

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN ONELIGHT PHOTOGRAPHY DI KABUPATEN BANYUWANGI

Isnailita Nofta Rosa Lina, Joko Widodo, Sri Wahyuni

Universitas Jember Jawa Timur, Indonesia

Email: noftarosalina@gmail.com, jokowidodo.fkip@unej.ac.id,

sriwahyunipe.fkip@unej.ac.id

Abstrak

Pelayanan yang berkualitas dapat memberikan rasa senang kepada para pelanggan yang dapat berdampak pada loyalitas pelanggan. Penelitian ini dilaksanakan guna mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan Onelight Photography di Kabupaten Banyuwangi. Penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Lokasi penelitian ditentukan dengan menerapkan metode purposive area yakni di Onelight Photography, Jl. Ikan Mungsing no. 20 Banyuwangi. Dalam menentukan jumlah responden memakai teknik Simple Random Sampling dengan rumus Slovin yaitu sebanyak 53 responden. Teknik mengumpulkan data yang dipakai yaitu kuesione, observasi, dan wawancara. Pengolahan data memakai editing, skoring, serta tabulasi. Analisis inferensial menggunakan analisis data yang meliputi analisis garis regresi sederhana, analisis varian regresi, uji F, efektivitas garis regresi, serta standart error of estimates. Perolehan penelitian memperlihatkan bahwa variabel kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan Onelight Photography di Kabupaten Banyuwangi yaitu $F_{hitung} = 256,806 > F_{tabel} = 4,03$ dengan tingkat signifikansi $F = 0,000 < \alpha = 0,05$. Untuk nilai varian garis regresi yaitu sebesar 0,913 yang termasuk dalam kategori sangat kuat. Jumlah persentase pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan Onelight Photography di Kabupaten Banyuwangi sebesar 83,4%. sementara selebihnya yakni 16,6% didominasi faktor lain yang tak dibahas seperti promosi, produk dan harga. Penelitian ini dapat disimpulkan bahwa ada pengaruh yang signifikan kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan Onelight Photography di Kabupaten Banyuwangi sebesar 83,4%.

Kata Kunci: Kualitas Pelayanan; Loyalitas Pelanggan; Onelight Photography

Abstract

Quality service can provide a sense of pleasure to customers that can have an impact on customer loyalty. This research was conducted to find out the effect of service quality on customer loyalty of Onelight Photography in Banyuwangi Regency. This research is quantitative research. Location research is determined by applying the purposive area method, namely in Onelight Photography, Jl. Ikan Mungsing no. 20 Banyuwangi. In determining the number of respondents using the Simple Random Sampling technique with the Slovin formula, there were 53 respondents. The techniques for collecting data used are kuesione, observation, and

interviews. Data collection uses editing, scoring, and tabulation. Inferential analysis uses data analysis that includes simple regression line analysis, regression variant analysis, F test, regression line effectiveness, and standard error of estimates. The acquisition of research showed that the service quality variable had a significant effect on customer loyalty of Onelight Photography in Banyuwangi Regency, namely $F_{hitung} = 256,806 > F_{tabel} = 4.03$ with significance level $F = 0.000 < \alpha = 0.05$. For the variant value of the regression line which is 0.913 which belongs to a very strong category. The percentage of the percentage of service quality influence on Onelight Photography customer loyalty in Banyuwangi Regency amounted to 83.4%. While the rest is 16.6% dominated by other factors that are not discussed such as promotion, products and prices. This research can be concluded that there is a significant influence on the quality of service on customer loyalty of Onelight Photography in Banyuwangi Regency by 83.4%.

Keywords: *Service Quality; Customer Satisfaction; Onelight Photography*

Received: 2021-12-22; **Accepted:** 2022-01-05; **Published:** 2022-01-20

Pendahuluan

Salah satu penyedia pelayanan fotografi di Banyuwangi adalah Onelight Photography. Bisnis fotografi termasuk usaha yang digemari oleh masyarakat. Alasan pelaku usaha memilih bisnis fotografi ini karena banyak masyarakat Banyuwangi yang menggunakan jasa fotografi untuk mengabadikan momen penting. Hal tersebut memberikan pengaruh positif bagi pengusaha fotografi untuk mengembangkan usahanya, akan tetapi hal tersebut juga beresiko untuk keberlangsungan usahanya dengan munculnya usaha-usaha serupa. Adanya hal tersebut pengusaha fotografi harus pintar mengambil strategi agar usahanya tetap bertahan. Salah satu strategi yang perlu diperhatikan yaitu menerapkan pelayanan yang bermutu kepada pelanggan.

Kualitas pelayanan menjadi bagian utama yang berpengaruh terhadap peningkatan hasil usaha. Suatu pelayanan dapat dikatakan berkualitas apabila performa teknis meliputi adanya kualitas mutu, penghantaran tepat waktu, menepati janji, dan mempunyai sedikit kesalahan atau kekurangnyamanan (Wijayanti, 2018). Adapun pelayanan berkualitas yang diterapkan pihak Onelight Photography kepada konsumen meliputi kehandalan, ketanggapan, jaminan, serta bukti fisik.

Kapabilitas Onelight Photography dalam memberi pelayanan yang konsisten berdasarkan apa yang ditawarkan ke pengguna menjadi suatu kehandalan yang dimiliki oleh Onelight Photography. Kehandalan tersebut berupa ketepatan waktu pelaksanaan pemotretan, memiliki banyak genre fotografi, memiliki kemampuan editing yang handal dan dapat mengikuti perkembangan teknologi untuk memenuhi kebutuhan pelanggan. Ketanggapan yang ditunjukkan Onelight Photography dalam menyampaikan pelayanan berkaitan dengan konsep foto kepada konsumen cepat dan tepat, mempertimbangkan ide dan masukan dari konsumen dan bersedia memberi saran mengenai elemen pemotretan yang dibutuhkan konsumen.

Jaminan yang diberikan oleh Onelight Photography yaitu memberikan perjanjian kerja dan sistem pembayaran yang tepat dan sesuai, memiliki bahasa dan perilaku yang sopan dan bertanggung jawab atas kesalahan hasil pemotretan. Bukti fisik yang dimiliki oleh penyedia jasa fotografi yaitu kamera dan lensa yang digunakan sesuai dengan kebutuhan memotret, memiliki peralatan dan perlengkapan pemotretan yang lengkap dan pegawai yang berpenampilan menarik saat sedang bekerja.

Beberapa kualitas pelayanan tersebut dapat memberikan rasa senang kepada para pelanggan yang berdampak pada loyalitas pelanggan. Semakin berkualitas pelayanan dimata pelanggan, maka pelanggan akan merasa semakin puas (Priansa, 2017). Apabila pelayanan yang diberikan Onelight Photography sangat memuaskan pelanggan, tentu saja berdampak baik seperti pelanggan tetap menggunakan pelayanan dari Onelight Photography. Adanya pelayanan yang berkualitas menyebabkan meningkatnya jumlah pelanggan Onelight Photography. Berikut merupakan tabel jumlah konsumen Onelight Photography pada tahun 2015 – 2019.

Tabel 1
Konsumen Onelight Photography tahun 2015-2019

No	Tahun	Jumlah
1	2015	65
2	2016	67
3	2017	71
4	2018	89
5	2019	109
	Jumlah	401

Sumber: Onelight Photography tahun 2015 – 2019

Tabel di atas menunjukkan bahwa jumlah konsumen Onelight Photography mengalami perkembangan yang signifikan tiap tahunnya. Hal ini memperlihatkan bahwa dengan semakin bagus dan berkualitas pelayanan yang diterapkan pihak Onelight Photography kepada konsumen, maka dapat meningkatkan jumlah konsumen serta menjadikan mereka pelanggan tetap pada Onelight Photography tersebut. Semakin berkualitas pelayanan yang diberikan, maka akan menimbulkan rasa senang yang berdampak pada kesetiaan pelanggan terhadap Onelight Photography.

Penjelasan tersebut menarik peneliti guna melakukan penelitian yang berjudul “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Onelight Photography di Kabupaten Banyuwangi”. Tujuan dari penelitian ini yaitu untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan Onelight Photography di Kabupaten Banyuwangi. Oleh karena itu, dari penelitian ini dapat diberi saran kepada Onelight Photography yakni sebaiknya untuk terus meningkatkan kualitas pelayanan, terutama menambah karyawan sehingga penyelesaian hasil foto dapat dilakukan lebih cepat

Metode Penelitian

Penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Penetapan tempat penelitian memakai teknik *purposive area* yakni di Onelight Photography. Penetapan jumlah responden

untuk penelitian ini memakai teknik *simple random sampling* dengan menggunakan rumus Slovin yakni sejumlah 53 responden. Metode yang digunakan untuk mengumpulkan data yaitu metode: kuesioner, observasi, wawancara. Jenis data memakai data primer dan data sekunder. Uji instrumen data memakai uji validitas. Teknik pengolahan data yang diterapkan editing, skoring serta tabulasi. Uji asumsi klasik memakai uji normalitas serta uji heterokedastisitas. Analisis data menggunakan analisis inferensial sebagai berikut:

1. Untuk analisis regresi sederhana memakai rumus berikut:

$$\hat{Y} = \alpha + bX$$

2. Maksud analisis varian garis regresi yakni guna melihat kuat tidaknya komponen variabel bebas terhadap variabel terikat menggunakan rumus sebagai berikut:

$$R_y = \sqrt{\frac{\alpha \sum XY}{\sum Y^2}}$$

3. Uji F yaitu guna melihat pengaruh variabel X terhadap variabel Y menggunakan rumus berikut:

$$F_{reg} = \frac{R_y^2(N-m-1)}{m(1-R_y^2(1))}$$

4. Efektivitas garis regresi yaitu guna melihat berapa (%) pengaruh variabel X terhadap variabel Y, rumus yang dipakai yaitu:

$$R_y^2(1) \times 100\% = \dots \%$$

5. *Standard error of estimate* berguna untuk menghitung ukuran variasi nilai Y actual melalui garis regresinya menggunakan rumus berikut:

$$S_y = \sqrt{\frac{\sum(Y-Y_p)^2}{n-2}}$$

Hasil dan Pembahasan

A. Hasil Penelitian

Bersumber pada analisis yang dilakukan perolehan penelitian ini sudah selaras dengan maksud penelitian yakni guna membuktikan pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan Onelight Photography di Kabupaten Banyuwangi. Uji instrument penelitian menunjukkan bahwa seluruh 26 butir soal kuesioner dalam kategori valid. Untuk hasil analisis inferensial dapat dijelaskan sebagai berikut:

Tabel 2
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		Sig.	
	B	Std. Error	Beta	T		
1						
	(Constant)	4,183	1,731		2,417	,019
	Kualitas Pelayanan	,761	,047	,913	16,025	,000

Coefficients^a

a. Dependent Variable: Loyalitas Pelanggan

Sumber: Data Primer diolah (2021)

Tabel 3
Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,913 ^a	,834	,831	1,38895

Model Summary^b

a. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan

b. Dependent Variable: Loyalitas Pelanggan

Sumber: Data Primer Diolah (2021)

Berdasarkan hasil analisis pada tabel tersebut, bisa diketahui perolehan sebagai berikut:

1. Analisis garis regresi sederhana sebagai berikut: $\hat{Y} = 4,183 + 0,761X + e_i$
2. Nilai varian garis regresi sebesar 0,913 yang tergolong sangat kuat antara kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan Onelight Photography di Kabupaten Banyuwangi.
3. Untuk uji besarnya $F_{hitung} = 256,806 > F_{tabel} = 4,03$ dengan tingkat keadaan signifikan $F = 0,000 < \alpha = 0,05$. Memperlihatkan kualitas pelayanan berpengaruh penting terhadap loyalitas pelanggan Onelight Photography di Kabupaten Banyuwangi hipotesis 1 diterima.
4. Untuk efektivitas garis regresi yaitu untuk melihat jumlah angka persen pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan pelanggan Onelight Photography di Kabupaten Banyuwangi sejumlah 83,4%. sementara sisanya yaitu 16,6% ditimbulkan variabel bebas lain yang tidak diuji sebagaimana produk, *price* dan *promotion*.
5. Untuk nilai *Standart Error of Estimate* dalam analisis garis regresi sederhana senilai 1,38895.

B. Pembahasan

Berdasarkan hasil penelitian dan analisis yang dilaksanakan membuktikan terdapatnya pengaruh signifikan kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan Onelight Photography di Kabupaten Banyuwangi. Hal tersebut memperlihatkan bahwa maksud dari penelitian ini telah terpenuhi karena perolehan penelitian memperlihatkan terdapatnya pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan Onelight Photography di Kabupaten Banyuwangi. Sesuai pendapat (Tjiptono & Chandra, 2012) menjelaskan bahwa kualitas pelayanan diartikan sebagai tingkatan keunggulan yang diinginkan serta pengawasan atas tingkatan keunggulan tersebut guna mencukupi kemauan pengguna. Konsumen yang merasa kebutuhannya telah terpenuhi maka akan memiliki rasa puas serta rasa loyal terhadap penyedia pelayanan.

Hasil uji koefisien determinasi dengan menggunakan SPSS dapat diketahui besarnya presentase pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan Onelight Photography di Kabupaten Banyuwangi sejumlah 83,4%, sementara

lebihnya yakni 16,6% diberi pengaruh oleh faktor-faktor yang tak diuji, contohnya kualitas produk, harga, promosi (Hidayat, 2020), dimana pengaruh tersebut dikategorikan tinggi. Hal ini disebabkan terdapatnya kualitas pelayanan yang bagus menimbulkan kepuasan konsumen yang berdampak pada loyalitas pelanggan. Menurut (Ardianta Putra, 2017) kualitas pelayanan akan menimbulkan kepuasan pegawai (sebagai konsumen internal). Kepuasan pegawai akan menimbulkan perasaan setia pada golongan. Kepuasan pegawai akan menimbulkan loyalitas dalam organisasi. Pendapat tersebut menunjukkan bahwa seseorang akan mempunyai rasa loyal ketika merasa puas. Begitu halnya pada pelanggan Onelight Photography, mereka akan memiliki rasa loyalitas ketika ada rasa puas setelah menerima jasa dari Onelight Photography.

Indikator pelayanan yang berkualitas pada penelitian ini meliputi kehandalan, ketanggapan, jaminan, dan bukti fisik. Indikator kehandalan dari hasil penelitian dan hasil jawaban angket yang diisi responden dapat diketahui bahwa kemampuan pihak Onelight Photography dalam memberikan jasa foto kepada pelanggan sangat baik karena disesuaikan dengan kebutuhan dan keinginan para konsumen tetapi dengan hasil yang maksimal. Selain itu, kemampuan pihak Onelight Photography dalam melakukan editing foto maupun video juga sangat baik, karena dalam segi warna, kekontrasan, pencahayaan, maupun komposisi foto dapat diedit dengan sangat sempurna. Genre fotografi pada Onelight Photography sangat lengkap, karena meliputi *commercial photography*, *wedding photography*, portrait, buku tahunan sekolah dan semuanya dapat dilakukan kapanpun sesuai dengan permintaan pelanggan. Oleh karena itulah banyak dari konsumen yang merasa senang ketika menggunakan jasa foto Onelight Photography. Sistem jangka waktu yang diberikan pihak Onelight Photography dalam menyelesaikan pesanan pelanggan juga *on time*, tidak mengalami keterlambatan dalam menyelesaikan pesanan, sehingga membuat pelanggan sangat percaya pada jasa Onelight Photography. Hal tersebut selaras dengan pendapat Parasuraman (Lupiyoadi, 2013) kehandalan yaitu kemampuan untuk memberikan pelayanan sesuai dengan yang telah dijanjikan dengan tepat yang meliputi kesesuaian kinerja dengan harapan konsumen yang berarti ketepatan waktu, pelayanan yang sama untuk semua konsumen, sikap simpatik dan akurasi yang tinggi.

Dalam penelitian ini indikator kehandalan mempunyai dampak yang dominan terhadap loyalitas pelanggan Onelight Photography. Keadaan ini dikarenakan dengan adanya kemampuan yang handal dalam memberikan jasa photo kepada pelanggan, maka akan membuat pelanggan loyal terhadap jasa photo tersebut. Keadaan ini selaras dengan anggapan (Wijaya & Erdiansyah, 2018) yang menyampaikan bahwa terdapat dampak kualitas pelayanan fotografer pada loyalitas pelanggan jasa fotografi, yang mana variabel kehandalan memiliki pengaruh dominan terhadap loyalitas pelanggan.

Indikator ketanggapan (*responsiveness*), dari hasil penelitian dan hasil jawaban angket yang diisi responden dapat diketahui bahwa respon pihak Onelight

Photography dalam melayani pelanggan baik, karena semua pihak Onelight Photography dapat memberikan respon dengan sangat baik terutama dalam hal menangani pemotretan, maupun keluhan yang dialami oleh pelanggan dan juga informasi yang diberikan oleh pihak Onelight Photography berkaitan dengan jasa fotografi yang akan diberikan kepada pelanggan lengkap dan sebenarnya kepada pelanggan berkaitan dengan produk jasa yang dijual sesuai dengan indikator ketanggapan yaitu bersedia membantu untuk pelayanan, siap untuk merespon permintaan pelanggan dan menginformasikan pelanggan tentang kepastian pelayanan (Tjiptono & Chandra, 2016). Adanya informasi yang lengkap dan *up to date* membuat pelanggan memperoleh informasi terbaru. Selain itu tanggapan dari pihak Onelight Photography ketika ada kritikan maupun saran dan masukan yang diberikan oleh pihak Onelight Photography sangat baik dan menghargai, bahkan pihak Onelight Photography sangat senang jika ada pelanggan yang memberikan kritik terutama saran agar hasil produk foto yang dihasilkan semakin baik.

Indikator jaminan (*assurance*), dari hasil penelitian dan hasil jawaban angket yang diisi responden dapat diketahui bahwa pihak Onelight Photography dalam melayani pelanggan sangat ramah dan sopan dalam melayani pelanggan dan juga ketika terjadi kesalahan dalam hasil foto, pihak Onelight Photography bertanggung jawab penuh dan mengganti dengan yang baru. Selain itu, tingkat harga yang diberikan oleh pihak Onelight Photography kepada pelanggan dari produk jasa foto yang diberikan sangat sesuai dengan kualitas hasil foto yang diberikan. Dimana untuk hasil foto yang diberikan oleh pihak Onelight Photography sangat bagus, terutama dalam hal pencahayaan dan kejernihan foto. Berikut merupakan penjelasan dari salah satu responden

“Harganya sangat terjangkau mbak dan sesuai dengan kualitas foto yang dihasilkan, bahkan menurut saya cukup murah mbak karena hasilnya sangat bagus” (NL, 30th).

Berdasarkan pendapat tersebut dapat diketahui bahwa harga pada Onelight Photography sesuai dengan kualitas foto yang diberikan, bahkan banyak dari pelanggan yang dijadikan sebagai responden dalam penelitian ini menganggap bahwa harga yang harus dibayar terbilang murah karena hasil foto yang diberikan oleh pihak Onelight Photography sangat bagus dan memuaskan, sehingga konsumen akan makin percaya terhadap jasa yang diberikan oleh pihak Onelight Photography.

Indikator terakhir yaitu bukti fisik (*tangible*), dari hasil penelitian dan hasil jawaban angket yang diisi responden dapat diketahui bahwa peralatan dan perlengkapan yang dimiliki oleh pihak Onelight Photography pada saat melakukan pemotretan sangat lengkap. Tingkat tingkat kebersihan dan kerapian pada saat melakukan pemotretan sangat bersih dan rapi, karena pada saat melakukan pemotretan dilakukan dengan rapi dan pihak fotografer juga berpenampilan bersih dan rapi. Selain itu, kondisi studio Onelight Photography yang nyaman, luas, dan bersih, serta terdapat halaman parkir yang luas dan aman membuat banyak dari konsumen yang senang ketika melakukan pemotretan di Onelight Photography,

sesuai dengan indikator bukti fisik yaitu peralatan yang muktahir, fasilitas fisik sesuai dengan jenis produk yang ditawarkan dan berpenampilan menarik (Tjiptono, 2014).

Berdasarkan penjelasan yang berkaitan dengan hasil penelitian dan hasil jawaban angket tersebut menunjukkan bahwa kualitas pelayanan pada Onelight Photography sangat bagus. Pihak Onelight Photography mampu menerapkan pelayanan yang selaras dengan kebutuhan dan keinginan pelanggan sehingga mereka merasa senang dan akan tetap memakai jasa Onelight Photography ketika akan melakukan pemotretan. Adanya rasa loyal (setia) yang dirasakan oleh pelanggan sangat penting bagi Onelight Photography. Hal ini dikarenakan semakin banyak pelanggan yang setia menggunakan jasa Onelight Photography, maka jasa foto pada Onelight Photography akan mengalami perkembangan.

Pelayanan berkualitas memberi pengaruh dan kepuasan konsumen membuat keinginan untuk memakai lagi suatu produk (Kotler & Keller, 2012). Maksudnya semakin bagus pola pelayanan yang diterapkan dan disupport oleh tingkat kepuasan yang besar tentu menjadikan kesetiaan konsumen. Hal tersebut juga sesuai dengan penjelasan dari pemilik studio foto Onelight Photography sebagai berikut:

“Cara saya dalam mempertahankan Onelight Photography selain memberikan hasil foto yang terbaik juga kami berusaha memberikan pelayanan yang maksimal seperti ramah, telaten, cepat dalam melakukan pemotretan, serta tetap waktu dalam menyelesaikan hasil foto. Karena pelayanan itu kan juga penting mbak, agar pelanggan tetap menggunakan jasa foto di sini” (FR, 33Th).

Adapun indikator loyalitas pelanggan dalam penelitian ini meliputi pembelian ulang, tetap suka brand tersebut, selalu pilih brand tersebut, percaya bahwa brand tersebut paling baik, memberi rekomendasi brand tersebut kepada yang lain. Indikator pembelian ulang, dari hasil penelitian dan hasil jawaban angket yang diisi responden dapat diketahui bahwa pelanggan merasa senang akan kualitas pelayanan yang diterapkan pihak Onelight Photography, sehingga pelanggan berkeinginan untuk menggunakan jasa foto Onelight Photography secara berkelanjutan. Selain itu, tema fotografi yang disediakan oleh pihak Onelight Photography beragam, sehingga pelanggan berkeinginan untuk terus menggunakan jasa foto Onelight Photography ini sampai seterusnya dan menjadi pelanggan setia. Pembelian ulang yang terus menerus pada merek yang sama atau tindakan seseorang membeli suatu merek dan memberi perhatian hanya pada merek tersebut dapat disebut sebagai loyalitas (Sondakh et al., 2014)

Indikator selalu menyukai merek tersebut, dari hasil penelitian dan hasil jawaban angket yang diisi responden dapat diketahui bahwa pelanggan menyukai, karena pelayanan yang diberikan sangat memuaskan dan hasil fotonya juga sangat bagus dan juga mutu layanan yang diterapkan pihak Onelight Photography selaras dengan kemauan serta kebutuhan pelanggan. Hal ini menunjukkan bahwa loyalitas pelanggan dapat terbentuk karena adanya pelayanan yang baik. Loyalitas yang dinikmati oleh pelanggan erat kaitannya dengan pelayanan yang diterapkan pemilik

jasa (Adam, 2015). Oleh karena itulah pemilik jasa wajib mengamati kualitas pelayanan yang diterapkan pada pelanggan.

Indikator tetap memilih merek tersebut, dari hasil penelitian dan hasil jawaban angket yang diisi responden bisa dilihat bahwa para pelanggan yang menjadi responden dalam penelitian ini akan selalu menggunakan jasa Onelight Photograph untuk berbagai kepentingan, hal tersebut selaras dengan pendapat (Sangadji & Shopiah, 2013) yaitu suatu merek dapat menunjukkan kekebalan dari daya tarik produk sejenis dari pesaing (*demonstrates on immunity to the full of competition*). Pelanggan akan tetap menggunakan jasa, walaupun banyak jasa foto lainnya karena hasil foto pada Onelight Photography dianggap sangat bagus sehingga pelanggan akan terus menggunakan jasa foto Onelight Photography.

Selanjutnya, untuk indikator yakin bahwa merek tersebut yang terbaik, dari hasil penelitian dan hasil jawaban angket yang diisi responden bisa dilihat bahwa pelanggan yang menjadi responden dalam penelitian ini beranggapan bahwa jasa yang diberikan oleh Onelight Photography tersebut adalah yang terbaik karena pelayanan yang diberikan pihak Onelight Photography sangat memuaskan. Hasil foto dari Onelight Photography sangat bagus dan selaras dengan yang dibutuhkan serta yang diinginkan pelanggan sehingga pelanggan akan senang.

Indikator merekomendasikan merek tersebut pada orang lain, dari hasil penelitian dan hasil jawaban angket yang diisi responden bisa dilihat bahwa pelanggan yang menjadi responden dalam penelitian ini berkeinginan untuk merekomendasikan Onelight Photography pada yang lain karena mutu pelayanan yang diterapkan sangat memuaskan sehingga layak untuk direkomendasikan kepada orang lain. Pelanggan bersedia menceritakan hal positif kepada orang lain karena layanan yang diterapkan oleh Onelight Photography sangat menyenangkan, sehingga pelanggan akan menceritakan segi positif pada Onelight Photography tersebut kepada semua orang. Cara pelanggan merekomendasikan jasa foto Onelight Photography yaitu menceritakan langsung kepada orang lain dan membagikan di media sosial. Hal ini menunjukkan dengan adanya layanan yang menyenangkan maka konsumen merasa senang dan akan tetap menggunakan jasa foto tersebut serta akan merekomendasikan dan menceritakan hal-hal positif kepada orang lain, karena jasa pelanggan yang menjadi responden dalam penelitian ini beranggapan bahwa orang lain juga layak untuk menggunakan jasa foto pada Onelight Photography.

Hal tersebut selaras dengan anggapan (Kotler & Keller, 2016), apabila konsumen terpuaskan, kemungkinan konsumen mau *repurchase* brand tersebut sangat tinggi. Pelanggan tersebut cenderung menceritakan hal-hal positif dari *brand* tersebut. Sebaliknya, konsumen yang tidak puas kemungkinan akan mengkritik atau tidak mengindahkan *brand* tersebut. Konsumen biasanya berusaha untuk memperoleh informasi guna memastikan kualitas produk. Konsumen bisa jadi memprotes dengan mengirim keluhan kepada perusahaan, menyewah *lawyer*, atau mengirimkan keluhan ke golongan lain (seperti badan bisnis, swasta/pemerintah).

Berdasarkan uraian tersebut bisa diperoleh kesimpulan bahwa kualitas pelayanan ialah termasuk aspek yang memberi pengaruh kelayaitasan konsumen Onelight Photography di Kabupaten Banyuwangi. Bersumber pada hasil penelitian serta bahasan pada penelitian ini menunjukkan bahwa asumsi pada penelitian ini disetujui yakni terdapat dominasi signifikan kualitas pelayanan pada loyalitas pelanggan Onelight Photography di Kabupaten Banyuwangi sebesar 83,4% sementara selebihnya yaitu 16,6% didominasi faktor bebas lain tak diuji contohnya mutu produk, promosi serta harga.

Perolehan penelitian ini juga diperkokoh penelitian terdahulu dengan hasil penelitian menunjukkan bahwa ada pengaruh yang signifikan kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan yaitu sebesar 65% (Muhammad, 2018). Adapun keunggulan penelitian ini dan penelitian sebelumnya yakni penelitian ini lebih terpusat pada kualitas pelayanan terutama dalam hal pelayanan pihak Onelight Photography ketika melakukan pemotretan yang meliputi kehandalan dalam melakukan pemotretan, ketanggapan dalam melayani pelanggan, jaminan hasil foto yang memuaskan sesuai dengan keinginan pelanggan serta bukti fisik dari pihak Onelight Photography baik kondisi studio foto maupun karyawan pada pihak Onelight Photography, sedangkan pada penelitian terdahulu kurang membahas mengenai kondisi studio foto dan kondisi karyawannya.

Kesimpulan

Hasil analisis data menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan sebagai variabel bebas secara signifikan berpengaruh terhadap variabel loyalitas pelanggan Onelight Photography di Kabupaten Banyuwangi sebagai variabel terikat. Hal ini dibuktikan dengan hasil uji F yang menunjukkan bahwa nilai $F_{hitung} = 256,806 > F_{tabel} = 4,03$ dengan tingkat signifikansi $F = 0,000 < \alpha = 0,05$. Nilai koefisien korelasi (varian regresi) dalam penelitian ini yaitu 0,913 dengan tingkat korelasi yang tergolong sangat kuat. Sedangkan nilai R_{square} sebesar 0,834, hal ini menunjukkan bahwa besarnya persentase kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan Onelight Photography di Kabupaten Banyuwangi sebesar 83,4% sedangkan sisanya yaitu 16,6% dipengaruhi variabel bebas lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian ini seperti kualitas produk, harga, dan promosi.

BIBLIOGRAFI

- Adam, M. (2015). *Manajemn pemasaran jasa*. PT Raja Grafindo Persada: Jakarta. March, 10.
- Ardianta Putra, H. (2017). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Konsumen Melalui Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pada Konsumen Pt. Lontar Media Digital Printing Semarang)*. <http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/>. [Google Scholar](#)
- Hidayat, T. (2020). Analisis Pengaruh Produk, Harga, Promosi Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 17.
- Kotler, & Keller. (2012). *Manajemen Pemasaran* (12th ed.). Erlangga.Yogyakarta
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Manajemen Pemasaran*. PT. Indeks.Jakarta. [Google Scholar](#)
- Lupiyoadi, R. (2013). *Manajemen Pemasaran dan Jasa Berbasis Kompetensi*. Salemba Empat. Jakarta. [Google Scholar](#)
- Muhammad, M. (2018). *Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi Empiris pada Pelanggan Foto Studio 26 Surakarta)*. Universitas Muhammadiyah Surakarta. [Google Scholar](#)
- Priansa. (2017). *Perilaku Konsumen dalam Persaingan Bisnis Kontemporer*. Alfabeta. [Google Scholar](#)
- Sangadji, & Shopiah. (2013). *Perilaku Konsumen*. Andi. Yogyakarta
- Sondakh, C., Fakutas, M., Dan, E., Universitas, B., & Ratulangi, S. (2014). *Kualitas Layanan, Citra Merek Dan Pengaruhnya Terhadap Kepuasan Nasabah Dan Loyalitas Nasabah Tabungan (Studi Pada Nasabah Taplus BNI Cabang Manado)*. [Google Scholar](#)
- Tjiptono, & Chandra. (2012). *Pemasaran Strategi*. Andi.Yogyakarta
- Tjiptono, F. (2014). *Service, Quality & Satisfaction* (ketiga). Andi. Yogyakarta [Google Scholar](#)
- Tjiptono, F., & Chandra, G. (2016). *Pemasaran Jasa (Prinsip, Penerapan dan Penelitian)*. Andi. Yogyakarta
- Wijaya, R. V., & Erdiansyah, R. (2018). *Analisis Pengaruh Kinerja dan Keistimewaan Features Fotografer Terhadap Kepuasan Konsumen Jasa Fotografi Daus Vto Photowork (DVP)*. [Google Scholar](#)
- Wijayanti, T. (2018). *Marketing Plan dalam bisnis*.Jakarta. [Google Scholar](#)

Copyright holder:

Isnalita Nofta Rosa Lina, Joko Widodo, Sri Wahyuni (2022)

First publication right:

Syntax Idea

This article is licensed under:

