



Similarity Report

Metadata

Name of the organization

Universitas Muhammadiyah Sidoarjo

Title

FIX FIX FIX Parafrese

Author(s)

Coordinator

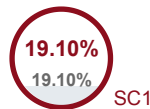
perpustakaan umsidahanin

Organizational unit

Perpustakaan

Record of similarities

SCs indicate the percentage of the number of words found in other texts compared to the total number of words in the analysed document. Please note that high coefficient values do not automatically mean plagiarism. The report must be analyzed by an authorized person.








25
The phrase length for the SC 2

4231
Length in words

31479
Length in characters

Alerts

In this section, you can find information regarding text modifications that may aim at temper with the analysis results. Invisible to the person evaluating the content of the document on a printout or in a file, they influence the phrases compared during text analysis (by causing intended misspellings) to conceal borrowings as well as to falsify values in the Similarity Report. It should be assessed whether the modifications are intentional or not.

Characters from another alphabet		0
Spreads		0
Micro spaces		1
Hidden characters		0
Paraphrases (SmartMarks)		74

Active lists of similarities

This list of sources below contains sources from various databases. The color of the text indicates in which source it was found. These sources and Similarity Coefficient values do not reflect direct plagiarism. It is necessary to open each source, analyze the content and correctness of the source crediting.

The 10 longest fragments

Color of the text

NO	TITLE OR SOURCE URL (DATABASE)	NUMBER OF IDENTICAL WORDS (FRAGMENTS)
1	https://jurnal.poliwangi.ac.id/index.php/IJENT/article/view/196/	27 0.64 %
2	https://jurnal.mahasiswa.stiesia.ac.id/index.php/jirm/article/download/5745/5788/	26 0.61 %
3	https://archive.umsida.ac.id/index.php/archive/preprint/download/4744/34047/38421	22 0.52 %
4	https://jurnal.stie-aas.ac.id/index.php/jie/article/viewFile/14540/pdf	21 0.50 %
5	https://infob.org/index.php/infob/article/download/539/160/	20 0.47 %

6	https://archive.umsida.ac.id/index.php/archive/preprint/download/4744/34047/38421	20 0.47 %
7	http://repository.unpas.ac.id/13024/4/BAB%20II.docx	20 0.47 %
8	https://jibema.murisedu.id/index.php/JIBEMA/article/view/86	19 0.45 %
9	https://repository.uinsaizu.ac.id/26959/1/Vol.%202%20No.%201%20%282022%29_%20Prosiding_%20Ekonomi%20dan%20Bisnis.pdf	17 0.40 %
10	https://www.academia.edu/103217400/Pengaruh_Kualitas_Layanan_Terhadap_Loyalitas_Dengan_Variabel_Kepuasan_Sebagai_Mediasi_DI_Kpri_Makmur_Kecamatan_Burneh_Kabupaten_Bangkalan	16 0.38 %

from RefBooks database (1.73 %)

NO	TITLE	NUMBER OF IDENTICAL WORDS (FRAGMENTS)
Source: Paperity		
1	Pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan: Studi pada Perpustakaan Institut Pertanian Bogor Fery Siswadi, Hari Muharam, Sufrin Hannan;	16 (2) 0.38 %
2	Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, dan Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Surono Surono,Pritami Salsa Agist;	12 (2) 0.28 %
3	Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan melalui Mediasi Kepuasan dan Kepercayaan Pelanggan JNE di Surabaya Barat Chelsea Kristianto;	12 (2) 0.28 %
4	Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan dan Loyalitas Anggota Koperasi Sangosay Cabang Ruteng Kabupaten Manggarai Provinsi Nusa Tenggara Timur ANGGRENI I G A A LIES,DOSOM MARIA IRMAYANTI, AGUNG I DEWA GEDE;	8 (1) 0.19 %
5	The Influence of Perceived Ease of use, Usefulness, and Security on Gen Z's Interest in using Q-Ris (Quick Response Code Indonesian Standard) as a Payment Method Intan Zoraya,Harahap Ridha Anggita;	7 (1) 0.17 %
6	PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP LOYALITAS PASIEN PENGGUNA BPJS DENGAN KEPUASAN PASIEN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING DI POLIKLINIK RAWAT JALAN RSUI BANYU BENING BOYOLALI Alwi Suddin, Untung Sriwidodo,Heri Sutanto;	7 (1) 0.17 %
7	Pengaruh Model Project Based Learning Terhadap Kreativitas Peserta Didik Dalam Pembelajaran IPS di SMP Negeri 17 Kota Bandung. Mina Holilah, Erlina Wiyanarti,Rasyid Yusmalia Raisha;	6 (1) 0.14 %
8	Pengaruh Komunikasi Pemasaran dan Kualita pelayanan terhadap Loyalitas pelanggan Ojek online maxim pada mahasiswa Febi angkatan 2019-2020 Islamudin Nurul Faqo;	5 (1) 0.12 %

from the home database (0.21 %)

NO	TITLE	NUMBER OF IDENTICAL WORDS (FRAGMENTS)
1	TUGAS AKHIR FIX_ALIVIONI AIZZATIN NABILAH_212010200237 10/30/2024 Universitas Muhammadiyah Sidoarjo (Perpustakaan)	9 (1) 0.21 %

from the Database Exchange Program (0.00 %)

NO	TITLE	NUMBER OF IDENTICAL WORDS (FRAGMENTS)
----	-------	---------------------------------------

from the Internet (17.16 %)

NO	SOURCE URL	NUMBER OF IDENTICAL WORDS (FRAGMENTS)
1	https://proceedingsiches.com/index.php/ojs/article/download/118/109	78 (8) 1.84 %
2	https://archive.umsida.ac.id/index.php/archive/preprint/download/4744/34047/38421	64 (4) 1.51 %
3	https://jbbe.lppmbinabangsa.id/index.php/jbbe/article/download/532/304/1527	51 (8) 1.21 %
4	https://repository.uinsaizu.ac.id/21355/1/khurotun%20ngaeni_PENGARUH%20KETERIKATAN%20PELANGGAN%20DAN%20ISLAMIC%20BRANDING%20TERHADAP%20LOYALITAS%20PELANGGAN%20KOSMETIK%20WARDAH%20DENGAN%20KEPUASAN%20PELANGGAN%20SEBAGAI%20VARIABLE%20INTERVENING.pdf	45 (5) 1.06 %
5	https://jurnal.stie-aas.ac.id/index.php/jie/article/viewFile/14540/pdf	44 (3) 1.04 %
6	https://repository.uinsaizu.ac.id/26959/1/Vol.%202%20No.%201%20282022%29_%20Prosiding_%20Ekonomi%20dan%20Bisnis.pdf	42 (5) 0.99 %
7	https://infob.org/index.php/infob/article/download/539/160/	30 (2) 0.71 %
8	https://digilib.uns.ac.id/dokumen/download/86506/NDg0MDgw/Kepemimpinan-Transformasional-dan-Kinerja-Karyawan-Peran-Identifikasi-Organisasional-Work-Engagement-dan-Kepribadian-Proaktif-Studi-pada-Karyawan-Hotel-Bintang-Tiga-di-Surakarta-BAB-IV.pdf	30 (3) 0.71 %
9	https://jurnal.poliwangi.ac.id/index.php/IJENT/article/view/196/	27 (1) 0.64 %
10	http://repository.unmuhjember.ac.id/12284/1/18.8_1_Buku_Ajar_MSDM_removed.pdf	27 (4) 0.64 %
11	https://jurnalmahasiswa.stiesia.ac.id/index.php/jirm/article/download/5745/5788/	26 (1) 0.61 %
12	https://jibema.murisedu.id/index.php/JIBEMA/article/view/86	25 (2) 0.59 %
13	https://ejournal-polnam.ac.id/index.php/JurnalManeksi/article/view/2796/1271	24 (4) 0.57 %
14	http://repository.unpas.ac.id/13024/4/BAB%20II.docx	20 (1) 0.47 %
15	http://repository.ums.ac.id/bitstream/handle/123456789/17320/BAB%20II.pdf	19 (3) 0.45 %
16	https://media.neliti.com/media/publications/401815-none-f965ddea.pdf	19 (3) 0.45 %
17	https://proceedings.itlrisakti.ac.id/index.php/ATLR/article/download/641/681	19 (2) 0.45 %
18	https://www.academia.edu/103217400/Pengaruh_Kualitas_Layanan_Terhadap_Loyalitas_Dengan_Variabel_Kepuasan_Sebagai_Mediasi_DI_Kpri_Makmur_Kecamatan_Burneh_Kabupaten_Bangkalan	16 (1) 0.38 %
19	https://journals.stimsukmamedan.ac.id/index.php/senashtek2/article/download/644/444/1922	15 (2) 0.35 %
20	https://devotion.greenvest.co.id/index.php/dev/article/download/311/641?inline=1	15 (2) 0.35 %
21	https://fdokumen.com/document/kualitas-layanan.html	14 (2) 0.33 %
22	https://eprints.ums.ac.id/93017/1/NASKAH%20PUBLIKASI.pdf	11 (1) 0.26 %
23	https://media.neliti.com/media/publications/98523-ID-pengaruh-kualitas-pelayanan-terhadap-loy.pdf	11 (2) 0.26 %
24	https://eprints.ums.ac.id/132497/10/HALAMAN%20DEPAN.pdf	10 (1) 0.24 %
25	https://jurnal.umk.ac.id/index.php/jsmb/article/download/8133/3200	8 (1) 0.19 %
26	https://media.neliti.com/media/publications/401505-none-17c5788a.pdf	7 (1) 0.17 %
27	https://repository.iptrisakti.ac.id/3520/1/JURNAL%20DIMSUM.pdf	7 (1) 0.17 %

28	https://repository.uinsaizu.ac.id/19499/1/FITRIYA%20RAHAYU%20ARISTI_ANALISIS%20PREFERENSI%20%26%20POTENSI%20MAHASISWA%20TERHADAP%20MINAT%20MENJADI%20AUDITOR%20SYARIAH%20PADA%20LEMBAGA%20KEUANGAN%20SYARIAH%20%28STUDI%20PADA%20MAHASISWA%20PERBANKAN%20SYARIAH%20ANGKATAN%202019%20UIN%20SAIZU%20PURWOKERTO%29.pdf	7 (1) 0.17 %
29	http://etheses.uingusdur.ac.id/6722/1/4117353_COVER%20BAB%201%20DAN%205_DP.pdf	5 (1) 0.12 %
30	https://123dok.com/document/z1d7onkp-pengaruh-kualitas-pelayanan-terhadap-kepuasan-pelanggan-express-pandemi.html	5 (1) 0.12 %
31	http://repository.iainpalu.ac.id/id/eprint/1284/1/rahayu.pdf	5 (1) 0.12 %

List of accepted fragments (no accepted fragments)

NO	CONTENTS	NUMBER OF IDENTICAL WORDS (FRAGMENTS)
----	----------	---------------------------------------

Analysis **Of Service Quality On Customer Satisfaction At** HM 25 Frozen Food Using SEM Method
 Analisis Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Di HM 25 Frozen Food Menggunakan Metode SEM

Fickry Syahrial ¹⁾, Atikha Sidhi Cahyana ^{*,2)} 1)Program Studi Teknik Industri, Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Indonesia 2) Program Studi Teknik Industri, Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Indonesia *Email Penulis Korespondensi: Atikhasidhi@umsida.ac.id

Page | 1
 6 | Page
 Page | 5

Abstract. The increasingly intense business competition requires business actors to improve service quality in order to maintain customer loyalty. However, based on customer reviews on Google Review, HM 25 Frozen Food in Jabon District, Sidoarjo Regency faces service-related issues, particularly concerning the attitude of cashiers perceived as unfriendly. This may negatively impact customer satisfaction and loyalty if not addressed promptly. **This study aims to analyze the influence of service quality** on customer satisfaction and loyalty at HM 25 Frozen Food in Sidoarjo using a **Structural Equation Modeling (SEM) approach based on Partial Least Squares (PLS)**. Service quality is measured through five main dimensions: reliability, responsiveness, assurance, empathy, and tangibles. The study involved 66 randomly selected respondents and used a Likert scale questionnaire as the research instrument. The analysis results **show that service quality has a positive and significant effect on customer satisfaction**, and customer satisfaction significantly influences customer loyalty. Additionally, **service quality also has a direct** and significant impact on loyalty. This research recommends that HM 25 Frozen Food improve its service quality through employee training and the implementation of service standards to enhance customer satisfaction and loyalty.

Keywords - Service Quality, Customer Satisfaction, Customer Loyalty, SEM-PLS

Abstrak. Persaingan **bisnis yang semakin ketat menuntut pelaku usaha untuk** meningkatkan kualitas pelayanan guna mempertahankan loyalitas pelanggan. Namun, berdasarkan ulasan pelanggan di Google Review, HM 25 Frozen Food di Kecamatan Jabon, Kabupaten Sidoarjo menghadapi permasalahan dalam aspek pelayanan, khususnya pada sikap kasir yang dianggap kurang ramah. Hal ini dapat berdampak pada kepuasan dan loyalitas pelanggan jika tidak segera ditangani. Penelitian ini dilakukan untuk mengevaluasi sejauh mana kualitas pelayanan memengaruhi tingkat kepuasan pelanggan pada HM 25 Frozen Food di Sidoarjo Dengan menerapkan pendekatan Structural Equation Modeling (SEM) yang berbasis Partial Least Square (PLS), kualitas pelayanan dinilai melalui lima aspek utama, yaitu keandalan, responsivitas, jaminan, empati, serta bukti fisik.. Penelitian ini melibatkan 66 responden yang dipilih secara acak dan dianalisis menggunakan instrumen kuisioner dengan skala Likert. **Hasil analisis menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan, dan kepuasan pelanggan juga berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan.** Selain itu, kualitas pelayanan secara langsung juga memberikan pengaruh signifikan terhadap loyalitas. Penelitian ini merekomendasikan agar HM 25 Frozen Food meningkatkan kualitas pelayanan melalui pelatihan karyawan dan penerapan standar pelayanan untuk meningkatkan kepuasan serta loyalitas pelanggan.

Kata Kunci - Frozen Food , Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pelanggan, Loyalitas Pelanggan, SEM-PLS

I. Pendahuluan

Kualitas pelayanan merupakan aspek yang mencerminkan kemampuan perusahaan dalam memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan melalui dimensi pelayanan tertentu seperti **keandalan (reliability), daya tanggap (responsiveness), jaminan (assurance), empati (empathy), dan bukti fisik** (tangible) [1]. kualitas layanan adalah proses yang **dilakukan satu pihak kepada pihak lain dengan** tujuan memberikan rasa puas atas barang atau jasa yang diberikan[2]. Pelayanan yang berkualitas tinggi akan memperkuat citra perusahaan di mata pelanggan, membangun hubungan jangka panjang, dan memberikan keunggulan kompetitif yang berkelanjutan [3].

Kualitas pelayanan yang baik akan berdampak langsung terhadap kepuasan pelanggan. Kepuasan pelanggan adalah salah satu elemen kunci dalam manajemen bisnis modern dan merupakan indikator utama dalam mengevaluasi kinerja sebuah perusahaan. Dalam literatur akademis, kepuasan pelanggan sering didefinisikan sebagai evaluasi subjektif yang dilakukan oleh pelanggan mengenaikualitas produk atau layanan yang mereka terima dibandingkan dengan harapan mereka [4]. Kepuasan merupakan hasil dari perbandingan antara ekspektasi sebelum pembelian dan persepsi terhadap pelayanan sesudahnya. Pelanggan yang mengalami kepuasan terhadap layanan cenderung menunjukkan niat untuk melakukan pembelian ulang di masa mendatang, memiliki persepsi positif terhadap merek, dan secara tidak langsung meningkatkan loyalitas [5].

Dalam jangka panjang, kepuasan pelanggan menjadi fondasi terbentuknya loyalitas pelanggan. Loyalitas pelanggan adalah kondisi psikologis yang tercermin dalam komitmen untuk terus menggunakan produk atau jasa suatu perusahaan secara konsisten. Loyalitas pelanggan merupakan faktor utama dalam menjaga keberlangsungan usaha. Pelanggan yang loyal tidak hanya memberikan kontribusi pendapatan secara berulang, tetapi juga berperan sebagai agen promosi melalui rekomendasi dari mulut ke mulut (word-of-mouth) [6]. Loyalitas juga membuat pelanggan menjadi lebih tahan terhadap promosi atau diskon dari pesaing. Oleh karena itu, perusahaan harus secara aktif mengelola kepuasan agar dapat mengubah konsumen biasa menjadi pelanggan yang loyal.

Salah satu entitas bisnis yang relevan untuk dikaji dalam konteks ini adalah HM 25 Frozen Food. HM 25 Frozen Food memiliki potensi pasar yang besar, terlihat dari tingginya tingkat kunjungan pelanggan harian, yakni sekitar 60-100 konsumen per hari. Toko ini menawarkan beragam produk makanan beku seperti nugget, bakso, cireng, dan roti beku baik dalam bentuk eceran maupun grosir. Namun, berdasarkan hasil observasi dan ulasan pelanggan melalui Google Review, ditemukan keluhan mengenai sikap petugas kasir yang kurang ramah, yang dapat menjadi indikasi lemahnya dimensi pelayanan dalam aspek assurance dan empathy.

Permasalahan tersebut menunjukkan adanya gap antara ekspektasi dan persepsi pelayanan yang diterima oleh pelanggan. Jika tidak segera diperbaiki, hal ini berisiko menurunkan kepuasan dan loyalitas pelanggan, yang pada akhirnya berdampak negatif terhadap keberlangsungan usaha. Untuk itu, diperlukan evaluasi menyeluruh mengenai kualitas pelayanan, dan sejauh mana kualitas tersebut memengaruhi kepuasan dan loyalitas pelanggan. Analisis ini akan membantu perusahaan untuk memahami variabel mana yang paling krusial dalam menciptakan pengalaman pelanggan yang positif.

Untuk menganalisis hubungan tersebut secara komprehensif, digunakan pendekatan Structural Equation Modeling (SEM) dengan metode Partial Least Square (PLS). Metode SEM berbasis PLS digunakan untuk menguji hubungan kausal, baik langsung maupun tidak langsung, antar variabel laten. Pendekatan ini sangat tepat digunakan dalam model yang kompleks seperti hubungan antara kualitas pelayanan, kepuasan pelanggan, dan loyalitas [7]. Dengan pendekatan ini, penelitian bertujuan untuk mengidentifikasi **pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan**, baik secara langsung maupun **melalui kepuasan sebagai variabel mediasi**.

Penelitian sebelumnya telah menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan pemasaran memiliki pengaruh signifikan terhadap loyalitas pengunjung. [8] menjelaskan bahwa kualitas layanan yang konsisten berperan penting dalam meningkatkan kepuasan dan loyalitas pelanggan di sektor ritel, khususnya dalam industri produk fashion. Penelitian ini menekankan bahwa pemasaran yang efektif juga mempengaruhi tingkat loyalitas, dengan kualitas layanan sebagai faktor utama yang mendukungnya.

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi teoritis dalam pengembangan model loyalitas pelanggan di sektor ritel, serta memberikan masukan praktis bagi manajemen HM 25 Frozen Food dalam merancang strategi peningkatan kualitas pelayanan guna mempertahankan dan meningkatkan loyalitas pelanggan di tengah persaingan yang semakin ketat.

II. Metode

Lokasi dan Waktu Penelitian

Dalam penelitian ini dilaksanakan pada pada toko HM 25 Frozen Food di Dusun Kaluwih, RT . 02 Rw. 01, Desa Dukuhsari, Kecamatan Jabon, Kabupaten Sidoarjo, selama 6 bulan. Dalam penelitian ini, digunakan metode kuantitatif. Metode kuantitatif merupakan penelitian yang didasarkan pada filsafat positivisme untuk menyelidiki populasi atau sampel tertentu, serta pengambilan sampel secara acak dengan pengumpulan data menggunakan instrumen. [9], analisis data bersifat statistik, tujuannya adalah untuk mengidentifikasi sejauh mana variabel kualitas pelayanan dan variabel kepuasan pelanggan mempengaruhi loyalitas pelanggan di HM 25 Frozen Food. Pendekatan kuantitatif dipilih karena penelitian ini berfokus pada pengukuran hubungan antar variabel menggunakan data numerik dan analisis statistik.

Pengumpulan Data

Pengumpulan data pada penelitian ini menggunakan instrumen kuisioner sebagai data utama, kriteria target populasi yang menjadi fokus dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen HM 25 Frozen Food. Populasi merupakan kumpulan individu yang memiliki karakteristik tertentu dan dapat dijadikan dasar untuk menarik suatu kesimpulan [10]. Dalam penelitian ini jumlah populasi tidak diketahui dengan pasti, oleh karena itu menggunakan pengukuran sampel Hair et al. (2019) dengan teknik random sampling. Penentuan ukuran sampel dalam metode SEM adalah jumlah Indikator dikalikan 5-10 parameter [11]. Dengan demikian jumlah sampel yang di tentukan dalam penelitian ini adalah 66 responden.

Metode pengumpulan data yang diterapkan dalam penelitian ini adalah melalui distribusi kuisioner menggunakan Google Form. Kuisioner disusun dengan menggunakan skala Likert yang umum digunakan dalam pembuatan kuisioner dengan nilai sebagai berikut: 1 = Sangat Tidak Setuju, 2 = Tidak Setuju, 3 = Netral, 4 = Setuju, 5 = Sangat Setuju. Tabel 2.1 Variabel penelitian

Variable X	Indikator	Butir Pertanyaan	Referensi
------------	-----------	------------------	-----------

Kualitas Pelayanan (X1)	Reliability	Pegawai memberikan informasi produk secara konsisten dan akurat.	[12]
-------------------------	-------------	--	------

	Responsive	Keluhan dari pelanggan ditanggapi dengan cepat oleh pegawai toko.	
--	------------	---	--

	Assurance	Pegawai terlihat profesional saat melayani pelanggan.	
--	-----------	---	--

	Empathy	Pegawai menunjukkan kepedulian terhadap keluhan pelanggan.	
--	---------	--	--

	Tangible	Toko HM 25 Frozen Food menyediakan fasilitas yang didukung teknologi yang memadai.	
--	----------	--	--

Kepuasan pelanggan (X2)	Puas terhadap kualitas pelayanan	Saya merasa puas dengan kualitas pelayanan toko.	[13]
-------------------------	----------------------------------	--	------

	Nilai yang dirasakan	Manfaat yang saya peroleh sesuai dengan biaya yang saya keluarkan.	
--	----------------------	--	--

	Harapan konsumen	Toko ini mampu memberikan pelayanan yang saya inginkan.	
--	------------------	---	--

Variable Y	Indikator	Butir Pertanyaan	Referensi
------------	-----------	------------------	-----------

Loyalitas Pelanggan (Y1)	Pembelian ulang	Saya akan membeli kembali produk makanan frozen food di HM 25.	[12& 13]
--------------------------	-----------------	--	----------

	Mereferensikan produk	Saya pernah menyarankan toko ini kepada teman atau keluarga.	
--	-----------------------	--	--

Menolak adayan tarik produk Saya merasa tidak perlu mencari toko lain yang serupa.

Dalam penelitian ini, teknik analisis data yang digunakan adalah Partial Least Square (PLS), yang dilakukan dengan bantuan perangkat lunak SmartPLS. SmartPLS merupakan software statistik yang memiliki tujuan serupa dengan Lisrel dan Amos, yaitu untuk menguji hubungan antara berbagai variabel. Pendekatan dengan SmartPLS dianggap sangat efektif karena tidak memerlukan banyak asumsi, serta jumlah sampel yang dibutuhkan dalam analisis relatif kecil [14]. Dalam penelitian ini, terdapat tiga tahap yang dilakukan, yaitu: 1) Analisis Outer Model. 2) Analisis Inner Model. dan 3) Pengujian Hipotesis. Alat bantu yang digunakan adalah program Smart PLS 4.0.

Diagram Alir Penelitian

Dalam melakukan penelitian ini, tahapan-tahapan yang penulis lakukan dalam melakukan penelitian adalah sebagaimana tertuang dalam Diagram Alir pada gambar 1

Gambar 2.1 Diagram Alir Penelitian

Kerangka Konseptual

Gambar 1 adalah kerangka konseptual dalam menggambarkan penelitian ini menggunakan metode SEM

Gambar 2.2 Kerangka Konseptual

Keterangan Hipotesis :

H1: Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan.

H 2: Pengaruh Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas pelanggan.

H 3: Pengaruh Kualitas pelayanan terhadap Loyalitas pelanggan.

III. Hasil dan Pembahasan

Pengumpulan Data

Penelitian ini mengumpulkan data untuk mengetahui bagaimana kualitas pelayanan mempengaruhi kepuasan pelanggan. Data diperoleh dengan cara menyebarkan kuesioner kepada 66 orang responden yang merupakan pelanggan dari HM 25 Frozen Food. Teknik pengambilan sampel menggunakan metode random sampling, dan analisis data dilakukan menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode SEM PLS

Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Deskripsi data responden penelitian berdasarkan jenis kelamin dapat dilihat pada gambar 3.1.

Gambar 3.1. Diagram Presentase Jenis Kelamin

Berdasarkan hasil pengumpulan data dari 66 responden, diketahui perempuan, sebanyak 45 orang atau 68% dari total responden. Sementara itu, responden laki-laki berjumlah 21 orang, atau 32% dari total responden.

Responden Berdasarkan Umur

Deskripsi data responden penelitian berdasarkan usia dapat dilihat pada gambar 3.2.

Gambar 3.2 Diagram Presentase Umur

Berdasarkan data dari 66 responden, diketahui bahwa kelompok umur terbanyak adalah 20-30 tahun, yaitu sebanyak 35 orang atau 53% dari total responden. Kelompok umur kurang dari 20 tahun berjumlah 23 orang atau 35%, sementara responden yang berumur 31-40 tahun sebanyak 8 orang atau 12%.

Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan

Deskripsi data responden berdasarkan Jenis Pekerjaan dapat dilihat pada gambar 3.3.

Gambar 3.3. Diagram Presentase Jenis Pekerjaan

Dari total 66 responden, mayoritas berprofesi sebagai karyawan, yaitu sebanyak 33 orang atau 50%. Kemudian, sebanyak 17 orang atau 26% merupakan mahasiswa/pelajar. Responden yang berprofesi sebagai wiraswasta berjumlah 9 orang (14%), dan sisanya 7 orang (10%) berasal dari kategori lain-lain,

Analisa Model Pengukuran (Outer Model)

Gambar 3.4 Hasil Uji Outer Model

Gambar 3.4 menunjukkan hasil pengujian model pengukuran (outer model) menggunakan pendekatan PLS-SEM. Seluruh indikator yang digunakan dalam penelitian ini memiliki nilai outer loading di atas 0,7, yang berarti setiap indikator valid dalam mengukur konstraknya masing-masing.

Uji Validitas

Uji validitas adalah sebuah metode yang digunakan untuk mengecek sejauh mana alat ukur mampu memberikan pengukuran yang tepat terhadap hal yang seharusnya diukur. Validitas pengukuran dalam penelitian ini dianalisis melalui dua komponen utama, yaitu validitas konvergen dan validitas diskriminan. Penilaian dilakukan dengan melihat seberapa besar kontribusi masing-masing item pernyataan terhadap skor total konstruk yang diukur [15].

Uji Validitas Konvergen

Sebuah indikator dianggap memenuhi validitas konvergen dengan kategori baik jika nilai outer loading lebih besar dari 0,7. Berikut

adalah nilai outer loading untuk setiap indikator pada variabel penelitian : Tabel 3.1. Hasil Outer Loading

Kualitas Pelayanan Kepuasan Pelanggan Loyalitas Pelanggan

X1.10.731	
X1.20.739	
X1.30.772	
X1.40.778	
X1.50.703	
X2.1	0.817
X2.2	0.792
X2.3	0.818
Y1.1	0.785
Y1.2	0.829
Y1.3	0.776

Sumber: Olah data Smart PLS

Dari tabel 3. 1 terlihat bahwa setiap indikator variabel penelitian memiliki nilai outer loading lebih dari 0,7. Indikator dianggap memiliki reliabilitas yang baik jika nilainya di atas 0,7. Namun, dalam penelitian tahap pengembangan skala, nilai loading factor antara 0,5 hingga 0,6 masih bisa diterima. Hal ini dapat dilihat dari tabel Outer Loading pada SmartPLS [16]. Oleh karena itu, semua indikator dianggap layak dan valid untuk digunakan dalam penelitian serta dapat digunakan untuk analisis lebih lanjut.

Selain melihat dari nilai outer loading, konfergen validity juga bisa dinilai dengan melihat nilai AVE (Average Variance Extracted), sehingga dapat dikatakan valid berdasarkan konfergen validity. Berikut nilai AVE dari setiap variabel dalam penelitian ini:

Tabel 3.2. Nilai AVE (Avarage Variance Extracted)

Variabel	AVE (Avarage Variance Extracted)	Keterangan Kualitas pelayanan (X1)	0.555	Valid
Kepuasan Pelanggan (X2)	0.655	Valid		
Loyalitas Pelanggan (Y1)	0.635	Valid		

Sumber: Olah data Smart PLS

Berdasarkan tabel diatas , setiap variabel yang memiliki nilai AVE di atas 0,5 dapat dikatakan valid, setiap variabel di penelitian ini memiliki nilai masing masing untuk kualitas pelayanan 0,555, untuk kepuasan pelanggan memiliki nilai 0,655, dan loyalitas pelanggan memiliki nilai 0,635, maka hal ini menunjukkan bahwa setiap variabel dapat di katakana valid secara validitas diskriminanan

Composite Reliability dan Cronbach's Alpha

Untuk memastikan tidak ada masalah dalam pengukuran, langkah terakhir dalam mengevaluasi model eksternal adalah menguji keterandalan model. Pengujian keterandalan ini menggunakan dua indikator, yaitu **Composite Reliability dan Cronbach's Alpha**. Kedua indikator ini digunakan untuk mengetahui sejauh mana instrumen dalam model penelitian memiliki konsistensi. Jika semua nilai variabel laten memiliki Composite Reliability lebih dari 0,7 dan Cronbach's Alpha lebih dari 0,6, maka konstruk tersebut dianggap memiliki reliabilitas yang baik, artinya kuesioner yang digunakan dalam penelitian ini konsisten.

Tabel 3.3. Hasil Composite Reability

Variabel	Composite Reability
Kualitas pelayanan (X1)	0.804
Kepuasan Pelanggan (X2)	0.737
Loyalitas Pelanggan (Y1)	0.716

Sumber: Olah data Smart PLS

Berdasarkan table 3.3 setiap variabel yang memiliki nilai Composite Reability di atas 0,7 dapat dikatakan Realibel, Setiap variabel dalam penelitian ini memiliki nilai sendiri untuk kualitas pelayanan 0,804, untuk kepuasan pelanggan memiliki nilai 0,737, dan loyalitas pelanggan memiliki nilai 0,716. Hal ini menunjukkan semua variabel dianggap telah memenuhi persyaratan reabilitas konsistensi

Tabel 3.4. Hasil Cronbach's Alpha Variabel Cronbach's Alpha Keterangan

Kualitas pelayanan (X1)	0.800	Reliabel
Kepuasan Pelanggan (X2)	0.737	Reliabel
Loyalitas Pelanggan (Y 1)	0.713	Reliabel

Sumber: Olah data Smart PLS

Berdasarkan table 3.4 menunjukkan nilai Cronbach's Alpha semua variabel dalam penelitian ini bernilai di atas >0,6 yang artinya nilai Cronbach's Alpha telah memenuhi syarat sehingga seluruh konstruk dapat dikatakan reliabel.

Analisis Model Struktural (Inner Model)

Setelah model pengukuran dinyatakan valid dan reliabel, analisis model structural dilakukan untuk menguji hubungan antar variabel laten, berikut adalah gambar dari inner model:

Gambar 3.5. Bosstraping Test Result

Gambar 3.5 menunjukkan hasil uji bootstrapping pada model struktural (inner model). Semua jalur antar variabel memiliki nilai p-value $\leq 0,05$, yang berarti hubungan antar variabel signifikan. **Kualitas pelayanan (X1) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan (X2) dan loyalitas pelanggan (Y1)**, begitu pula kepuasan pelanggan (X2) **berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan (Y1)**. Hasil ini menunjukkan bahwa semua hipotesis dalam penelitian diterima.

Uji R-Square

Nilai R-square menunjukkan seberapa besar konstruk endogen dapat dijelaskan oleh konstruk eksogen dalam model. Berikut hasil perhitungannya:

Tabel 3.5. Hasil nilai R-square

Variabel	R-Square	Adjusted R-Square
Kepuasan Pelanggan (X2)	0.526	0.518
Loyalitas Pelanggan (Y1)	0.446	0.428

Sumber: Olah data Smart PLS

Berdasarkan 3.5 diketahui bahwa nilai R-Square pada variabel kepuasan pelanggan sebesar 0,526, yang berarti bahwa Kualitas Pelayanan mampu menjelaskan sebesar 52,6% variasi atau perubahan pada Kepuasan Pelanggan. Sedangkan nilai R-Square pada variabel loyalitas pelanggan adalah sebesar 0,446, artinya bahwa Kualitas Pelayanan dan kepuasan pelanggan secara bersama-sama mampu menjelaskan 44,6% variasi pada loyalitas pelanggan. Sisanya masing-masing sebesar 47,4% dan 55,4% dipengaruhi oleh faktor lain di luar model penelitian ini.

Uji Hipotesis

Tabel 6. Hasil nilai path coefisien

Variabel	Original Sample	t-Statistics	P Value	Keterangan
Kualitas pelayanan (X1) -> Kepuasan Pelanggan (X2)	0,725	15,549	0,000	Signifikan
Kualitas pelayanan (X1) -> Loyalitas Pelanggan (Y1)	0,405	3,182	0,001	Signifikan
Kepuasan Pelanggan (X2) -> Loyalitas Pelanggan (Y1)	0,314	2,449	0,014	Signifikan

Sumber: Olah data Smart PLS

Berdasarkan tabel 6 interpretasinya sebagai berikut :

1. Hipotesis pertama bertujuan untuk menguji **pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan**. Berdasarkan hasil analisis, **diperoleh nilai t-statistic sebesar 15,549 dengan koefisien pengaruh 0,725 dan nilai p-value sebesar 0,000. Karena nilai t-statistic lebih besar dari 1,96 dan p-value kurang dari 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan**. Dengan demikian, hipotesis pertama dapat diterima.

2. Hipotesis kedua mengkaji pengaruh langsung kualitas pelayanan **terhadap loyalitas pelanggan**. Hasil uji statistik menunjukkan bahwa nilai t-statistic sebesar 3,182, dengan nilai koefisien 0,405 dan p-value sebesar 0,001. Karena nilai **t-statistic melebihi ambang batas 1,96 dan p-value lebih kecil dari 0,05, maka hipotesis** ini juga diterima. Artinya, kualitas pelayanan secara signifikan memengaruhi loyalitas pelanggan.

3. Hipotesis ketiga menguji apakah kepuasan **pelanggan memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas**. Dari hasil pengujian, **diperoleh nilai t-statistic sebesar 2,449, koefisien pengaruh 0,725, dan p-value sebesar 0,014**. Karena kedua indikator statistik memenuhi kriteria signifikansi (t-statistic $\geq 1,96$ dan **p-value $\leq 0,05$**), **maka hipotesis** ketiga diterima. **Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi tingkat** kepuasan pelanggan, maka semakin besar pula kecenderungan mereka untuk loyal terhadap perusahaan.

Pembahasan

Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan.

Hasil pengujian **menunjukkan bahwa nilai t-statistic sebesar 15,549 dan P-value sebesar 0,000. Karena nilai t-statistic $\geq 1,96$ dan P-value $\leq 0,05$, maka hipotesis** diterima, yang berarti terdapat pengaruh positif dan signifikan antara **Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan**.

Temuan ini menunjukkan **bahwa semakin baik kualitas pelayanan yang diberikan oleh perusahaan, maka semakin tinggi pula tingkat kepuasan pelanggan** yang dirasakan. Pelayanan yang tepat waktu, ramah, profesional, serta mampu memberikan solusi dengan cepat akan meningkatkan persepsi positif dari pelanggan.

Temuan dalam penelitian ini konsisten dengan hasil studi sebelumnya, sebagaimana ditunjukkan dalam [17] dan [18], yang membuktikan **bahwa kualitas pelayanan secara signifikan** meningkatkan kepuasan pelanggan.

Pengaruh Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas pelanggan.

Pengujian terhadap hipotesis kedua menunjukkan bahwa **nilai t-statistic sebesar 3,182 dan p-value sebesar 0,001**. Nilai ini menunjukkan bahwa hipotesis diterima karena t-statistic $\geq 1,96$ dan **p-value $\leq 0,05$, sehingga Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan**.

Analisis data menggunakan metode statistik menunjukkan adanya hubungan positif dan berarti antara tingkat kepuasan pelanggan terhadap tingkat loyalitas mereka. **Semakin tinggi kepuasan yang dirasakan oleh pelanggan, semakin tinggi pula tingkat loyalitasnya. Sebaliknya, jika kepuasan yang dirasakan rendah, maka loyalitas juga cenderung rendah. Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian yang** telah dilakukan oleh peneliti sebelumnya oleh [19] dan [20] yang menemukan **bahwa kepuasan pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan**.

Pengaruh Kualitas pelayanan terhadap Loyalitas pelanggan. Hasil analisis hipotesis ketiga menunjukkan bahwa nilai t-statistic sebesar 2,449 dan p-value sebesar 0,014. Karena nilai t-statistic $\geq 1,96$ dan p-value $\leq 0,05$, maka hipotesis ketiga juga diterima, yang berarti **Kepuasan Pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan**.

Artinya, pelanggan yang merasa puas atas layanan yang diterima memiliki kecenderungan untuk tetap setia dan terus menggunakan jasa perusahaan. Kepuasan menciptakan kepercayaan dan kenyamanan, yang menjadi dasar penting terbentuknya loyalitas jangka panjang.

Penelitian ini sejalan dengan [21] yang menyebutkan bahwa kepuasan adalah elemen kunci dalam membangun loyalitas, baik secara sikap maupun perilaku. Pelanggan yang puas akan merasa memiliki keterikatan emosional, sehingga tidak mudah berpaling ke pesaing.

Usulan Perbaikan Kepada Perusahaan

Berdasarkan hasil penelitian, terdapat beberapa hal yang dapat dilakukan HM 25 Frozen Food untuk meningkatkan loyalitas pelanggan:

Pertama, perusahaan perlu meningkatkan kualitas pelayanan, khususnya dalam hal sikap karyawan dan kecepatan layanan. Penerapan standar operasional pelayanan dan pelatihan berkala bagi karyawan menjadi langkah penting untuk menciptakan pengalaman belanja yang positif bagi pelanggan.

Kedua, perusahaan disarankan untuk menjaga dan meningkatkan kepuasan pelanggan dengan cara memberikan layanan yang lebih personal dan tanggap terhadap kebutuhan konsumen. Penyediaan saluran umpan balik dan tindak lanjut atas keluhan juga diperlukan untuk memastikan bahwa setiap pelanggan merasa diperhatikan dan dihargai.

Ketiga, untuk mempertahankan loyalitas pelanggan, HM 25 Frozen Food dapat mengembangkan program loyalitas, seperti sistem keanggotaan atau insentif bagi pelanggan tetap. Pendekatan ini tidak hanya meningkatkan keterikatan emosional pelanggan, tetapi juga menjadi strategi efektif dalam menghadapi persaingan pasar.

Dengan menerapkan langkah-langkah tersebut secara konsisten, diharapkan perusahaan dapat meningkatkan kepuasan serta loyalitas pelanggan.

Kesimpulan

Penelitian ini menyimpulkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap persepsi kepuasan serta kecenderungan loyalitas pelanggan di HM 25 Frozen Food. Semakin baik pelayanan yang diberikan, seperti keramahan, ketepatan waktu, dan kejelasan informasi, maka semakin tinggi kepuasan yang dirasakan pelanggan. Kepuasan tersebut kemudian mendorong terbentuknya loyalitas, ditandai dengan keinginan pelanggan untuk terus berbelanja dan merekomendasikan kepada orang lain.

Selain itu, kualitas pelayanan juga terbukti dapat membentuk loyalitas secara langsung tanpa melalui kepuasan sebagai perantara. Dengan demikian, perusahaan perlu fokus pada peningkatan mutu pelayanan sebagai strategi utama dalam menjaga kepuasan sekaligus loyalitas pelanggan, demi menghadapi persaingan usaha yang semakin ketat.

Ucapan Terima Kasih

Ucapan terima kasih disampaikan kepada Universitas Muhammadiyah Sidoarjo dan toko HM 25 Frozen Food Cabang Jabon yang telah bersedia menjadi objek penelitian.

Referensi

1. F. Kurniasari dan E. K. Sugiyanto "Dimensi Kualitas Pelayanan Sebagai Upaya Peningkatan Kepuasan Pelanggan (Studi Pada Pelanggan Hotel X Semarang)", *Bussines Management Analisis Journal*, Vol. 3, No. 2, Hal 112 - 125, 2020
2. [K. Dewi, I. G. K. H. Anglilan dan I. M. N. O. Mahardika, "Strategi Meningkatkan Peran Media Sosial Dalam Membranding Destinasi Wisata Sebagai Media Pemasaran", *Jurnal Ekonomi*, Vol. 2, No. 1, Hal 1-11, 2023.](#)
3. Mulyadi dan E. Tiorida, "Dampak Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen: Penelitian pada Ritel Tradisional di Kabupaten Subang" *Jurnal Adminisibisnis*, vol. 13, no. 1, hal. 60-71, 2024.
4. W. P. Saogo, S. Yanti dan Mursal, "Pengaruh Kualitas Layanan, Kualitas Informasi, dan Presepsi Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus pada Pengguna Aplikasi Pos Aja! PT. Pos Indonesia Cabang Batam)" Vol. 14, No. 2, Hal 94 - 107, 2024.
5. [Budiarno, I. B. N. Udayana dan A. Lukitaningsih, "Pengaruh Pualitas Layanan, Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Dalam Membentuk Loyalitas Pelanggan," *Jurnal Penelitian dan Pendidikan Ekonomi*, vol. 19, no. 2, hal. 226-233, 2022.](#)
6. L. Istiyawari dan M. R. Hanif, " [Pengaruh Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga, dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan](#)" *Jurnal Ilmiah Bidang Ilmu Ekonomi*, vol. 19, no. 3, hal. 191-201, 2021.
7. [M. Nurang, M. Fahmuddin dan H. Hafid, "Penerapan Metode Structural Equation Modelling-Partial Least Squares \(sem-pls\) Dalam Mengevaluasi Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi PRBD Di Indonesia" *Jurnal Manajemen*, vol. 1, no. 11, hal. 543-548, 2023.](#)
8. A. S. Cahyana dan D. Sukoriyo, "The Influence of Marketing and The Quality of Service to The Visitor Loyalty in Fashion Products," in *Proc. 1st Int. Conf. Intellectuals' Global Responsibility (ICIGR 2017)*, [Advances in Social Science, Education and Humanities Research](#), Atlantis Press, Jan. 2018, pp.38-40.
9. M. Y. Balaka, "Metodologi Penelitian Kuantitatif", 2022.
10. Sugiyono, "Memahami Penelitian Kualitatif", 2005.
11. I. K. S. A. Saputra, "Hubungan Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan Dengan Spp Pada Smks Pariwisata Werdi Sila Kumara", Vol. 1, No. 1, Hal 65 -77, 2025.
12. N. A. Wahyuni, "Pengaruh kualitas pelayanan, harga dan lokasi terhadap kepuasan pelanggan pada Kedai Kopi Kulo Cabang Sawojajar Malang", Skripsi Sarjana, Fakultas Ekonomi, Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang, 2021.
13. A. Annisa, "Pengaruh kualitas layanan dan kepuasan pengguna terhadap loyalitas pengguna aplikasi Shopee (Studi kasus mahasiswa FST UIN Jakarta)", Skripsi Sarjana, Fakultas Sains dan Teknologi, UIN Syarif Hidayatullah Jakarta, 2022.
14. W. A. Paramarta, N. K. Laswitarni, N. N. Menuh, I. N. Parta, N. N. S. Astini dan P. Melarantini, "Pelatihan Penggunaan Smart PLS Bagi Mahasiswa Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen Indonesia Handayani", *Journal Of Human And Education*, Vol. 4, No. 3, 2023.
15. [E. Rosita, W. Hidayat dan W. Yuliani, "Uji Validitas Dan Reliabilitas Kuesioner Perilaku Prososial", *Jurnal Fokus*, Vol. 4, No. 4, Hal 279 -284, 2021.](#)
16. [M. A. Putra dan T. Yanti, "Pengaruh Kualitas Pelayanan Publik dan Disiplin Kerja Terhadap Kepuasan Masyarakat pada Dinas Kependudukan dan Pencatatan Sipil Kabupaten Solok Selatan", *Jurnal Penelitian Multi Disiplin Bangsa*, Vol. 1, No. 1 Hal. 1-9, 2024.](#)
17. I. Y. Marcelina, K. Bintoro dan L. C. Nawangsari, "Analisis Marketing Mix pada Keputusan Pembelian di Aneka Frozen Foods", *Journal Of Sosial Science Research*, Vol. 3, No. 3, 2023.
18. D. Kusumawati, " [Pengaruh Capital Intensity, Inventory Intensity, Return On Assets\(ROA\) terhadap Tax Avoidance\(Studi Empiris Perusahaan Tambang yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia \(BEI\) Tahun 2018- 2021](#)", *Jurnal Akuntansi*, Vol 2, No. 2, 2023.
19. M. R. Ningsih, " [Pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan](#) pada obyek wisata Dumilah Water Park Madiun," *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*, vol. 7, no. 4, 2018
20. R. Febrianti dan J. Triono, "Analisis [Pengaruh Kepuasan Kerja dan Motivasi Terhadap Kinerja Karyawan Dengan Komitmen Organisasional Sebagai Variabel Intervening](#)", *Jurnal Ilmu Ekonomi Manajemen dan Akuntansi*, Vol. 1, No. 2, Hal. 105-118, 2020
21. E. T. Masunggang, E. Apriani, L. Martaria, S. Zuntika dan S. B. Syahputro, " [Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap](#)

