

The Effect Of Service Quality On Customer Loyalty, With Customer Satisfaction As A Mediating Variable

Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Mediasi

Ni Made Elysia Asmara Gita^{1*}, Ni Luh Wayan Sayang Telagawathi²

Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Pendidikan Ganesha^{1,2}

elysia@student.undiksha.ac.id^{1*}, wayan.sayang@undiksha.ac.id²

**Corresponding Author*

ABSTRACT

This study aims to analyze the effect of service quality on customer loyalty with customer satisfaction as a mediating variable at Peggy Salon Singaraja. This study uses a causal quantitative research design. The research sample consisted of 110 respondents selected using purposive sampling technique. Data were collected through questionnaires and analyzed using path analysis, Sobel test, and Variance Accounted For (VAF). The results of the study indicate that (1) service quality has a positive and significant effect on customer loyalty, (2) customer satisfaction has a positive and significant effect on customer loyalty, (3) service quality has a positive and significant effect on customer satisfaction, and (4) customer satisfaction is able to mediate the effect of service quality on customer loyalty. The results of the Sobel test obtained a t-value of 4.267 ($p < 0.05$), while the VAF value of 32.03% indicates that customer satisfaction plays a partial mediation role. These findings indicate that improving service quality that is able to create customer satisfaction will strengthen customer loyalty at Peggy Salon Singaraja.

Keywords: customer loyalty, customer satisfaction, service quality.

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan dengan kepuasan pelanggan sebagai variabel mediasi pada Peggy Salon Singaraja. Penelitian ini menggunakan desain penelitian kuantitatif kausal. Sampel penelitian berjumlah 110 responden yang dipilih menggunakan teknik purposive sampling. Data dikumpulkan melalui kuesioner dan dianalisis menggunakan analisis jalur (path analysis), uji Sobel, dan *Variance Accounted For* (VAF). Hasil penelitian menunjukkan bahwa (1) kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan, (2) kepuasan pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan, (3) kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan, serta (4) kepuasan pelanggan mampu memediasi pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan. Hasil uji Sobel memperoleh nilai t sebesar 4,267 ($p < 0,05$), sedangkan nilai VAF sebesar 32,03% menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan berperan sebagai mediasi parsial. Temuan ini mengindikasikan bahwa peningkatan kualitas pelayanan yang mampu menciptakan kepuasan pelanggan akan memperkuat loyalitas pelanggan Peggy Salon Singaraja.

Kata kunci: kepuasan pelanggan, kualitas pelayanan, loyalitas pelanggan

1. Pendahuluan

Perkembangan bisnis pada era globalisasi ini sangat marak yang mengakibatkan perusahaan bisnis saling berkompetisi, terutama pada perusahaan jasa yang saat ini mulai memperlihatkan esistensinya. Perusahaan mulai berlomba-lomba dalam menunjukan keunggulan dari produk atau jasa yang mereka tawarkan. Bisnis salon merupakan salah satu bisnis jasa yang perkembangannya sangat cepat meningkat, salon mulai bermunculan di Bali termasuk di Kota singaraja, bisnis salon mulai banyak ditemui terutama di pusat kota. Kemunculan bisnis salon ini berdampak pada masyarakat yang dimana mereka menjadi lebih peduli lagi dengan kecantikan dan perawatan diri, yang awalnya masyarakat hanya melakukan perawatan sederhana di rumah, saat ini masyarakat mulai melakukan beragam perawatan

yang di tawarkan di bisnis salon, mulai dari perawatan rambut, *make up*, *nails* dan lain sebagainya.

Salon yang cukup terkenal di Singaraja dan berada di pusat kota yaitu Peggy salon. Peggy salon ini memiliki tempat yang terbilang cukup strategis dibandingkan kompotitornya, yang dimana salon ini berada di pinggir jalan dan memiliki parkir yang cukup luas sehingga dapat menampung banyak *customers* selain itu lokasinya yang dekat dengan Kampus Undiksha dan beberapa perkantoran membuat perusahaan ini mudah diakses oleh masyarakat. Kualitas pelayanan yang dimiliki Peggy Salon ini membuat para *customers* nya menjadi betah berlama-lama berada di salon, kualitas pelayanan yang dimiliki oleh Peggy Salon ini berupa karyawan yang ramah, karyawan yang cukup banyak sehingga mempercepat proses perawatan yang dilakukan, selain itu para karyawan selalu bertanya apakah *treatment* yang dilakukan sudah sesuai dengan keinginan dari *customers*, selain itu hal yang tak kalah penting yaitu hasil dari *treatment* yang dilakukan sangat memuaskan.

Berdasarkan data kunjungan, lebih dari setengah pelanggan yang datang ke Peggy Salon selama periode Januari hingga Agustus 2025 tergolong sebagai pelanggan loyal yang dimana mereka secara konsisten memilih layanan Peggy Salon untuk memenuhi kebutuhan perawatan dan kecantikan setiap bulannya. Kehadiran pelanggan yang loyal ini menjadi faktor pendorong bagi Peggy Salon untuk terus meningkatkan kualitas pelayanan dan melakukan inovasi dalam memberikan layanan terbaik. Seiring dengan pesatnya pertumbuhan jumlah salon kecantikan di Kota Singaraja yang dimana tentunya menawarkan berbagai layanan serupa. Hal ini menyebabkan persaingan di industri salon kecantikan semakin ketat, sehingga setiap pelaku usaha, termasuk Peggy Salon, dituntut untuk terus meningkatkan kualitas pelayanan guna mempertahankan loyalitas pelanggan, dan menarik minat pelanggan.

Kualitas pelayanan merupakan suatu tindakan yang dilakukan oleh perusahaan untuk melayani kebutuhan pembeli. Kualitas pelayanan yang unik atau tidak biasa akan menjadi daya tarik tersendiri bagi pelanggan, karena pelanggan akan penasaran kemudian akhirnya mencoba jasa tersebut. Menurut Berry *et al.*, (1988) kualitas pelayanan merupakan suatu penilaian dari pelanggan dengan membandingkan apa yang mereka inginkan atau harapkan dengan apa yang sebenarnya mereka dapatkan. Kualitas pelayanan yang sesuai dengan harapan akan sangat berdampak baik bagi usaha.

Kepuasan pelanggan dapat diartikan sebagai suatu perasaan yang muncul akibat terpenuhinya ekspektasi dengan apa yang diberikan oleh perusahaan. Ekspektasi pelanggan dapat dilihat dengan melakukan riset terkait apa saja yang dibutuhkan oleh konsumen, sehingga apa yang perusahaan tawarkan sesuai dengan kebutuhan yang nantinya akan membuat konsumen puas. Oliver (1997) menyatakan bahwa kepuasan pelanggan merupakan respons konsumen atas terpenuhinya kebutuhan dan harapan yang berkaitan dengan konsumsi produk atau jasa, yang menghasilkan perasaan menyenangkan atau puas. Kepuasan merupakan perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil), produk yang dipikirkan terhadap kinerja (atau hasil) yang diharapkan seperti yang disampaikan oleh Kotler dan Keller dalam bukunya. Kepuasan pelanggan menjadi penentu keberlanjutan sebuah usaha karena dengan pelanggan merasa puas maka pelanggan akan loyal kepada usaha tersebut, rasa kecewa yang dialami oleh pelanggan akan membuat masalah kepada usaha tersebut karena pelanggan tidak akan merekomendasikan usaha tersebut kepada yang lain.

Loyalitas pelanggan merupakan hal yang sangat penting dalam usaha jasa karena dapat meningkatkan usahanya. Loyalitas pelanggan merupakan suatu komitmen pelanggan terhadap usaha yang telah didatanginya dan tidak berkeinginan untuk mencari usaha yang lain. Menurut Griffin (dalam Sari, 2009) pelanggan yang loyal merupakan seseorang yang terus menerus memilih untuk menggunakan produk atau jasa yang sama untuk memuaskan keinginannya dan memberikan efisiensi dalam pengambilan keputusan. Dilihat dari pernyataan

Griffin tersebut bahwa loyalitas merupakan tujuan inti dari suatu perusahaan atau usaha jasa yang dimana loyalitas pelanggan ini dapat memberikan manfaat seperti menjadi pelanggan setia dari usaha jasa tersebut, sehingga memungkinkan pelanggan akan merekomendasikan kepada teman, keluarga dan orang terdekat, hal itu dapat menguntungkan bagi usaha jasa karena akan semakin menambah pelanggan.

Loyalitas pelanggan bisa didapatkan dari kualitas pelayanan yang baik dan memuaskan juga dengan kepuasan pelanggan, dengan kedua hal itu akan membentuk ikatan antara usaha jasa dengan pelanggannya dalam jangka panjang.

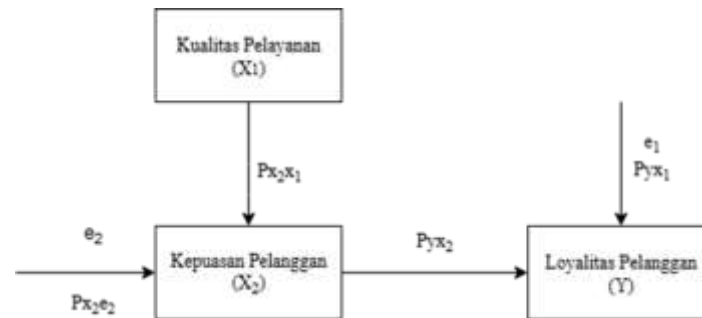
Penelitian ini menggunakan objek studi pelanggan Peggy Salon di Kota Singaraja. Berdasarkan observasi awal yang telah dilakukan menunjukkan bahwa Rata-rata skor untuk variabel loyalitas pelanggan adalah 3,87, yang termasuk dalam kategori tinggi. Temuan ini menunjukkan bahwa secara umum Peggy Salon memiliki tingkat loyalitas pelanggan yang cukup kuat. Dengan demikian rumusan masalah yang diangkat dalam penelitian ini yaitu sebagai berikut: 1) Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan di Peggy Salon?, 2) Apakah loyalitas pelanggan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan di Peggy Salon?, 3) Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan?, 4) Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan di Peggy Salon?.

Penelitian ini bertujuan untuk: 1) Menguji pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan di Peggy Salon, 2) Menguji pengaruh loyalitas pelanggan terhadap kepuasan pelanggan di Peggy Salon, 3) Menguji pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan, 4) Menguji pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan.

2. Metode Penelitian

Penelitian ini dirancang untuk mendapatkan pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan dengan kepuasan pelanggan sebagai variabel mediasi studi Peggy Salon Singaraja. Penelitian ini menggunakan metode pengambilan sampel *Non Probability Sampling* dengan teknik *purposive sampling* karena tidak semua sampel memiliki kriteria yang sesuai dengan kriteria yang diteliti. Jumlah sampel yang dibutuhkan untuk menguji model dengan menggunakan analisis jalur adalah 5-10 kali jumlah parameter, dalam penelitian ini menggunakan 11 indikator, maka jumlah sampel maksimum yang digunakan adalah 110 dengan menyebarkan sampel sebanyak 140 sampel. Data primer yang dikumpulkan akan diuji instrumen melalui uji validitas dan reliabilitas.

Penelitian ini memiliki satu variabel endogen yaitu kualitas pelayanan, satu variabel eksogenous yaitu loyalitas pelanggan, dan satu variabel mediasi yaitu kepuasan pelanggan. Indikator yang digunakan dalam variabel kualitas pelayanan diadopsi dari Lupiyoadi (2001), Variabel kepuasan Pelanggan diadopsi dari Anderson & Mittal, 2000, dan Variabel Loyalitas Pelanggan diadopsi dari Kotler, 1999, yang diukur dengan Skala Likert 5 poin dari sangat setuju sampai sangat tidak setuju. Hipotesis dalam penelitian ini akan diuji dengan analisis jalur (*Path Analysis*). Analisis jalur adalah perluasan dari analisis regresi untuk menaksir hubungan kausalitas antar variabel sesuai dengan teori yang telah ditetapkan (Ghozali, 2021). Dilakukan juga uji sobel untuk mengetahui kekuatan pengaruh tidak langsung variabel kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan. uji efek mediasi dengan metode VAF (*Variance Accounted For*) juga dilakukan untuk menunjukkan hubungan antara variabel independen dan dependen melalui variabel mediasi.



Gambar 1. Model Struktur Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan

3. Hasil dan Pembahasan

Penelitian ini melibatkan 110 responden yang merupakan pelanggan Peggy Salon Singaraja. Berdasarkan analisis deskriptif, kualitas pelayanan memperoleh nilai rata-rata sebesar 3,896, kepuasan pelanggan sebesar 3,739, dan loyalitas pelanggan sebesar 3,694. Hasil analisis deskriptif menunjukkan bahwa kualitas pelayanan, kepuasan pelanggan, dan loyalitas pelanggan berada pada kategori baik. Temuan ini mengindikasikan bahwa secara umum pelanggan memiliki persepsi yang positif terhadap kualitas pelayanan yang diberikan Peggy Salon, merasa puas atas pelayanan yang diterima, serta menunjukkan kecenderungan untuk tetap menggunakan jasa salon dan merekomendasikannya kepada orang lain. Uji validitas dalam penelitian ini dinyatakan valid karena nilai yang diperoleh lebih dari 0,30 serta uji reliabilitas dalam penelitian ini bernilai lebih dari 0,70 oleh karena itu penelitian ini dikatakan reliabel.

Hasil analisis inferensial menunjukkan bahwa seluruh hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini diterima. Kualitas pelayanan terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan maupun kepuasan pelanggan. Selain itu, kepuasan pelanggan juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Hasil uji mediasi menggunakan *Sobel Test* dan *Variance Accounted For* (VAF) menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan berperan sebagai variabel mediasi parsial dalam hubungan antara kualitas pelayanan dan loyalitas pelanggan. Temuan ini menunjukkan bahwa loyalitas pelanggan tidak hanya dipengaruhi secara langsung oleh kualitas pelayanan, tetapi juga melalui peningkatan kepuasan pelanggan.

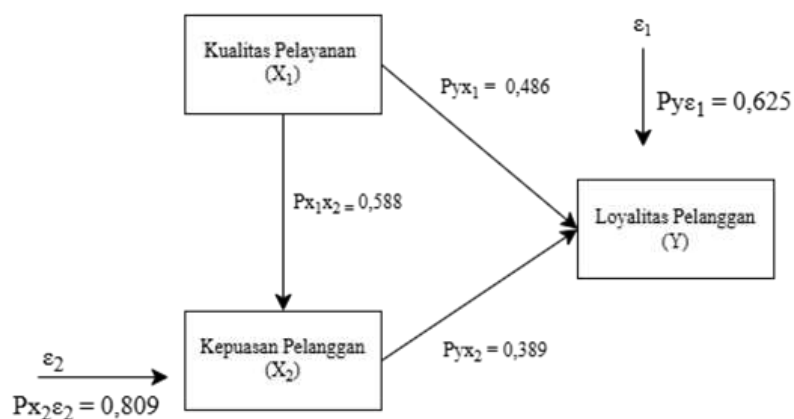
Penelitian ini menggunakan analisis jalur (*path analysis*) dikarenakan dalam penelitian ini diperuntukan untuk menguji pengaruh langsung dan tidak langsung dari satu variabel bebas, satu variabel terikat dan satu variabel mediasi yaitu kualitas pelayanan (X_1) terhadap loyalitas pelanggan (Y) melalui kepuasan pelanggan (X_2). Ringkasan hasil uji analisis dapat dilihat pada Tabel 1, serta pengaruh langsung dan tidak langsung dapat dilihat pada Tabel 2, kemudian gambar struktur keseluruhan pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan dapat dilihat pada gambar 2.

Tabel 1. Ringkasan Output SPSS Analisis Jalur

Parameter	Koefisien	(α)	p-value	Keputusan	Simpulan
$R_{yx_1x_2}$	0,780	0,05	-	Menolak H_0	Ada pengaruh positif dan signifikan dari kualitas pelayanan (X_1) kepuasan Pelanggan (X_2) terhadap loyalitas pelanggan (Y)
$R^2_{yx_1x_2}$	0,609	0,05	-	-	Besar sumbangan pengaruh kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan

Parameter	Koefisien	(α)	<i>p-value</i>	Keputusan	Simpulan
					terhadap loyalitas pelanggan sebesar 60,9%
$P_{X_1X_2}$	0,588	0,05	0,000	Menolak H_0	Ada pengaruh positif dan signifikan dari kualitas pelayanan (X_1) terhadap kepuasan pelanggan (X_2)
$P^2_{X_1X_2}$	0,345	0,05	-	-	Besar sumbangan pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan sebesar 34,5%
P_{YX_1}	0,486	0,05	0,000	Menolak H_0	Ada pengaruh positif dan signifikan dari kualitas pelayanan (X_1) terhadap loyalitas pelanggan (Y)
$P^2_{YX_1}$	0,236	0,05	-	-	Besar sumbangan pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan sebesar 23,6%
P_{YX_2}	0,389	0,05	0,000	Menolak H_0	Ada pengaruh positif dan signifikan dari kepuasan pelanggan (X_2) terhadap loyalitas pelanggan (Y)
$P^2_{YX_2}$	0,151	0,05	-	-	Besar sumbangan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan sebesar 15,1%
$P_{X_2\varepsilon_2}$	0,809	0,05	-	-	Besar sumbangan pengaruh faktor lain terhadap kepuasan pelanggan sebesar 80,9 %
$P_{Y\varepsilon_1}$	0,625	0,05	-	-	Besar sumbangan pengaruh faktor lain terhadap loyalitas pelanggan sebesar 62,5%

Sumber: Data diolah SPSS 2026



Gambar 2. Struktur Pengaruh kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan melalui Kepuasan Pelanggan

Sumber: Data diolah SPSS 2026

Besar sumbangan pengaruh langsung dan tidak langsung dalam penelitian ini dapat dilihat pada Tabel 2.

Tabel 2. Sumbangan Pengaruh Langsung dan Tidak Langsung Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan

Keterangan	Langsung	Tidak Langsung (Melalui X ₂)
X ₁ terhadap Y (Pyx ₁)	(Pyx ₁) = 0,486	-
X ₂ terhadap Y (Pyx ₂)	(Pyx ₂) = 0,389	-
X ₁ terhadap X ₂ (Px ₂ x ₁)	(Px ₂ x ₁) = 0,588	-
X ₁ terhadap Y melalui X ₂	-	(Px ₂ x ₁)(Pyx ₂) (0,588 × 0,389) = 0,229

Sumber: Data diolah SPSS 2026

Hasil analisis jalur menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan secara simultan mampu menjelaskan variasi loyalitas pelanggan sebesar 60,9% ($R^2 = 0,609$), sedangkan 39,1% sisanya dipengaruhi oleh faktor lain di luar model penelitian. Hasil pengujian hipotesis juga menunjukkan bahwa seluruh hubungan antarvariabel bersifat positif dan signifikan.

Kualitas pelayanan terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Temuan ini menunjukkan bahwa peningkatan kualitas pelayanan akan meningkatkan loyalitas pelanggan Peggy Salon. Pelanggan yang memperoleh pelayanan yang cepat, ramah, profesional, serta didukung fasilitas yang memadai cenderung melakukan kunjungan ulang dan tetap menggunakan jasa salon. Hasil penelitian ini mendukung teori Kotler (2007) yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan merupakan salah satu faktor penting dalam membangun loyalitas pelanggan. Selain itu, hasil penelitian ini sejalan dengan temuan Aryanti *et al.* (2024), Widnyana dan Suarmanayasa (2021), serta Cahyani dan Telagawathi (2024) yang menyimpulkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan.

Kepuasan pelanggan juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Hal ini menunjukkan bahwa pelanggan yang merasa puas terhadap pelayanan yang diterima memiliki kecenderungan untuk melakukan pembelian ulang, tetap menggunakan jasa perusahaan, serta merekomendasikan perusahaan kepada orang lain. Temuan ini sesuai dengan teori Kotler (2007) yang menjelaskan bahwa kepuasan pelanggan merupakan hasil evaluasi pelanggan setelah membandingkan harapan dengan kinerja layanan yang diterima. Hasil penelitian ini juga memperkuat penelitian Yulita *et al.* (2022), Jeffry *et al.* (2022), dan Luturmas (2023) yang menemukan bahwa kepuasan pelanggan berperan penting dalam meningkatkan loyalitas pelanggan.

Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Artinya, semakin baik kualitas pelayanan yang diberikan Peggy Salon, semakin tinggi pula tingkat kepuasan pelanggan. Pelayanan yang sesuai dengan harapan pelanggan akan menciptakan pengalaman yang positif sehingga meningkatkan kepuasan pelanggan. Temuan ini sejalan dengan teori Parasuraman serta Kotler (2007), yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan merupakan determinan utama kepuasan pelanggan. Hasil penelitian ini juga mendukung penelitian Jeany dan Siagian (2020) serta Aryanti *et al.* (2024).

Hasil pengujian mediasi menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan mampu memediasi pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan. Dengan demikian, kualitas pelayanan tidak hanya meningkatkan loyalitas secara langsung, tetapi juga melalui peningkatan kepuasan pelanggan. Temuan ini mengindikasikan bahwa kepuasan pelanggan menjadi mekanisme penting yang memperkuat hubungan antara kualitas pelayanan dan loyalitas pelanggan. Hasil penelitian ini konsisten dengan penelitian Kristianto (2022), Widnyana dan Suarmanayasa (2021), serta Aryanti *et al.* (2024) yang menyatakan bahwa

kepuasan pelanggan berperan sebagai variabel mediasi dalam hubungan antara kualitas pelayanan dan loyalitas pelanggan.

Hasil uji Sobel menunjukkan nilai t hitung sebesar 4,267 dengan p -value sebesar 0,00001977, sehingga nilai tersebut lebih besar dari t tabel 1,96 dan memiliki nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05. Dengan demikian, kepuasan pelanggan terbukti memediasi secara signifikan pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan sehingga hipotesis keempat diterima.

Selanjutnya, hasil pengujian *Variance Accounted For* (VAF) memperoleh nilai sebesar 32,03%. Nilai tersebut berada pada rentang 20%–80%, sehingga menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan berperan sebagai variabel mediasi parsial (*partial mediation*). Artinya, kualitas pelayanan tetap memiliki pengaruh langsung terhadap loyalitas pelanggan, namun pengaruh tersebut menjadi lebih kuat melalui peningkatan kepuasan pelanggan. Temuan ini menunjukkan bahwa semakin baik kualitas pelayanan yang diberikan Peggy Salon, semakin tinggi kepuasan pelanggan yang pada akhirnya akan meningkatkan loyalitas pelanggan. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Kristianto (2022), Widnyana dan Suarmanayasa (2021), serta Aryanti *et al.* (2024) yang menyatakan bahwa kepuasan pelanggan berperan sebagai variabel mediasi dalam hubungan antara kualitas pelayanan dan loyalitas pelanggan.

Secara keseluruhan, penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan merupakan faktor utama dalam membangun loyalitas pelanggan Peggy Salon. Upaya peningkatan loyalitas pelanggan sebaiknya difokuskan pada peningkatan kualitas pelayanan yang mampu menciptakan kepuasan pelanggan, karena kepuasan terbukti memperkuat pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan.

4. Penutup

Berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Hal ini menunjukkan bahwa semakin baik kualitas pelayanan yang diberikan, maka semakin tinggi pula loyalitas pelanggan terhadap Peggy Salon. Pelayanan yang mampu memenuhi harapan pelanggan, baik dari aspek keandalan, daya tanggap, jaminan, empati, maupun bukti fisik, akan mendorong pelanggan untuk melakukan kunjungan ulang, tetap menggunakan jasa salon, serta memberikan rekomendasi kepada orang lain.

Penelitian ini juga membuktikan bahwa kepuasan pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Pelanggan yang merasa puas terhadap pelayanan yang diterima cenderung memiliki komitmen untuk tetap menggunakan jasa Peggy Salon dibandingkan beralih ke penyedia jasa lain. Dengan demikian, kepuasan pelanggan menjadi salah satu faktor penting dalam membangun hubungan jangka panjang antara perusahaan dan pelanggan.

Selain itu, kualitas pelayanan terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hasil ini mengindikasikan bahwa peningkatan kualitas pelayanan mampu menciptakan pengalaman yang positif sehingga pelanggan merasa kebutuhan dan harapannya terpenuhi. Semakin baik pelayanan yang diberikan, semakin tinggi pula tingkat kepuasan yang dirasakan pelanggan.

Hasil pengujian mediasi menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan mampu memediasi pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan. Nilai uji Sobel sebesar 4,267 dengan p -value < 0,05 menunjukkan bahwa pengaruh tidak langsung tersebut signifikan, sedangkan nilai VAF sebesar 32,03% mengindikasikan bahwa kepuasan pelanggan berperan sebagai mediasi parsial. Artinya, kualitas pelayanan tetap memberikan pengaruh langsung terhadap loyalitas pelanggan, namun pengaruh tersebut menjadi lebih besar apabila kualitas pelayanan mampu meningkatkan kepuasan pelanggan terlebih dahulu.

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan terdapat beberapa saran untuk Peggy Salon Singaraja yaitu untuk terus meningkatkan kualitas pelayanan, khususnya pada aspek kecepatan pelayanan, keramahan karyawan, kompetensi dalam memberikan layanan, serta kenyamanan fasilitas. Upaya tersebut diharapkan mampu meningkatkan kepuasan pelanggan sehingga loyalitas pelanggan dapat dipertahankan dan ditingkatkan. Bagi peneliti selanjutnya, disarankan untuk mengembangkan model penelitian dengan menambahkan variabel lain yang berpotensi memengaruhi loyalitas pelanggan, seperti harga, citra merek, kepercayaan pelanggan, atau nilai pelanggan, sehingga diperoleh model yang lebih komprehensif.

Daftar Pustaka

- Anderson, E. W., & Mittal, V. (2000). Strengthening the satisfaction-profit chain. *Journal of Service Research*, 3(2), 107–120.
- Cahyani, P. M., & Telagawathi, N. L. W. S. (2024). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan terhadap Loyalitas Nasabah Pengguna BRI Mobile Banking. *Bisma: Jurnal Manajemen*, 10(2), 459-468.
- Ghozali, I. dan Heri S. (Eds). 2021. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 26*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Jeany, Mauli Siagian. 'Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Nasabah Terhadap Loyalitas Nasabah Pada BPR Artha Prima Perkasa', *Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis Dan Inovasi Universitas Sam Ratulangi*, 7.3 (2020), 330–41.
- Jeffry, L. A. T., Lakoy, R. W., & Dotulong, L. O. H. (2022). Pengaruh kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen terhadap loyalitas konsumen pada perusahaan transportasi Gojek Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 10(2), 1705–1714.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2007). *Manajemen pemasaran* (B. Molan, Trans.; Edisi ke-12, Jilid 1). Jakarta: Indeks. (Karya asli diterbitkan 2006)
- Kristianto, C. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan melalui Mediasi Kepuasan dan Kepercayaan Pelanggan JNE di Surabaya Barat. *PERFORMA*, 7(5), 547-563.
- Lupiyoadi, Rambat dan A. Hamdani. 2006. *Manajemen Pemasaran jasa*. Edisikedua, Jakarta: Salemba Empat
- Luturmas, J. R. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Usaha Jasa Salon Di Kota Ambon. *Jurnal Administrasi Terapan*, 2(1), 28-38. McGraw-Hill
- Oliver, Richard L. (1997). *Satisfaction: A Behavioral Perspective on the Consumer*.
- Widnyana, I. W., & Suarmanayasa, I. N. (2021). Pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah dengan kepuasan sebagai variabel mediasi pada LPD. *Bisma: Jurnal Manajemen*, 7(2), 181-191.
- Yulita, R., & Aritonang, S. (2022). Pengaruh Kualitas Layanan Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Bengkel Parna Jaya Motor. *Jurnal Akuntansi Dan Manajemen Bisnis*, 2(2), 141-148.