru. Alasan lain disebabkan karena pendapatan/ penghasilan usaha sedang menurun. Dengan penurunan penghasilan, pelanggan cenderung mengurangi pembelian yang biasanya seminggu sekali bisa menjadi dua atau tiga minggu sekali. Selain itu, penurunan penjualan juga disebabkan banyak pelanggan yang menunda membeli smartphone baru karena merasa belum membutuhkan untuk mengganti smartphone. Kemudian penurunan penjualan disebabkan juga karena gaji yang didapatkan cenderung dipakai untuk keperluan lain yang lebih mendesak dibandingkan membeli aksesoris smartphone dan sejenisnya. Terakhir adalah faktor garansi yang tidak sesuai. Dalam hal ini, beberapa pelanggan merasa dipersulit saat mengajukan klaim garansi pada Toko Fantasi Cellular Pondok Padang. Sehingga pelanggan

kecewa karena garansi yang ditawarkan pada saat pembelian produk tidak sesuai dengan kenyataannya.

Kualitas pelayanan juga diduga menjadi faktor yang bisa menumbuhkan loyalitas pelanggan. Kualitas pelayanan didefinisikan sebagai seberapa jauh perbedaan antara kenyataan dan harapan pelanggan atas layanan yang mereka terima (Lupiyoadi, 2018). Ada beberapa hal yang dinilai berkaitan dengan kualitas layanan di Toko Fantasi Cellular misalnya dari sisi keramahan karyawan, ketulusan dalam melayani, kelengkapan fasilitas toko, penanganan komplain, ketersediaan smartphone, kenyamanan ruangan dan lahan parkir yang memadai.

Berdasarkan hasil pengamatan awal di Toko Fantasi Cellular Pondok Padang masih ditemukan beberapa persoalan yang dikeluhkan oleh pelanggan berkaitan dengan kualitas pelayanan toko Fantasi Cellular Pondok. Berdasarkan hasil pra survey terhadap 20 pelanggan Toko Fantasi Cellular Pondok menggunakan beberapa indikator menurut Kotler dan Keller (2016) hasilnya terlihat pada tabel di bawah ini.

Tabel 3. Permasalahan Berkaitan Pelayanan Toko Fantasi Cellular Pondok Padang

No	Indikator	Keterangan	Baik	%	Kurang Baik	%
1	Empati (<i>empathy</i>)	Ketulusan dalam melayani	6	(30%)	14	(70%)
2	Empati (<i>empathy</i>)	Keramahan karyawan	10	(50%)	10	(50%)
3	Ketanggapan (<i>responsiveness</i>)	Penanganan komplain	7	(35%)	13	(65%)
4	Keandalan (<i>reliability</i>)	Garansi yang sesuai	11	(55%)	9	(45%)
5	Jaminan (<i>assurance</i>)	Memperhatikan Kenyamanan pelanggan	8	(40%)	12	(60%)
6	Bukti Fisik	Lahan parkir memadai	8	(40%)	12	(60%)
7	Bukti Fisik	Kelengkapan fasilitas toko	8	(40%)	12	(60%)

Sumber : Toko Fantasi Cellular Pondok Padang Maret 2022

Menurut hasil pengamatan awal tersebut, masih terlihat beberapa persoalan pelayanan kepada pelanggan. Misalnya pada indikator empati terkait ketulusan dalam melayani masih 70% yang menilai kurang baik artinya karyawan kurang menjelaskan secara detail apa yang ditanya oleh pelanggan. Kemudian pada indikator ketanggapan terkait penanganan komplain masih 65% yang menilai kurang baik. Dalam hal ini, karyawan belum mampu menangani dengan tepat apa yang dikeluhkan oleh pelanggan saat menyampaikan komplainnya. Selanjutnya pada indikator jaminan, 60% masih menilai kurang memperhatikan kenyamanan pelanggan misalnya pada saat datang tidak selalu memberikan salam dan terima kasih atas kunjungan pelanggan. Sementara pada indikator bukti fisik terkait lahan parkir yang memadai dan kelengkapan fasilitas toko sebanyak 65% menilai kurang baik. Terkait fasilitas, masih kurangnya kursi antrian untuk pengunjung sehingga membuat pelanggan kurang nyaman. Dari indikator empati terkait keramahan karyawan sebanyak 50% yang menilai kurang baik ini disebabkan karena tidak semua karyawan memahami dengan baik tentang spesifikasi barang dan stok barang yang tersedia sehingga membuat karyawan bingung. Sedangkan pada indikator keandalan masih ada 45% menilai garansi yang kurang sesuai misalnya kendala pada saat pelanggan mengajukan klaim garansi ketika barangnya rusak dalam masa garansi, pelanggan harus menunggu proses penggantian barang dengan barang yang baru dengan waktu cukup lama.

Dengan munculnya permasalahan berkaitan dengan pelayanan di Toko Fantasi Cellular Pondok Padang, hal ini bisa menurunkan loyalitas pelanggan. Ada beberapa hal yang timbul ketika loyalitas pelanggan menurun diantaranya adalah omset penjualan menjadi menurun, keuntungan yang didapatkan otomatis semakin kecil. Selain itu, pelanggan akan beralih ke toko lainnya hal ini akan membuat Toko Fantasi Cellular Pondok Padang sulit untuk bertahan di kompetisi bisnisnya.

Dari persoalan di atas, peneliti menduga bahwa persoalan pada loyalitas pelanggan yang kurang maksimal bisa muncul akibat faktor kepercayaan dan kualitas layanan yang diberikan. Adapun penelitian yang berkaitan dengan topik ini sebelumnya sudah dilakukan oleh Maharani (2017) dan Dewi (2020) yang hasilnya menunjukkan bahwa kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan pada Loyalitas Pelanggan. Kemudian pada hasil penelitian Novia. J (2016) dan Zulhilmy Ramadhoni (2021), menunjukkan bahwa kualitas layanan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Akan tetapi bertolak belakang dengan hasil penelitian Nurul Fitriani Naini (2022) yang menemukan bahwa service quality berpengaruh negatif terhadap customer loyalty. Kemudian penelitian Intan Purnama Sari (2020) menemukan service quality tidak berpengaruh signifikan terhadap customer loyalty. Begitu juga pada penelitian Euis Soliha (2021) yang menemukan hasil bahwa kepercayaan tidak berpengaruh signifikan terhadap customer loyalty.

Berdasarkan uraian latar belakang tersebut, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan mengambil topik “Analisis Pengaruh Kepercayaan Dan Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Smartphone di Toko Fantasi Cellular Pondok Padang”.

METODE PENELITIAN

Metode mengumpulkan datanya memakai studi lapangan serta studi kepustakaan. Studi lapangan sumbernya data primer lewat pembagian angket ke pelanggan toko Fantasi Cellular Pondok Padang. Kemudian riset perpustakaan sumbernya adalah buku, serta artikel yang relevan.

Populasi adalah totalitas dari angka yang mungkin, menurut perhitungan, secara kuantitatif dan kualitatif meliputi ciri khusus berkaitan objek yang lengkap dan detail (Agussalim M., 2020). Populasi penelitian merupakan pelanggan loyal yang membeli produk lebih dari 1 kali di Toko Fantasi Cellular Pondok Padang tahun 2021 yaitu sebanyak 76 pelanggan.

Sampel adalah bagian kecil populasi yang ditetapkan dengan metode khusus lewat cara ilmiah (Agussalim M., 2020). Dalam memilih sampelnya dipakai *total sampling* dimana sampelnya diambil dari keseluruhan populasi yang ada yaitu 76 pelanggan.

Uji Instrumen meliputi pengujian validitas serta reliabilitas. Pengujian validitas dalam Ghozali (2016) diukur lewat membandingkan r hitung dan r tabel.

Menurut Ghozali (2016) pengujian reliabilitas instrumen memakai teknik *Alpha Cronbach*. Syarat reliabelnya yaitu bila *Alpha Cronbach* > 0,6.

Pengujian asumsi klasik mencakup normalitas, multikolinearitas dan heteroskedastisitas. Kemudian diteruskan uji TCR, regresi linear berganda, koefisien determinan dan juga uji t dan uji F.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian

Analisa Linear Berganda

Melalui analisis regresi berganda didapatkan hasil berikut

Regresi Linear Berganda
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	17.171	5.812		2.954	.004
1 Kepercayaan	.497	.102	.534	4.854	.000
Kualitas Layanan	.035	.070	.037	.492	.624

a. Dependent Variable: Loyalitas Pelanggan

Berikut adalah persamaan regresinya :

$$Y = 17.171 + 0.497 X_1 + 0.035 X_2 + e$$

Interpretasinya yaitu :

1. a atau konstanta senilai 17.171 yang berarti jika Kepercayaan dan Kualitas layanan bernilai nol, maka Loyalitas pelanggan adalah sebesar 17.171.
2. b1 senilai 0.497. Koefisien regresi tandanya positif yang mana bila Kepercayaan naik senilai 1 satuan, Loyalitas pelanggan terjadi kenaikan senilai 0.497.
3. b2 senilai 0.035. Koefisien regresi tandanya positif yang mana bila Kualitas layanan naik senilai 1 satuan, Loyalitas pelanggan terjadi kenaikan senilai 0.035.

Analisa Determinasi

Berikut persentase kontribusi variabel bebas dalam menjelaskan variasi variabel terikat.

Koefisien Determinasi (R²)
Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.774 ^a	.600	.583	2.86554

a. Predictors: (Constant), Kualitas Layanan, Kepercayaan

b. Dependent Variable: Loyalitas Pelanggan

Pada pengujian terlihat R Square senilai 0,600. Dapat diartikan bahwa kepercayaan dan kualitas layanan mampu menjelaskan perubahan Loyalitas pelanggan pada *smartphone* di Toko Fantasi *Cellular* Pondok Padang sebesar 60,0% sisanya 40,0% dijelaskan oleh faktor lainnya.

Pengujian Hipotesis

Uji t

Berikut adalah hasilnya.

Hasil Uji t
Regresi Linear Berganda
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	17.171	5.812		2.954	.004
1 Kepercayaan	.497	.102	.534	4.854	.000
Kualitas Layanan	.035	.070	.037	.492	.624

a. Dependent Variable: Loyalitas Pelanggan

Dengan alpha 0,05 uji dua pihak $df = n-k-1 = 76-2-1= 73$ didapat angka t tabel 1,993. Berikut penjelasan uji t :

1. Angka t hitung kepercayaan senilai $4.854 > t$ tabelnya 1,993. Lalu angka sig nya senilai $0,000 < 0.05$ keputusannya H_1 diterima. Artinya ada pengaruh signifikan kepercayaan terhadap loyalitas pelanggan di Toko Fantasi Cellular Pondok Padang.
2. Angka t hitung kualitas layanan senilai $0.492 < t$ tabelnya 1,993. Lalu angka sig nya senilai $0,624 > 0.05$ keputusannya H_2 ditolak. Artinya tidak ada pengaruh signifikan kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan di Toko Fantasi Cellular Pondok Padang

Uji F

Uji F dilihat berpedoman pada F hitung serta angka sig. sebagaimana ada pada tabel berikut:

Uji F
ANOVA^a

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	886.206	3	295.402	35.975	.000 ^b
Residual	591.215	72	8.211		
Total	1477.421	75			

a. Dependent Variable: Loyalitas Pelanggan

b. Predictors: (Constant), Kualitas Layanan, Kepercayaan

Dari hasil tersebut didapati F hitung 35,975 yang lebih besar dari F tabel 2,73 (lampiran 15). Lalu angka sig bernilai $0,000 < 0,05$. Diartikan bahwa ada pengaruh secara simultan antara variabel Kepercayaan, dan Kualitas Layanan terhadap Loyalitas Pelanggan di Toko Fantasi Cellular Pondok Padang.

Pembahasan

Dari pembahasan hasil penelitian di atas bisa dirincikan pembahasan sebagai berikut:

Pengaruh Kepercayaan Terhadap Loyalitas pelanggan pada Toko Fantasi Cellular Pondok Padang

Dari analisis regresi berganda diketahui bahwa variabel kepercayaan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas pelanggan pada smartphone di Toko Fantasi Cellular Pondok Padang. Jadi apabila kepercayaan semakin tinggi, maka Loyalitas pelanggan pada smartphone di Toko Fantasi Cellular Pondok Padang juga ikut meningkat dan berlaku juga sebaliknya.

Pada pengujian hipotesis kedua, diketahui ada pengaruh signifikan antara kepercayaan terhadap loyalitas pelanggan pada smartphone di Toko Fantasi Cellular Pondok Padang. Dengan demikian Kepercayaan dinilai faktor penunjang untuk Loyalitas pelanggan terutama pada Toko Fantasi Cellular Pondok Padang. Semakin tinggi kepercayaan yang dimiliki para pelanggan maka loyalitas pelanggan pada smartphone di Toko Fantasi Cellular Pondok Padang juga akan semakin meningkat.

Kotler & Keller (2016:231) menyatakan kepercayaan merupakan kesediaan organisasi dalam mengandalkan partner bisnisnya. Kepercayaan bergantung dari faktor antarpribadi dan antar-organisasi, misalnya kompetensi yang ditunjukkan organisasi, integrity, sikap jujur, serta perbuatan baik oleh tenaga pemasar perusahaan. Menurut (Solomon, 2018:347) kepercayaan pelanggan pada ulasan produk adalah pendorong utama kepuasan dan loyalitas

pelanggan. Keuntungan lain yang diberikan kepercayaan ini adalah bahwa konsumen belajar tentang orang lain, dan dengan adanya kepercayaan konsumen, konsumen akan lebih loyal pada produk yang dijual perusahaan

Hasil penelitian ini didukung oleh penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Jessica Novia. J (2016) yang ditemukan bahwa Kepercayaan berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan. Kemudian juga dalam penelitian Supertini (2020) yang ditemukan bahwa kepercayaan pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan.

Pengaruh Kualitas layanan Terhadap Loyalitas pelanggan pada Toko Fantasi Cellular Pondok Padang

Dari analisis regresi berganda diketahui bahwa kualitas layanan memiliki pengaruh positif terhadap Loyalitas pelanggan pada smartphone di Toko Fantasi Cellular Pondok Padang. Jadi apabila penilaian pada kualitas layanan semakin baik, maka Loyalitas pelanggan pada smartphone di Toko Fantasi Cellular Pondok Padang juga ikut meningkat dan berlaku juga sebaliknya.

Pada pengujian hipotesis kedua, ditemukan ada tidak ada pengaruh signifikan kualitas layanan dengan loyalitas pelanggan pada Toko Fantasi Cellular Pondok Padang. Hasil ini menggambarkan bahwa kualitas layanan yang ditunjukkan belum mampu meningkatkan Loyalitas pelanggan pada smartphone di Toko Fantasi Cellular Pondok Padang.

Apabila didapatkan layanan jauh dibanding harapan, konsumen bisa tidak puas serta minatnya akan produk akan menurun. Sebaliknya, produk layanan cenderung digunakan kembali jika layanan yang digunakan berada pada tingkat kepentingan atau lebih tinggi dari harapannya (Ismanto, 2020:60). Perusahaan harus mampu memperbaiki kualitas barang atau layanan ke konsumen sehingga tercipta loyalitas konsumen. Pelanggan cenderung nyaman jika memperoleh kualitas layanan yang responsif (Satriadi, 2021:24).

Hasil penelitian ini berbeda dengan penelitian Ramadhoni (2021) yang ditemukan bahwa Kualitas Layanan secara parsial berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan. Penelitian lainnya yaitu dari Yulia Tri Maharani (2017) menemukan bahwa secara parsial, kualitas pelayanan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan

Pengaruh Kepercayaan dan Kualitas layanan Terhadap Loyalitas pelanggan pada Toko Fantasi Cellular Pondok Padang

Pada pengujian secara simultan diketahui bahwa ada pengaruh signifikan antara kepercayaan dan kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan pada smartphone di Toko Fantasi Cellular Pondok Padang. Dengan kata lain, secara bersama-sama kepercayaan dan kualitas layanan akan memberikan perubahan pada Loyalitas pelanggan pada smartphone di Toko Fantasi Cellular Pondok Padang.

Kepercayaan pelanggan pada ulasan produk adalah pendorong utama kepuasan dan loyalitas pelanggan. Keuntungan lain yang diberikan kepercayaan ini adalah bahwa konsumen belajar tentang orang lain, dan dengan adanya kepercayaan konsumen, konsumen akan lebih loyal pada produk yang dijual perusahaan (Solomon, 2018:347). Berkaitan dengan perilaku loyalitas terhadap merek. Konsumen cenderung bersedia memaafkan kesalahan dalam kualitas layanan, dan konsumen yang loyal cenderung tidak berpindah merek bahkan

jika konsumen mengetahui bahwa kualitas layanan pesaing sama baiknya atau lebih baik (Solomon, 2018:420).

Hasil ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Ahmad Syukri (2018) ditemukan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Selanjutnya pada penelitian Yulia Tri Maharani (2017) terbukti bahwa kualitas pelayanan dan kepercayaan memengaruhi loyalitas pelanggan secara bersama-sama. Kemudian dalam penelitian Brian Y. Maliangkay (2015) disimpulkan adanya pengaruh positif yang signifikan dari kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan.

KESIMPULAN

1. Indikator dominan dari kepercayaan yaitu indikator willingness to depend (kesediaan untuk bergantung) dengan nilai TCR 85,9%. Dalam hal ini, kebanyakan konsumen memilih produk smartphome dengan beberapa pengakuan bahwa Produk smartphome tahan banting, murah, batrai awet dan merupakan smartphome paling aman untuk di gunakan karena apabila terjadi kerusakan di kemudian hari banyak terdapat gerai service yang tersebar di seluruh pelosok daerah. Indikator dominan dari kualitas layanan yaitu indikator bukti fisik (*tangibles*) dengan nilai TCR 82,3%. Artinya bukti fisik produk smartphome sangat menarik hati masyarakat dengan segala ketahanannya yang membuat produk smartphome mendapatkan tempat di hati masyarakat. Sedangkan indikator dominan dari loyalitas pelanggan adalah indikator mereferensikan kepada orang lain dengan nilai TCR 85,8%. Dalam hal ini, konsumen merasa puas memakai produk smartphome dengan harga yang murah dan terjangkau, kualitas produk yang bagus dan tampilan yang keren membuat konsumen bersedia mereferensikan kepada orang lain dengan sukarela kepada keluarga, teman dan lingkungan sekitarnya.
2. Kepercayaan secara parsial signifikan memengaruhi Loyalitas Pelanggan pada Toko Fantasi Cellular Pondok Padang.
3. Kualitas Layanan secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan pada Toko Fantasi Cellular Pondok Padang
4. Kepercayaan dan kualitas layanan secara bersama signifikan memengaruhi Loyalitas Pelanggan pada Toko Fantasi Cellular Pondok Padang.

REFERENSI

- Agussalim, M. 2017. *Statistik*. Padang: Ekasakti Press.
- Agussalim, M. 2020. *Manajemen Sumberdaya Manusia Lanjutan*. Padang: Ekasakti Press.
- Agussalim, M. 2020. *Metode Penelitian*. Padang: Ekasakti Press.
- Aaker, D.A. (2018). *Manajemen Ekuitas Merek*. Jakarta: Mitra Utama
- Arikunto, S. (2016). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Fatihudin, D. & Firmansyah, A. (2019). *Pemasaran Jasa: Strategi Mengukur Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan*. Cetakan Pertama. Yogyakarta: Deepublish.
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 23 (8th ed.)*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ismanto, J. (2020). *Manajemen Pemasaran*. Cetakan Pertama. Tangerang Selatan: Unpam Press.
- Kotler, P. & Armstrong, G. (2018). *Principles of Marketing*. 17th Global Edition. United Kingdom: Pearson Education Limited.
- Kotler, P. & Keller, K.L. (2016). *Marketing Management*. Global Edition. England: Pearson

- Education Limited.
- Lupiyoadi, R. (2018). *Manajemen Pemasaran Jasa: Berbasis Kompetensi*. Jakarta: Salemba Empat.
- Satriadi. (2021). *Manajemen Pemasaran*. Cetakan I. Yogyakarta: Penerbit Samudra Biru (Anggota IKAPI).
- Sekaran, U. & Bougie, R. (2017). *Metode Penelitian untuk Bisnis*. Jakarta: Salemba Empat.
- Solomon. (2018). *Consumer Behavior*. 12th Global Edition. England: Pearson Education Limited.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Manajemen*. Alfabeta, Bandung.
- Dewi, R.Y. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Konsumen Pada Jasa Pengiriman J&T Express. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen Unsurya*, 1(1): 82-91.
- Maharani, Y.T, & Zaini, A. (2017). Pengaruh kualitas pelayanan dan Kepercayaan terhadap loyalitas pelanggan (studi pada *distro redzone t-shirt maker*). *JAB Jurnal Aplikasi Bisnis, E-ISSN: 2407-5523, ISSN: 2407-3741*, 2(1): 9-12.
- Maliangkay, B.Y. (2015). The influence of brand equity and service quality To customer loyalty of Garuda Indonesia Airlines. *Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi*, 15(4): 378-389.
- Naini, N.F. (2022). The Effect of Product Quality, Service Quality, Customer Satisfaction on Customer Loyalty. *Journal of Consumer Sciences*, 7(1): 34-50.
- Novia, J. (2016). Kualitas Layanan Dan Kepercayaan Seseorang Terhadap Loyalitas Belanja Pada Vittoriashop. *PERFORMA: Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis*, 1(2):129-135.
- Ramadhoni, Z. & Purwanto, F. (2021). Pengaruh Kualitas Layanan, Varian Produk, Harga, Endorser dan Citra Merek Terhadap Loyalitas Pelanggan Ayam Geprek Benu Mojokerto. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 1(1): 9-20.
- Sari, I.P. (2020). The Effect Of Service Quality, Customer Satisfaction And Trust on Customer Loyalty in Pt Teleperformance Indonesia. *Jurnal Humanis* 1(1): 278-283.
- Soliha, E. (2021). The Effect of Trust and Customer Value on Loyalty: An Empirical Study in Indonesia. *Journal of Asian Finance, Economics and Business*, 8(5): 1001–1010.
- Supertini, N.P.S. (2020). Pengaruh kepercayaan dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan pada Pusaka Kebaya di Singaraja. *Prospek: Jurnal Manajemen dan Bisnis, P-ISSN: 2685-5526*, 2(1): 61-73.
- Syukri, A. (2018). Analisis pengaruh ekuitas merek dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan. *Jurnal Semarak, P-ISSN 2615-6849 E-ISSN 2622-3686*, 1(2): 1-20.