PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, KAPABILITAS INOVASI, DAN CITRA PERUSAHAAN TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN DENGAN KEPUASAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING

(Studi Pada Konsumen Indomaret di Daerah Sukun, Kota Malang)

Oleh :

Donny Pangestu*)
Rois Arifin)**
M. Hufron*)**
Email :
donnypangestu7@gmail.com
Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Islam Malang

ABSTRACT

The purpose of this study was to determine the effect of service quality, innovation capabilities and corporate image on consumer loyalty through satisfaction as an intervening variable.The population of this study consisted of 605 consumers of breadfruit indomaret. The sample used was 82 samples that met the criteria in the research subject. The analytical method used is the normality test, path analysis test, t test and sobel test.The results showed that there was an effect of Service Quality, Innovation Capability, and Company Image on Customer Loyalty through Customer Satisfaction at Indomaret Sukun.

***Keywords**: Service Quality, Innovation Capability, Corporate Image, Customer Loyalty and Customer Satisfaction*

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Pada era 4.0 saat ini banyak perusahaan yang berfokus pada pelanggan tetap yang melakukan pembelian secara berulang-ulang yang akan menghasilkan keuntungan tersendiri terhadap suatu perusahaan. Ketika pelanggan merasa produk yang di konsumsi sesuai dengan harapan maka dapat dipastikan pelanggan akan bersikap loyal terhadap suatu perusahaan.

Di indomaret daerah Sukun Malang terdapat kualitas pelayanan yang terbilang cukup baik dan dapat menarik konsumen untuk sering berbelanja serta melakukan transaksi di lokasi tersebut. Dari segi pelayanan nya yang ramah kepada konsumen, konsep tata letak barang dagangan yang rapi yang membuat konsumen merasa puas dalam berbelanja. Indomaret ini selain menjual barang dagang sembako dan barang kebutuhan lainnya juga melayani transaksi pembayaran listrik, pajak, pembayaran kredit sepeda motor, pulsa dan lainnya. Peneliti memilih lokasi penelitian di Indomart Sukun Malang karena lokasinya yang strategis, mudah di jangkau oleh masyarakat dan terdapat berbagai keunggulan yang tidak dimiliki oleh indomart lainnya, serta indomart tersebut juga belum ada yang melakukan penelitian.

Berdasarkan uraian maka penelitian ini diberi judul **"Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kapabilitas Inovasi, dan Citra Perusahaan Terhadap Loyalitas Konsumen Dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening (Studi pada Indomaret Sukun, Bakalankrajan)".**

Rumusan Masalah

a. Bagaimana pengaruh secara langsung Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen di Indomaret Sukun?
b. Bagaimana pengaruh secara langsung Kapabilitas Inovasi terhadap Kepuasan Konsumen di Indomaret Sukun?
c. Bagaimana pengaruh secara langsung Citra Perusahaan terhadap Kepuasan Konsumen di Indomaret Sukun?
d. Bagaimana pengaruh secara langsung Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Konsumen di Indomaret Sukun?
e. Bagaimana pengaruh secara langsung Kapabilitas Inovasi terhadap Loyalitas Konsumen di Indomaret Sukun?
f. Bagaimana pengaruh secara langsung Citra Perusahaan terhadap Loyalitas Konsumen di Indomaret Sukun?
g. Bagaimana pengaruh secara langsung Kepuasan Konsumen terhadap Loyalitas Konsumen di Indomaret Sukun?
h. Bagaimana pengaruh tidak langsung Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Konsumen dengan melalui Kepuasan Konsumen di Indomaret Sukun?
i. Bagaimana pengaruh tidak langsung Kapabilitas Inovasi terhadap Loyalitas Konsumen dengan melalui Kepuasan Konsumen di Indomaret Sukun?
j. Bagaimana pengaruh tidak langsung Citra Perusahaan terhadap Loyalitas Konsumen dengan melalui Kepuasan Konsumen di Indomaret Sukun?

Tujuan dan Manfaat Penelitian

Tujuan Penelitian

Sebagaimana rumusan permasalahan, maka tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis:

a. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh secara langsung Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen di Indomaret Sukun.
b. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh secara langsung Kapabilitas Inovasi terhadap Kepuasan Konsumen di Indomaret Sukun.
c. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh secara langsung Citra Perusahaan terhadap Kepuasan Konsumen di Indomaret Sukun.
d. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh secara langsung Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Konsumen di Indomaret Sukun.
e. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh secara langsung Kapabilitas Inovasi terhadap Loyalitas Konsumen di Indomaret Sukun.
f. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh secara langsung Citra Perusahaan terhadap Loyalitas Konsumen di Indomaret Sukun.

g. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh secara langsung Kepuasan Konsumen terhadap Loyalitas Konsumen di Indomaret Sukun.
h. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh tidak langsung Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Konsumen dengan melalui Kepuasan Konsumen di Indomaret Sukun.
i. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh tidak langsung Kapabilitas Inovasi terhadap Loyalitas Konsumen dengan melalui Kepuasan Konsumen di Indomaret Sukun.
j. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh tidak langsung Citra Perusahaan terhadap Loyalitas Konsumen dengan melalui Kepuasan Konsumen di Indomaret Sukun.

Manfaat Penelitian

Ada beberapa manfaat yang akan diperoleh dari penelitian ini sebagai berikut :

a. Bagi Penulis
   Sebagai sumber informasi bagaimana pengaruh kualitas layanan, kapabilitas inovasi, dan citra perusahaan terhadap loyalitas konsumen dengan kepuasan sebagai variabel intervening dan dapat berguna bagi pembanding serta bagi peneliti yang lainnya.
b. Bagi Perusahaan
   Sebagai saran dan masukan untuk lebih meningkatkan mengenai kualitas pelayanan, kapabilitas inovasi, dan citra perusahaan terhadap loyalitas konsumen dengan kepuasan sebagai variabel intervening.
c. Bagi Akademik
   Sebagai penambahan informasi penelitian mengenai pengaruh kualitas layanan, kapabilitas inovasi, dan citra perusahaan terhadap loyalitas konsumen dengan kepuasan sebagai variabel intervening yang bisa dijadikan referensi oleh peneliti selanjutnya.

TINJAUAN PUSTAKA

Hasil Penelitian Terdahulu

Penelitian yang dilakukan oleh Mayasari (2010) dengan judul "Analisis Pengaruh Citra Supermarket Terhadap Loyalitas Konsumen Pada Toko Alfamart Di Boyolali dengan hasil Koefisien regresi dari variabel harga, variabel pelayanan, lingkungan fisik, dan variabel kualitas produk mempunyai arah yang positif yang ditunjukkan dengan koefisien regresinya. Hasil tersebut memiliki arti jika setiap usaha meningkatan variabel citra toko yang akan di ikuti dengan naiknya tingkat loyalitas konsumen".

Penelitian yang dilakukan oleh Wilujeng (2015) dengan judul "Pengaruh keragaman produk terhadap kepuasan pelanggan pada toko modern Indomaret Kecamatan Sukun Kota Malang dengan hasil Hasil yang diperoleh adalah variabel persepsi keragaman produk tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan di Indomaret Kecamatan Sukun Malang".

Penelitian yang dilakukan oleh Milati (2016) dengan judul "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening Pada Indomaret Di Wilayah Sumbersari Jember dengan hasil Kualitas

pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada indomaret (hipotesisi satu terpenuhi), kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas konsumen pada Indomaret (hipotesisi dua terpenuhi), kualitas berpengaruh signifikan terhadap loyalitas konsumen pada Indomaret (hipotesisi tiga terpenuhi)".

Tinjauan Teori

Loyalitas Konsumen

Loyalitas adalah perilaku konsumen yang telah melakukan pembelian secara rutin dan berulang-ulang, yang di dasarkan pada unit pengambilan keputusan menurut Griffin (2010:128). Keloyalitasan dapat di berikan juga oleh pelaku bisnis bukan hanya dari keputusan konsumen untuk loyal terhadap suatu produk atau jasa. Menurut Wulf, at all (2011:35) mendefinisikan loyalitas sebagai banyaknya frekuensi ukuran konsumsi dari pembelian yang dilakukan oleh pelanggan pada suatu perusahaan. Loyalitas memiliki hubungan yang positif dari adanya keterkaitan kepuasan, kepercayaan dan komitmen dari konsumen.

Kualitas Pelayanan

Tjiptono (2011:180) mengutip dari Lewis dan Booms mendefinisikan kualitas pelayanan adalah ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan dapat sesuai dengan ekspektasi konsumen. Kualitas pelayanan dinilai oleh konsumen dan ditentukan pula dari seberapa mampu perusahaan memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen sesuai dengan ekspektasi konsumen. Sedangkan menurut Ibrahim dalam Hardiyansyah (2011:40) menjelaskan bahwa kualitas pelayanan adalah suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, dan lingkungan dimana penilaian kualitas ditentukan oleh konsumen pada saat terjadinya pemberian pelayanan public tersebut.

Kapabilitas Inovasi

Kapabilitas inovasi didefinisikan sebagai suatu ide atau gagasan yang didasarkan pada suatu objek atau benda dan diterima sebagai suatu hal baru oleh seseorang atau sekelompok menurut Suwarno (2008:9). West & Far (2012:34) juga mengartikan inovasi sebagai penerapan dan pengenalan gagasan yang sengaja, pada unit yang diterapkannnya, serta di rancang untuk memberikan keuntungan bagi individu, organisasi atau masyarakat luas.

Citra Perusahaan

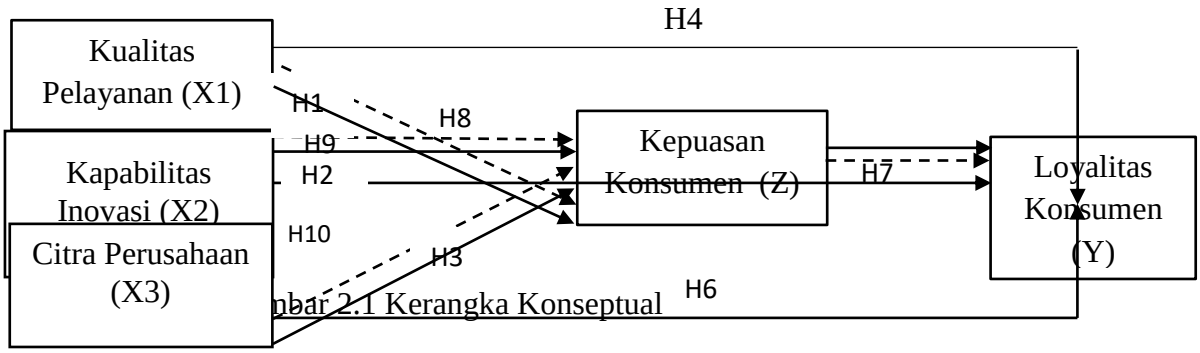
Menurut Kotler dan Keller (2013:107) mendefinisikan citra perusahaan adalah seperangkat keyakinan ide, kesan yang dimiliki oleh seseorang terhadap suatu objek . Citra menjadi tujuan pokok bagi suatu perusahaan meskipun abstrak namun dapat dirasakan oleh konsumen dengan tanda respon mereka. Citra dari perusahaan tidak dapat direkayasa yang berarti citra tidak dapat datang dengan sendirinya dan terbentuk oleh masyarakat atau konsumen. Citra di bangun dengan berbagai upaya untuk dijadikan sebuah aset penting dalam perusahaan.

Kepuasan Konsumen

Kepuasan konsumen adalah suatu sikap yang diputuskan berdasarkan pengalaman yang didapatkan. Kepuasan merupakan penilaian mengenai ciri atau keistimewaan produk atau jasa, atau produk itu sendiri, yang menyediakan tingkat kesenangan konsumen berkaitan dengan pemenuhan kebutuhan konsumsi konsumen. Kepuasan konsumen dapat diciptakan melalui kualitas, pelayanan dan nilai. Kunci untuk menghasilkan kesetian pelanggan adalah memberikan nilai pelanggan yang tinggi menurut Lovelock dan Wirtz (2011: 74).

Kerangka Konseptual

Berdasarkan tinjauan teori dan beberapa penelitian terdahulu maka kerangka konseptual dari penelitian ini dapat digambarkan sebagai berikut:



Gambar 2.1 Kerangka Konseptual

Hipotesis

H1: Kualitas Pelayanan berpengaruh secara langsung terhadap Kepuasan Konsumen di Indomaret Sukun

H2: Kapabilitas Inovasi berpengaruh secara langsung terhadap Kepuasan Konsumen di Indomaret Sukun

H3: Citra Perusahaan berpengaruh secara langsung terhadap Kepuasan Konsumen di Indomaret Sukun

H4: Kualitas Pelayanan berpengaruh secara langsung terhadap Loyalitas Konsumen di Indomaret Sukun

H5: Kapabilitas Inovasi berpengaruh secara langsung terhadap Loyalitas Konsumen di Indomaret Sukun

H6: Citra Perusahaan berpengaruh secara langsung terhadap Loyalitas Konsumen di Indomaret Sukun

H7: Kepuasan Konsumen berpengaruh secara langsung terhadap Loyalitas Konsumen di Indomaret Sukun.

H8: Kualitas Pelayanan secara tidak langsung terhadap Loyalitas Konsumen dengan melalui Kepuasan Konsumen di Indomaret Sukun.

H9: Kapabilitas Inovasi berpengaruh secara tidak langsung terhadap Loyalitas Konsumen dengan melalui Kepuasan Konsumen di Indomaret Sukun.

H0: Citra Perusahaan berpengaruh secara tidak langsung terhadap Loyalitas Konsumen dengan melalui Kepuasan Konsumen di Indomaret Sukun.

METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kuantitatif. Penelian ini bertujuan untuk menjelaskan dan menganalisis pengaruh kualitas pelayanan, kapabilitas inovasi, dan citra perusahaan terhadap loyalitas konsumen dengan kepuasan sebagai variabel intervening.

Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh penelitian untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono,2015:148). Populasi yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari jumlah keseluruhan dari obyek penelitian yaitu pengunjung yang berbelanja di Indomaret Sukun, Malang sebanyak 650 orang per bulan.

Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi dan harus bersifat representatif atau mewakili (Sugiyono, 2015:149). Ukuran sampel dari suatu populasi dapat menggunakan berbagai cara, salah satunya adalah dengan teknik *Slovin.* Berdasarskan perhitungan diperoleh ukuran sampel minimal yang digunakan dalam penelitian dengan *e*=0,1 dan derajat kepercayaan 10% adalah 82 orang. Pada penelitian ini peneliti juga memakai tehnik pengambilan sampel dengan *nonprobability sampling* yakni suatu tehnik pengambilan sampel yang tidak akan memberi peluang atau kesempatan yang sama kepada para anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel. Sedangkan cara untuk penarikan sampel dalam penelitian ini menggunakan tehnik *purposive sampling* yang merupakan teknik penentuan sampel dengan memilih anggota sampel atas dasar tujuan dan pertimbangan tertentu. Adapun kriteria dari sampel adalah :

1) Seluruh konsumen yang pernah membeli di Indomaret Sukun
2) Usia minimal 17 tahun
3) Telah melakukan pembelian minimal 2-3x.
   Berdasarkan hasil penelitian maka jumlah sampel yang digunakan sekitar 82 responden.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Gambaran Umum Penelitian

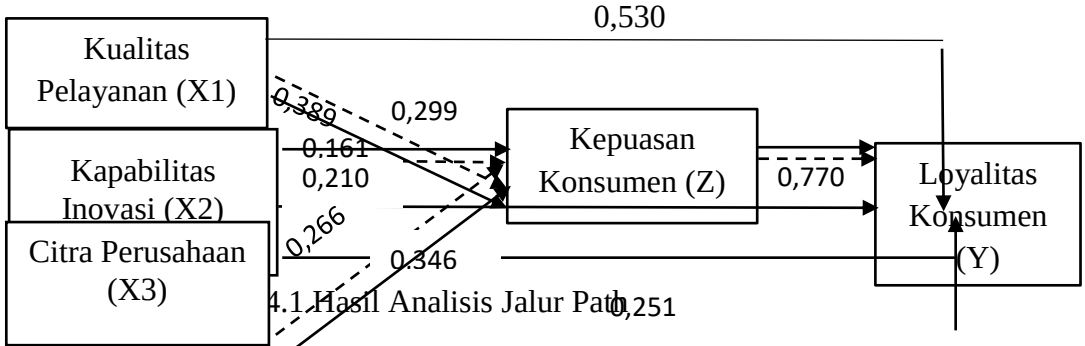
Penelitian ini berjenis penelitian kuantitatif yang berbentuk angka. Dimana data yang digunakan melalui penyebaran kuesioner secara langsung oleh peneliti. Penelitian dilakukan pada konsumen Indomaret Sukun, Malang. Alat uji yang digunakan menggunakan *software* aplikasi SPSS.

Penelitian ini digunakan untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan, kapabilitas inovasi dan citra perusahaan terhadap loyalitas konsumen dengan kepuasan konsumen sebagai variabel intervening di Indomaret Sukun, Malang. Sampel dalam penelitian ini sebanyak 82 responden. Penyebaran kuesioner dilakukan pada konsumen yang datang ke Indomaret Sukun, Malang.

Pembahasan
Uji Asumsi Klasik

1. **Uji Validitas**
   Berdasarkan tabel 4.5 dapat disimpulkan bahwa semua item pertanyaan yang ada dalam kuesioner memiliki nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$ sebesar 0,205 yang berarti semua item yang ada dalam kuesioner valid. Total pertanyaan yang ada dalam kuesioner berjumlah 15 pertanyaan, yang masing-masing terdiri dari 4 dan 3 item pertanyaan mengenai kualitas pelayanan (X1), 4 item pertanyaan mengenai citra perusahaan (X2), 3 item pertanyaan mengenai kapabilitas inovasi (X3), 4 item pertanyaan mengenai loyalitas konsumen (Y), 4 item pertanyaan mengenai kepuasan konsumen (Z).
2. **Uji Reliabilitas**
   Berdasarkan tabel 4.6 diatas, dapat disimpulkan bahwa setiap variabel memiliki *Cronbach Alpha* > 0,60. Dengan nilai pada variabel kualitas pelayanan adalah 0,722, pada variabel kapabilitas inovasi adalah 0,657, pada variabel citra perusahaan adalah 0,792, pada variabel loyalitas kosumen adalah 0,889 dan pada variabel kepuasan konsumen adalah 0,806.
3. **Uji Normalitas**
   Uji Normalitas pada umumnya digunakan untuk menguji data dalam sebuah model regresi mempunyai distribusi yang normal atau tidak. Data yang dikatakan normal adalah data yang apabila di test dengan menggunakan uji *Kolmogorov-Smirnov* menunjukkan hasil lebih dari 0,05 bahwa semua variabel berdistribusi normal karena dari Asmp. Sig lebih besar dari 0,05. Dengan demikian dapat dikatakan telah memenuhi asumsi normalitas dalam model regresi.

Analisis Jalur (Uji Path)



4.1 Hasil Analisis Jalur Path

Dari tabel diatas dapat dijelaskan dengan keterangan sebagai berikut :

1) Pengaruh langsung variabel kualitas pelayanan (X_1) terhadap kepuasan konsumen (Z) memiliki nilai sebesar 0,389.
2) Pengaruh langsung variabel Kapabilitas Inovasi (X2) terhadap kepuasan konsumen (Z) memiliki nilai sebesar 0,210.
3) Pengaruh langsung variabel Citra Perusahaan (X3) terhadap kepuasan konsumen (Z) memiliki nilai sebesar 0,346.
4) Pengaruh langsung variabel Kualitas Layanan (X1) terhadap loyalitas pelayanan (Y) memiliki nilai sebesar 0,530.
5) Pengaruh langsung variabel Kapabilitas Inovasi (X2) terhadap loyalitas konsumen (Y) memiliki nilai sebesar 0,201.
6) Pengaruh langsung variabel Citra Perusahaan (X3) terhadap loyalitas konsumen (Y) memiliki nilai sebesar 0,251.
7) Pengaruh langsung variabel Kepuasan Konsumen (Z) terhadap loyalitas konsumen (Y) memiliki nilai sebesar 0,770.
8) Pengaruh tidak langsung variabel kualitas pelayanan (X1) terhadap loyalitas konsumen (Y) melalui kepuasan konsumen (Z) memiliki nilai sebesar 0,299.
9) Pengaruh tidak langsung variabel kapabilitas inovasi (X2) terhadap loyalitas konsumen (Y) melalui kepuasan konsumen (Z) memiliki nilai sebesar 0,161.
10) Pengaruh tidak langsung variabel citra perusahaan (X3) terhadap loyalitas konsumen (Y) melalui kepuasan konsumen (Z) memiliki nilai sebesar 0,266.

Hasil Uji t

Persamaan 1

Berdasarkan output, dapat diketahui bahwa nilai signifikansi dari variabel kualitas pelayanan, kapabilitas dan citra perusahaan kurang dari 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa Hipotesis diterima. Artinya ada pengaruh kualitas pelayanan, kapabilitas inovasi dan citra perusahaan terhadap kepuasan konsumen.

Persamaan 2

Berdasarkan output, dapat diketahui bahwa nilai signifikansi dari variabel kualitas pelayanan, kapabilitas dan citra perusahaan kurang dari 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa Hipotesis diterima. Artinya ada pengaruh kualitas pelayanan, kapabilitas inovasi dan citra perusahaan terhadap loyalitas konsumen.

Persamaan 3

Berdasarkan output, dapat diketahui bahwa nilai signifikansi dari variabel loyalitas terhadap kepuasan konsumen kurang dari 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa Hipotesis diterima. Artinya ada pengaruh kepuasan konsumen terhadap loyalitas konsumen.

Persamaan 4

Berdasarkan output, dapat diketahui bahwa nilai signifikansi dari variabel kualitas pelayanan, kapabilitas dan citra perusahaan kurang dari 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa Hipotesis diterima. Artinya ada pengaruh kualitas pelayanan, kapabilitas inovasi dan citra perusahaan terhadap loyalitas konsumen melalui kepuasan konsumen.

Uji Sobel

Berdasarkan hasil Two-tailed probability 0,00002533 < 0,05, bahwa variabel Kepuasan Konsumen (Z) dapat memediasi hubungan variabel Kualitas Pelayanan (X1) terhadap Loyalitas (Y). Hasil Two-tailed probability 0,02045314 < 0,05, bahwa variabel Kepuasan Konsumen (Z) dapat memediasi hubungan variabel Kapabilitas Inovasi (X2) terhadap Loyalitas (Y). Hasil Two-tailed probability 0,00027273 < 0,05, bahwa variabel Kepuasan Konsumen (Z) dapat memediasi hubungan variabel Citra Perusahaan (X3) terhadap Loyalitas (Y).

Implikasi Hasil Penelitian

Pengaruh secara langsung kualitas pelayanan, kapabilitas inovasi dan citra perusahaan terhadap kepuasan konsumen.

Dalam penelitian ini terdapat hasil bahwa pengaruh dari kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada Indomaret dengan hasil nilai signifikansi sebesar 0,000 < 0,05, maka terdapat pengaruh secara langsung kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Milati (2016) dengan hasil bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada indomaret. Kapabilitas Inovasi dengan nilai signifikansi sebesar 0,020 < 0,05, maka terdapat pengaruh secara langsung kapabilitas inovasi terhadap kepuasan konsumen. Dan citra perusahaan dengan nilai signifikansi dari variabel citra perusahaan sebesar 0,000 < 0,05, maka terdapat pengaruh secara langsung citra perusahaan terhadap kepuasan konsumen. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Mayasari (2010) yang memberikan hasil bahwa koefisien regresi dari variabel harga, variabel pelayanan, lingkungan fisik, dan variabel kualitas produk mempunyai arah yang positif yang ditunjukkan dengan koefisien regresinya.

Pengaruh secara langsung kualitas pelayanan, kapabilitas inovasi dan citra perusahaan terhadap loyalitas konsumen

Berdasarkan nilai signifikansi dari variabel kualitas pelayanan sebesar 0,000< 0,05 , maka terdapat pengaruh secara langsung kualitas pelayanan terhadap loyalitas konsumen. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Milati (2016) bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas konsumen pada indomaret. Kapabilitas Inovasi dilihat dari nilai signifikansi sebesar 0,007 < 0,05, maka terdapat pengaruh secara langsung kapabilitas inovasi terhadap loyalitas konsumen. Dan citra

perusahaan dengan nilai signifikansi sebesar 0,004< 0,05, maka terdapat pengaruh secara langsung kepuasan konsumen terhadap loyalitas konsumen.

Pengaruh secara langsung kepuasan konsumen terhadap loyalitas konsumen

Berdasarkan nilai signifikansi dari variabel kepuasan konsumen sebesar 0,000 < 0,05 , maka dapat simpulkan bahwa terdapat pengaruh secara langsung kepuasan konsumen terhadap loyalitas konsumen. hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh

Pengaruh secara tidak langsung kualitas pelayanan, kapabilitas inovasi dan citra perusahaan terhadap loyalitas konsumen melalui kepuasan konsumen

Kualitas Pelayanan berpengaruh secara tidak langsung terhadap loyalitas konsumen melalui kepuasan konsumen di Indomaret Sukun dengan nilai signifikansi dari variabel kualitas pelayanan sebesar 0,000 < 0,05, maka terdapat pengaruh secara langsung kualitas pelayanan terhadap loyalitas konsumen melalui kepuasan konsumen. Hal ini sesuai dengan penelitian oleh Abidin (2019) bahwa kualitas pelayanan dan suasana toko berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan sebagai variabel intervening di toko Indomaret Jenggala 2 Gedangan Sidoarjo. Kapabilitas Inovasi dengan nilai signifikansi sebesar 0,000 < 0,05, maka terdapat pengaruh secara tidak langsung kapabilitas inovasi terhadap loyalitas konsumen melalui kepuasan konsumen. Dan citra perusahaan dengan nilai signifikansi dari sebesar 0,000 < 0,05, maka terdapat pengaruh secara tidak langsung citra perusahaan terhadap loyalitas konsumen melalui kepuasan konsumen. Hasi penelitian ini sejalan dengan penelitian Irwandi (2019) dengan hasil terdapat pengaruh citra minimarket terhadap kepuasan pelanggan dengan arah yang positif.

SIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

Berdasarkan Penelitian yang dilakukan pada Indomaret Sukun diperoleh hasil simpulan bahwa:

a. Kualitas Pelayanan berpengaruh secara langsung terhadap Kepuasan Konsumen di Indomaret Sukun.
b. Kapabilitas Inovasi berpengaruh secara langsung terhadap Kepuasan Konsumen di Indomaret Sukun.
c. Citra Perusahaan berpengaruh secara langsung terhadap Kepuasan Konsumen di Indomaret Sukun.
d. Kualitas Pelayanan berpengaruh secara langsung terhadap Loyalitas Konsumen di Indomaret Sukun.
e. Kapabilitas Inovasi berpengaruh secara langsung terhadap Loyalitas Konsumen di Indomaret Sukun.
f. Citra Perusahaan berpengaruh secara langsung terhadap Loyalitas Konsumen di Indomaret Sukun

g. Kepuasan Konsumen berpengaruh secara langsung terhadap Loyalitas Konsumen di Indomaret Sukun.
h. Kualitas Pelayanan secara tidak langsung terhadap Loyalitas Konsumen dengan melalui Kepuasan Konsumen di Indomaret Sukun.
i. Kapabilitas Inovasi berpengaruh secara tidak langsung terhadap Loyalitas Konsumen dengan melalui Kepuasan Konsumen di Indomaret Sukun.
j. Citra Perusahaan berpengaruh secara tidak langsung terhadap Loyalitas Konsumen dengan melalui Kepuasan Konsumen di Indomaret Sukun.

Keterbatasan

a. Penelitian ini hanya mengambil sampel dari satu Indomaret dari banyaknya jumlah Indomaret yang ada di Kota Malang. Semoga peneliti selanjutnya bisa mengambil sampel lebih banyak dari banyak Indomaret sehingga hasil analisis lebih akurat dan mendalam.
b. Penggunaan kuisioner menjadi keterbatasan pada penelitian ini, dikarenakan terkadang jawaban yang diberikan responden tidak menunjukan keadaan sesungguhnya.

Saran

a. Bagi Perusahaan.
   Perusahaan hendaknya menerapkan langkah-langkah untuk meningkatkan kualitas pelayanan, kapabilitas inovasi, dan citra perusahaan agar mampu menciptakan kepuasan dan keloyalitasan konsumen yang lebih terhadap perusahaan.
b. Bagi Peneliti Selanjutnya.
   Diharapkan penelitian ini dapat dijadikan sebagai referensi tambahan dan perbandingan untuk penelitian selanjutnya serta untuk pengembangan ilmu pengetahuan baru terkait analisis kualitas pelayanan, kapabilitas inovasi dan citra perusahaan terhadap loyalitas konsumen dengan kepuasan konsumen sebagai variabel intervening.

DAFTAR PUSTAKA

Abidin, Z. (2019).*Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan Dan Suasana Toko Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan Di Toko Indomaret Jenggala 2 Gedangan Sidoarjo*. Jurnal Penelitian. Sekolah Tinggi ilmu Ekonomi Mahardika.

Arikunto, S. (2011). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.

Arikunto, Suharsimi. (2013). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Rineka Cipta, Jakarta.

Febrianti.F. (2013). *Pengaruh Motivasi Kewirausahaan Terhadap tingkat Partisipasi Dalam Brwirausaha.* Universitas Pendidikan Indonesia.

Fitri Rahmadani, I Made Suardana, H. S. (2019). *pengaruh kualitas pelayanan, produk, harga, dan lokasi terhadap loyalitas pelanggan dengan kepuasan pelanggan sebagai variabel intervening pada UD. Eva Group Mataram*.

Sugiyono (2017). Jenis Penelitian. (Online). Diakses pada Mei 2020

Sugiyono. 2011. *Meode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Alfabeta. Bandung.

Sugiyono. 2014. *Metode Penelitian Bisnis* (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D). Bandung : CV Alfabeta.

Sugiyono.2013. *Metode Penelitian Pendidikan*. Bandung. Alfabeta

Dony Pangestu*) Adalah Alumni FEB Unisma
Rois Arifin **) Adalah Dosen Tetap FEB Unisma
M Hufron***) Adalah Dosen Tetap FEB Unisma