



DOI: <https://doi.org/10.38035/jhesm.v3i1>
<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>

Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Loyalitas Pelanggan: Kualitas Layanan dan Kepuasan Pelanggan (Tinjauan Pustaka Manajemen Pemasaran)

Siska Aprelyani¹

¹Fakultas Ekonomi & Bisnis, Universitas Bhayangkara Jakarta Raya, Indonesia, siskaaprelyani1@gmail.com

Corresponding Author: siskaaprelyani1@gmail.com¹

Abstract: Literature Review factors that influence service quality and customer satisfaction on Customer Loyalty is a scientific article. The purpose of analyzing whether service quality and customer satisfaction to review and analyze various literature sources related to factors that influence customer loyalty. The results of this study are: 1) Service Quality affects Customer Loyalty; 2) Customer satisfaction affects Customer Loyalty. In addition to these 2 exogenous variables that affect the endogenous variable Customer Loyalty, there are still many other factors including brand image, price, product quality.

Keyword: Customer Loyalty, Service Quality, Customer Satisfaction

Abstrak: Tinjauan Pustaka faktor-faktor yang mempengaruhi kualitas layanan dan kepuasan pelanggan pada Loyalitas pelanggan adalah artikel ilmiah. Tujuan untuk menganalisa apakah kualitas layanan dan kepuasan pelanggan untuk mengkaji dan menganalisis berbagai sumber pustaka terkait faktor-faktor yang mempengaruhi loyalitas pelanggan. Hasil dari penelitian ini adalah: 1) Kualitas Layanan berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan; 2) Kepuasan pelanggan berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan. Selain dari 2 variabel exogen ini yang mempengaruhi variabel endogen Loyalitas Pelanggan masih banyak faktor lain diantaranya adalah citra merek, harga, kualitas produk.

Kata Kunci: Loyalitas Pelanggan, Kualitas Layanan, Kepuasan Pelanggan.

PENDAHULUAN

Loyalitas pelanggan adalah salah satu indikator penting dalam kesuksesan jangka panjang sebuah perusahaan. Dalam lingkungan bisnis yang semakin kompetitif saat ini, pelanggan memiliki berbagai pilihan yang tersedia, sehingga penting bagi perusahaan untuk mempertahankan pelanggan yang ada. Loyalitas pelanggan tidak hanya mencerminkan pengulangan pembelian, tetapi juga sikap positif yang dapat mengarah pada rekomendasi serta pengurangan risiko beralih ke pesaing. Oleh karena itu, perusahaan perlu memahami

faktor-faktor yang mempengaruhi loyalitas pelanggan agar dapat mengembangkan strategi yang tepat dalam mempertahankan basis pelanggan.

Beberapa faktor yang sering disebut dengan literatur pemasaran adalah kualitas layanan dan kepuasan pelanggan. Kualitas layanan yang baik tidak hanya memastikan kebutuhan pelanggan terpenuhi, tetapi juga menciptakan pengalaman yang menyenangkan yang mendorong mereka untuk kembali. Selain itu, kualitas layanan yang konsisten dapat menciptakan hubungan yang lebih kuat antara perusahaan dan pelanggan, memperkuat ikatan loyalitas yang terbentuk. Sementara itu, Kepuasan pelanggan yang terjaga dengan baik juga dapat menghasilkan keuntungan jangka panjang, karena pelanggan yang puas cenderung lebih bersedia untuk membayar harga premium, memberikan umpan balik konstruktif dan lebih mudah menerima perubahan atau peningkatan dalam produk atau layanan yang ditawarkan. Hal ini pada akhirnya akan menciptakan hubungan saling menguntungkan antara perusahaan dan pelanggan.

Artikel ini bertujuan untuk membahas faktor-faktor yang mempengaruhi loyalitas pelanggan, dengan fokus pada dua elemen kunci: kualitas layanan dan kepuasan pelanggan. Penelitian ini akan menggali lebih dalam tentang bagaimana kedua faktor ini mempengaruhi keputusan pelanggan untuk tetap setia kepada perusahaan, serta dapat mengoptimalkan keduanya untuk meningkatkan tingkat loyalitas pelanggan. Selain itu, artikel ini juga akan menyajikan berbagai temuan dari jurnal akademik Indonesia yang relevan, untuk memberikan gambaran yang lebih komprehensif tentang topik ini.

Penelitian ini memiliki tujuan yaitu untuk mengetahui apakah kualitas layanan dan kepuasan pelanggan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan. Berdasarkan referensi dari permasalahan yang telah dijelaskan sebelumnya, pertanyaan artikel ilmiah ini sebagai berikut:

1. Apakah Kualitas Layanan berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan ?
2. Apakah Kepuasan Pelanggan berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan ?

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kajian pustaka, yang bertujuan untuk mengkaji dan menganalisis berbagai sumber pustaka terkait faktor-faktor yang mempengaruhi loyalitas pelanggan, khususnya dalam konteks kualitas layanan dan kepuasan produk. Metode ini dipilih karena bertujuan untuk mengidentifikasi, mengorganisasikan, dan menginterpretasikan temuan-temuan relevan dari berbagai penelitian terdahulu yang terkait dengan topik ini.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Hasil dari artikel ini berdasarkan latar belakang masalah, tujuan dan metode adalah sebagai berikut :

Loyalitas Pelanggan

Menurut Griffin (1995) dalam (Ali, H et al., 2022) Loyalitas pelanggan ialah mesin penggerak kesuksesan suatu bisnis. Namun usaha mempertahankan konsumen yang merupakan bagian penting dalam menciptakan loyalitas pelanggan bukanlah merupakan hal yang sederhana, karena perusahaan harus mengintegrasikan semua dimensi bisnis dan menentukan bagaimana sebaiknya menciptakan nilai bagi konsumennya. Dengan menciptakan nilai bagi konsumennya akan membangun loyalitas konsumen dan mempertahankannya. Loyalitas pelanggan adalah kesetiaan konsumen terhadap merek tertentu, yang mendorong mereka untuk membeli kembali produk tersebut secara terus-menerus dan menghindari merek pesaing (Kotler & Keller, 2016).

Indikator Loyalitas Pelanggan, meliputi: 1) Repeat Purchase (kesetiaan terhadap pembelian produk), (2) Retention (Ketahanan terhadap pengaruh yang negatif mengenai perusahaan, dan (3) Referrals (mereferensikan secara total eksistensi perusahaan).

Loyalitas Pelanggan ini telah banyak diteliti oleh peneliti sebelumnya, meliputi: (Hernandes, F., & Ali, H., 2024) , (Ali, H., & Ekawati, N., 2017) , (Yunita, D., & Ali, H., 2017) , (Ali, H et al., 2022).

Kualitas Layanan

Kualitas layanan adalah sejauh mana perusahaan memenuhi ekspektasi konsumen dalam hal pelayanan, seperti kecepatan, keramahan, dan keandalan. Di sisi lain, kualitas produk mengacu pada kemampuan suatu produk untuk memenuhi atau melampaui harapan konsumen terkait fungsionalitas, durabilitas, dan daya tahan (Fahlevi, R. A., & Ali, H., 2024). Pelanggan akan menilai kualitas sebuah jasa yang dirasakan berdasarkan apa yang mereka deskripsikan dalam benak mereka. Pelanggan akan beralih ke penyedia jasa lain yang lebih mampu memahami kebutuhan spesifik pelanggan dan memberikan layanan yang lebih baik (Agussalim, M., & Ali, H., 2017).

Menurut (Cahyono et al., 2020) mengemukakan terdapat lima indikator kualitas pelayanan antara lain: 1) Keandalan (Reliability); 2) Ketanggapan (Responsiveness); 3) Jaminan (Assurance); 4) Empati (Empathy); 5) Berwujud (Tangibles).

Kualitas Layanan ini telah diteliti oleh peneliti sebelumnya, meliputi: (Pratama, D. R., & Ali, H., 2024) , (Ibrahim, A. M., & Ali, H., 2024) , (Agussalim, M., & Ali, H., 2017) , (Azhari, F., & Ali, H., 2024).

Kepuasan Pelanggan

Menurut (Ali, H et al., 2022) Kepuasan pelanggan merupakan salah satu hal yang memiliki peranan penting dalam bisnis. Kepuasan pelanggan merupakan tonggak utama dalam keberhasilan suatu perusahaan. Oleh karena itu, dalam upaya pemenuhan kepuasan konsumen, perusahaan harus jeli dalam mengetahui pergeseran kebutuhan dan keinginan konsumen yang setiap saat berubah. Kepuasan pelanggan dapat diartikan sebagai perbandingan antara ekspektasi atau ekspektasi sebelum pembelian dengan persepsi kinerja pasca pembelian (Tjiptono, 2019).

Menurut (Hermanto & Nainggolan, 2020) ada enam indikator kepuasan konsumen yaitu: 1) kepuasan pelanggan keseluruhan; 2) Penilaian pelanggan; 3) Konfirmasi harapan; 4) Minat pembelian ulang; 5) Kesiediaan untuk merekomendasi; 6) Ketidakpuasan pelanggan. Kepuasan Produk ini telah diteliti oleh peneliti sebelumnya, meliputi: (Ali, H., Hadita, H., Sawitri, N. N., & Navanti, D., 2025) , (Fahlevi, R. A., & Ali, H., 2024) , (Hia, A. M., Ali, H., & Sumartyo, F. D. S., 2022) , (Pertiwi, A. B., Ali, H., & Sumantyo, F. D. S., 2022).

Pembahasan

1) Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Loyalitas Pelanggan

Kualitas layanan memiliki pengaruh yang sangat besar terhadap loyalitas pelanggan. Layanan yang berkualitas tinggi tidak hanya mencakup aspek teknis, seperti kecepatan atau keakuratan pelayanan, tetapi juga pengalaman emosional yang dirasakan pelanggan selama berinteraksi dengan perusahaan. Ketika pelanggan merasa dihargai dan diperlakukan dengan baik, mereka cenderung lebih loyal dan enggan beralih ke pesaing. Kualitas layanan yang konsisten dan responsif dapat memperkuat hubungan antara perusahaan dan pelanggan, yang pada gilirannya meningkatkan kepuasan dan meningkatkan kemungkinan pelanggan untuk tetap setia dalam jangka panjang.

Kualitas layanan yang baik dapat mendorong kepuasan pelanggan, yang membantu membentuk loyalitas pelanggan. Perusahaan yang ingin meningkatkan loyalitas pelanggan perlu memahami hubungan kompleks ini dan memfokuskan upaya pada peningkatan kualitas layanan untuk menciptakan pengalaman yang memuaskan bagi pelanggan, yang akan mendukung pembentukan loyalitas yang kuat. Semakin tinggi kualitas layanan yang diberikan oleh perusahaan penyedia jasa layanan, maka akan semakin tinggi juga loyalitas yang dimiliki oleh pelanggan

Kualitas pelayanan tidak hanya melibatkan pemenuhan kebutuhan pelanggan tetapi juga mencakup tingkat keunggulan yang diharapkan dan upaya pengendalian untuk memastikan bahwa tingkat keunggulan tersebut terjaga atau bahkan ditingkatkan. Kualitas pelayanan memiliki standard keunggulan masing-masing pada setiap smartphone (Masrurroh et al., 2023). Penelitian dari (Supiyani & Afridola, 2020) juga mendapatkan hasil bahwa ketika perusahaan mampu memberikan pelayanan yang dapat dibuktikan secara nyata seperti adanya fasilitas pelayanan yang sesuai dengan kebutuhan konsumennya dan mampu memberikan pelayanan yang sigap dan prima, maka pelanggan akan setia.

Riset ini sejalan dengan riset sebelumnya yang dilakukan oleh diantaranya yaitu : (Ali, H., & Ekawati, N., 2017) , (Pertiwi, A. B., Ali, H., & Sumantyo, F. D. S., 2022) , (Anggraini, F., & Budiarti, A., 2020) , (Insani, N. A., & Madiawati, P. N., 2020).

2) Pengaruh Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan

Kepuasan pelanggan merupakan hal yang penting bagi suatu penyedia barang atau jasa, karena pelanggan akan menyebarluaskan rasa puasannya kepada calon pelanggan lain. Kepuasan pelanggan memiliki peran yang sangat penting dalam industri yang sangat bersaing karena terdapat perbedaan yang sangat besar dalam loyalitas antara pelanggan yang sekedar puas dan yang benar-benar puas atau senang. di mana pelanggan yang puas atas barang dan jasa berkualitas yang disediakan perusahaan, maka akan menjadikan pelanggan tersebut setia terhadap perusahaan. Dengan kata lain, ketika pelanggan merasa tidak puas, maka mereka menjadi berkurang dalam memanfaatkan pelayanan tambahan di masa depan dan akan beralih ke kompetitor (Yap et al., 2012).

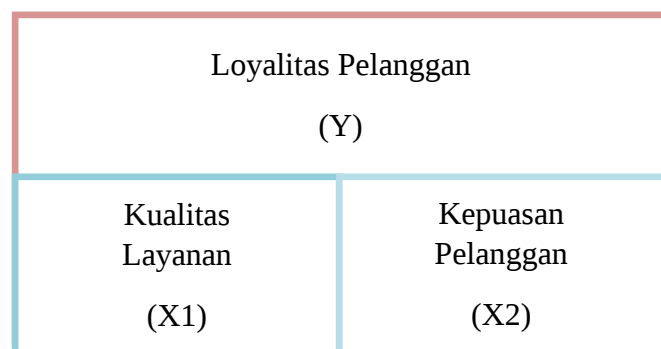
Menurut Kotler & Armstrong (2008) dalam (Pahrurrozi & Nurtjahjadi, 2024) kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang dipersepsikan produk|atau hasil terhadap ekspektasi mereka, jika kinerja gagal memenuhi ekspektasi pelanggan akan tidak puas, jika kinerja melebihi ekspektasi, pelanggan akan puas karena konsumen sering membentuk persepsi yang lebih menyenangkan dengan merek yang mereka anggap positif.

Dengan persaingan yang semakin ketat di dunia bisnis, banyak perusahaan yang mulai bersaing untuk memberikan kepuasan pelanggan. Hal ini dilakukan dengan tujuan agar pelanggan menjadi setia terhadap perusahaan. Jika ada hubungan yang positif antara kepuasan pelanggan dalam suatu perusahaan, maka kepuasan pelanggan terhadap suatu produk atau jasa akan sangat berpengaruh terhadap pembentukan loyalitas pelanggan.

Riset ini sejalan dengan riset sebelumnya yang dilakukan oleh diantaranya yaitu: (Fahlevi, R. A., & Ali, H., 2024) , (Hia, A. M., Ali, H., & Sumartyo, F. D. S., 2022) , (Pangesti, E. N., Resmi, S., & Utami, A. M., 2024) , (Damanik, K et al., 2024).

Kerangka Konseptual

Berdasarkan rumusan masalah, kajian teori, penelitian terdahulu yang relevan dan pembahasan pengaruh antar variabel, maka di perolah kerangka berfikir artikel ini seperti di bawah ini:



Gambar 1. Conceptual Framework

Dan masih banyak faktor lain yang mempengaruhi Loyalitas Pelanggan (Y) yaitu diantaranya :

- Citra Merek : (Ali, H., Octavia, A., & Saputra, F., 2024) , (Kholipah, P. D., Ali, H., & Untari, D. T., 2023) , (Ali, H et al., 2023) , (Irvana, N., & Ali, H., 2024).
- Harga : (Aprelyani, S., Ali, H., & Hadita, H., 2024) , (Anom, S., & Ali, H., 2024) , (Ramadhan, I. I., & Ali, H., 2024) , (Hamdan, H., Ali, H., & Mahaputra, M. R., 2024).
- Kualitas Produk : (Ibrahim, A. M., & Ali, H., 2024) , (Widiyanti, L., Ali, H., & Untari, D. T., 2023) , (Salsabilla, P. J., & Ali, H., 2024) , (Putra, A. S. M., Ali, H., & Nursal, M. F., 2024).

KESIMPULAN

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah kualitas layanan dan kepuasan produk berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan. Berdasarkan pertanyaan artikel maka dapat ditarik kesimpulan dari penelitian ini yaitu sebagai berikut: 1) Kualitas Layanan berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan; 2) Kepuasan Pelanggan berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan.

REFERENSI

- Agussalim, M., & Ali, H. (2017). Model Kepuasan Pelanggan: Analisis Kualitas Produk Dan Kualitas Layanan Terhadap Citra Merek Pada Giant Citra Raya Jakarta. *Jurnal Manajemen*, 21(3), 317-335.
- Ali, H., & Ekawati, N. (2017). Pengaruh Pemanfaatan E-pos dan Kualitas Layanan Jasa Pengiriman terhadap Tingkat Loyalitas Para Pelanggan Pos Indonesia Kota Batam (suatu Survei pada Kecamatan Batam Kota). *Jurnal Ilmiah Universitas Batanghari Jambi*, 12(3), 23-27.
- Ali, H., Hadita, H., Sawitri, N. N., & Navanti, D. (2025). KUALITAS PELAYANAN DAN FASILITAS TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN MELALUI KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA WORK COFFEE DI UNIVERSITAS BHAYANGKARA JAYA KAMPUS BEKASI. *SINERGI: Jurnal Riset Ilmiah*, 2(2), 1093-1109.
- Ali, H., Mahaputra, M. R., Saputra, F., Mahaputra, M. R., Maharani, A., Nofrialdi, R., ... & Satriawan, N. (2023). Influence of Brand Image: Analysis of Purchase Decision and Author Loyalty (Study on Dinasti International Journal of Management Science). *Migration Letters*, 20(6), 676-682.

- Ali, H., Octavia, A., & Saputra, F. (2024). Determinasi Kepuasan Author dan Citra Merek: Analisis Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk pada Jurnal Ilmu Multidisiplin Greenation Publisher. *Jurnal Greenation Sosial Dan Politik*, 2(2), 51-63.
- Ali, H., Zainal, V. R., & Ilhamalimy, R. R. (2022). Determination of Purchase Decisions and Customer Satisfaction: Analysis of Brand Image and Service Quality (Review Literature of Marketing Management). *Dinasti International Journal of Digital Business Management*, 3(1), 141–153. <https://doi.org/10.31933/dijdbm.v3i1.1100>
- Anom, S., & Ali, H. (2024). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Lokasi Terhadap Sistem Informasi Pemasaran. *Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial (JMPIS)*, 5(3).
- Aprelyani, S., Ali, H., & Hadita, H. (2024). Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Minat Beli Produk Skincare Somethinc Terhadap Keputusan Pembelian di E-Commerce Shopee pada Generasi Z. *Jurnal Manajemen dan Pemasaran Digital*, 2(3), 163-173.
- Azhari, F., & Ali, H. (2024). Peran Inovasi Produk, Strategi Pemasaran, dan Kualitas Layanan terhadap Peningkatan Kinerja Perusahaan. *Jurnal Manajemen Dan Pemasaran Digital*, 2(2), 72-81.
- Damanik, K., Sinaga, M., Sihombing, S., Hidajat, M., & Prakoso, O. S. (2024). Pengaruh Kualitas Layanan, Kebijakan Publik dan Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan. *Jurnal Manajemen Pendidikan dan Ilmu Sosial (JMPIS)*, 5(2).
- Fahlevi, R. A., & Ali, H. (2024). PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN MELALUI PROMOSI SEBAGAI VARIABEL INTERVENING DI PERUMDA TIRTA BHAGASASI BEKASI. *IJESM Indonesian Journal of Economics and Strategic Management*, 2(3), 2727-2735.
- Hamdan, H., Ali, H., & Mahaputra, M. R. (2024). Determining Purchasing Decisions and Customer Satisfaction based on Price and Trust: A Literature Review of Marketing Management. *Siber International Journal of Education Technology (SIJET)*, 2(1), 14-22.
- Hernandes, F., & Ali, H. (2024). Pengaruh Kualitas Layanan dan Kepercayaan Terhadap Minat Beli dan Loyalitas Pelanggan pada Minuman Chatime di Daerah Bekasi Utara. *Jurnal Manajemen dan Pemasaran Digital*, 2(1), 46-53.
- Hia, A. M., Ali, H., & Sumartyo, F. D. S. (2022). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Penjualan: Analisis Kualitas Pelayanan, Inovasi Produk dan Kepuasan Konsumen (Literature Review). *Jurnal Ilmu Multidisiplin*, 1(2), 368-379.
- Ibrahim, A. M., & Ali, H. (2024). Pengaruh Kualitas Layanan Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Keputusan Pembelian. *Jurnal Kewirausahaan dan Multi Talenta*, 2(3), 176-182.
- Irvana, N., & Ali, H. (2024). Pengaruh Brand Image, Brand Experience dan Kepuasan Pelanggan terhadap Repurchase Intention pada Kota XYZ. *Jurnal Humaniora, Ekonomi Syariah dan Muamalah*, 2(2), 88-101.
- Kholipah, P. D., Ali, H., & Untari, D. T. (2023). Pengaruh Kualitas Produk Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Mie Sedaap Dengan Loyalitas Konsumen Sebagai Intervening (Studi Pada Universitas Bhayangkara Jakarta Raya). *Jurnal Economina*, 2(11), 3392-3411.
- Pangesti, E. N., Resmi, S., & Utami, A. M. (2024). Pengaruh Kualitas Layanan dan Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan pada Badan Penyelenggaraan Jaminan Sosial Ketenagakerjaan Gunungkidul. *Cakrawangsa Bisnis: Jurnal Ilmiah Mahasiswa*, 5(1), 16-26.
- Pertiwi, A. B., Ali, H., & Sumantyo, F. D. S. (2022). Pengaruh Persepsi Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan melalui Kepuasan Pelanggan pada E-commerce Shopee. *Jurnal Ilmu Multidisiplin*, 1(2), 537-553.

- Pratama, D. R., & Ali, H. (2024). Pengaruh Strategi Pemasaran, Kualitas Produk dan Kualitas Layanan terhadap Keunggulan Bersaing Perusahaan. *Jurnal Siber Transportasi dan Logistik*, 2(1), 1-10.
- Putra, A. S. M., Ali, H., & Nursal, M. F. (2024). Pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian melalui pembelian ulang UMKM Pecel Lele Yopi Bekasi. *IJESM Indonesian Journal of Economics and Strategic Management*, 2(1), 1221-1232.
- Ramadhan, I. I., & Ali, H. (2024). Pengaruh Harga dan Promosi Terhadap Produk Baru dan Keputusan Costumer. *Jurnal Pendidikan Siber Nusantara*, 2(4), 183-188.
- Salsabilla, P. J., & Ali, H. (2024). Pengaruh Teknologi Informasi, Kreativitas, dan Kualitas Produk terhadap Strategi Bersaing Perusahaan. *Jurnal Siber Multi Disiplin*, 2(1), 18-26.
- Widiyanti, L., Ali, H., & Untari, D. T. (2023). DETERMINASI KEPUTUSAN PEMBELIAN MELALUI MINAT BELI ANALISIS: KUALITAS PRODUK DAN PROMOSI PADA MARKETPLACE SHOPEE. *JURNAL ECONOMINA*, 2(11), 3289-3301.
- Yunita, D., & Ali, H. (2017). Model of Purchasing Decision (Renting) of Generator Set : Analysis of Product Quality , Price an Service at PT . Hartekprima Listrindo. Economics, Business and Management. <https://doi.org/10.21276/sjebm.2017.4.11.12>