

Analisa Pengaruh Kepuasan Pelanggan Dan Excellent Service Terhadap Loyalitas Pelanggan Jasa Rumah Potong Hewan Di UPT. RPH Kota Blitar

Dewi Masitah, Ahsin Daroini

Magister Agribisnis, Universitas Islam Kadiri

Email: dewimasitah@gmail.com

Abstract

Blitar City RPH is a community service facility unit in the provision of safe, healthy, whole and halal meat. The main function of the abattoir is to guarantee the production of good quality meat and provide a sense of physical and spiritual security to consumers, for that UPT. RPH Blitar City continues to strive to meet customer satisfaction by implementing an excellent service system (Excellent Service) to achieve customer loyalty.

The purposes of this study are a) To determine the effect of customer satisfaction strategy on Customer Loyalty of Slaughterhouse Services at UPT.RPH Blitar City, b) To determine the effect of Excellence Service on Customer Loyalty of Slaughterhouse Services at UPT.RPH Blitar City and c) To determine the simultaneous effect of customer satisfaction strategies and Excellence Service on Customer Loyalty of Slaughterhouse Services at UPT.RPH Blitar City.

The research method used is to use multiple linear regression analysis to determine the significant positive direct effect both partially and simultaneously from the variables studied.

The results obtained after carrying out the research are: 1.) Customer satisfaction has a positive and significant direct effect on customer loyalty at UPT. Blitar City RPH. This means that an increase in customer satisfaction will have an effect on increasing customer loyalty at UPT. RPH. Blitar City. 2) Excellent Service has a positive and significant direct effect on customer loyalty at UPT. Blitar City RPH. This means that an increase in Excellent Service will have an impact on increasing Customer Loyalty at UPT. RPH. Blitar City. 3) Customer Satisfaction and Service Excellence have a positive and significant direct effect on customer loyalty at UPT. Blitar City RPH. This means that an increase in Customer Satisfaction and Excellent Service will have an impact on increasing Customer Loyalty at UPT. RPH. Blitar City.

Keywords: Customer Satisfaction, Excellent Service, Customer Loyalty

Pendahuluan

Pandemi covid-19 merajalela diseluruh dunia, menyebabkan arus pergerakan ekonomi mengalami perubahan secara adaptif. Banyak Negara yang mengalami proses yang berbeda-beda untuk mengembalikan kondisi ekonomi dinegaranya, tidak terkecuali Indonesia yang hingga saat ini dampaknya masih sangat dirasakan. Perubahan ekonomi pada seluruh sector kehidupan sosial, industri, perdagangan baik skala kecil, menengah dan besar berupaya mencari strategi dan metode untuk kembali pada keadaan normal sehingga berbagai upaya dilakukan untuk terus dapat survive bangkit, tumbuh dan berkembang.

Dampak pandemi secara global juga masih dirasakan oleh hampir di seluruh negara didunia baik negara yang sudah maju maupun yang sedang

berkembang. Sehingga Globalisasi yang didengungkan sejak 2013 yang dapat menimbulkan berbagai peluang baru sebagai akibatnya adanya kemudahan aliran barang dan jasa serta modal antar negara agak sedikit terhambat sejak pandemi muncul, namun dipertengahan 2021 efek globalisasi mulai tumbuh kembali yang mengembalikan potensi persaingan perdagangan didunia global khususnya dunia usaha di Indonesia.

Dampak globalisasi membuat kompetisi di dunia bisnis semakin ketat. Produsen dituntut memberikan sesuatu yang lebih terhadap produk-produknya kepada pelanggan agar pelanggan tersebut tertarik untuk tetap loyal terhadap produknya. Ada beberapa alasan pelanggan loyal terhadap suatu produk, salah satunya adalah kepuasan pelanggan, di mana kepuasan pelanggan adalah tingkat di mana anggapan

terhadap produk sesuai dengan harapan seorang pembeli. Harapan pelanggan umumnya merupakan prakiraan atau keyakinan pelanggan tentang apa yang akan diterimanya bila ia membeli atau mengkonsumsi suatu produk (Larasati, Veronica dan Suryaputra, 2013).

Harumi (2016) menyatakan bahwa persaingan dalam dunia bisnis akhir akhir ini bukan hanya disebabkan oleh faktor globalisasi, tetapi lebih disebabkan karena pelanggan yang semakin cerdas dan banyak menuntut. Pelanggan umumnya mengharapkan produk atau jasa yang dapat dipercaya dan memuaskan. Persaingan yang selalu meningkat, menyebabkan perusahaan harus berorientasi kepada pelanggan dengan cara yang lebih cermat dan teliti dalam menentukan kebutuhan pelanggan dari sudut pandang pelanggan dan bukan dari sudut pandang perusahaan. Setiap perusahaan selalu menyadari akan pentingnya pelanggan yang bertujuan untuk mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan.

Istilah loyalitas pelanggan berasal dari loyalitas merek yang mencerminkan loyalitas pelanggan pada merek tertentu. Jennie (1997) dalam Nuraini (2009) menyatakan bahwa pelanggan yang setia adalah mereka yang sangat puas dengan produk tertentu sehingga mempunyai antusiasme untuk memperkenalkan kepada siapa pun yang mereka kenal. Selanjutnya pada tahap berikutnya pelanggan yang loyal tersebut akan memperluas "kesetiaan" mereka pada produk lain buatan produsen yang sama. Pada akhirnya mereka adalah konsumen yang setia kepada produsen tertentu untuk selamanya (Wijayanto dan Kusuma, 2015).

Pelayanan atau *Service* adalah suatu kegiatan atau urutan kegiatan yang terjadi dalam interaksi langsung antara seorang dengan orang lain atau mesin secara fisik, dan menyediakan kepuasan pelanggan. Dalam dunia usaha dewasa ini dikenal istilah pelayanan prima (*Service Excellent*). Istilah pelayanan prima yang artinya adalah kepada perusahaan penyedia produk kepada para pelanggannya dengan memberikan

pelayanan yang terbaik untuk memfasilitasi pemenuhan kebutuhan dari mewujudkan kepuasannya, agar mereka selalu royal dan loyal kepada perusahaan (Cahyono, Haryono dan Malik, 2016).

Pentingnya menanamkan sebuah budaya pelayanan prima yang lebih trend dengan istilah *service excellent*. Pelayanan prima menjadi salah satu kunci utama memenangkan persaingan dalam lingkup bisnis apapun dewasa ini, karena semakin kritis dan beragamnya metode kompetitor. Dengan perkembangan teknologi yang semakin maju, masyarakat mudah memperoleh informasi dan mudah menyebarkan berita. Sehingga produsen harus hati hati dalam memperlakukan konsumen.

Berkaitan dengan *Excellent Service* Studi Homburg dan Rudolph (2001), menyebutkan bahwa memodifikasi dimensi kualitas pelayanan perlu memperhatikan factor-factor yaitu: *satisfaction with product*, *satisfaction with people*, *satisfaction with product-related information*, *satisfaction with order handling*, *satisfaction with technical service*, *satisfaction with interaction with internal staff* dan *satisfaction with complaint handling*. Tujuh faktor kualitas pelayanan tersebut menjelaskan kepuasan konsumen pasar industri pada pusat perbelanjaan dari pelayanan pada divisi purchasing 70%, engineering 71% dan manufacturing 81%. Factor *satisfaction with product-related information* (dalam pengertian petunjuk penggunaan produk dan cara penyimpanan produk) dan *satisfaction with interaction with internal staff* dan *satisfaction with complaint handling* tidak mempengaruhi kepuasan konsumen, *satisfaction with product-related information* pada divisi engineering mempengaruhi kepuasan konsumen sedangkan *satisfaction with technical service* berpengaruh negatif pada divisi manufacturing (Wijayanto dan Kusuma, 2015).

Dengan ketatnya persaingan, masing-masing penyedia jasa dituntut untuk memberikan kualitas pelayanan prima (*Excellent Service*) kepada pelanggan agar kepuasannya terpenuhi. Kualitas layanan mendorong pelanggan

untuk berkomitmen kepada produk dan layanan suatu perusahaan sehingga berdampak kepada peningkatan market share suatu produk. Kualitas layanan sangat krusial dalam mempertahankan pelanggan dalam waktu yang lama. Perusahaan yang memiliki layanan yang superior akan dapat memaksimalkan performa keuangan perusahaan (Gilbert dkk, 2004). Terdapat lima dimensi yang dirancang untuk mengukur kualitas pelayanan yang didasarkan pada perbedaan antara nilai harapan dengan nilai kinerja yang dirasakan oleh konsumen yaitu *responsiveness*, *reliability*, *assurance*, *emphaty* dan *tangibles* (Tantri, Adinda dan Widiyastuti, 2013).

Pemakaian produk atau jasa oleh pelanggan mengembangkan rasa puas dan tidak puas. Kepuasan pelanggan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja (atau hasil) yang dirasakan dibandingkan dengan harapannya (Kotler, 2005). Kepuasan konsumen merupakan faktor yang sangat mempengaruhi keberlangsungan usaha suatu perusahaan. Perusahaan harus menempatkan kepuasan konsumen sebagai prioritas utama yang harus diperhitungkan dalam melakukan perencanaan usaha.

Gultom, Arif, dan Fahmi (2020) menyatakan bahwa Kepuasan pelanggan adalah persepsi pelanggan bahwa harapannya telah terpenuhi atau terlampaui. Kepuasan pelanggan bermakna perbandingan antara apa yang diharapkan konsumen dengan apa yang dirasakan konsumen ketika menggunakan produk tersebut. Bila konsumen merasakan performa produk sama atau melebihi ekspektasinya, berarti mereka puas. Sebaliknya jika performa produk kurang dari ekspektasinya, berarti mereka tidak puas. Kepuasan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang dirasakannya dengan harapannya.

Dipertegas oleh Tantri, Adinda dan Widiyastuti (2013) bahwa Kepuasan pelanggan adalah sejauh mana kinerja yang diberikan oleh sebuah produk sepadan dengan harapan pembeli. Disamping itu kepuasan merupakan

respon pelanggan terhadap ketidaksesuaian antara tingkat kepentingan sebelumnya dengan kinerja aktual yang dirasakan setelah pemakaian. Definisi berdasarkan *disconfirmation* paradigm (Oliver, 1997) menyatakan kepuasan pelanggan dirumuskan sebagai evaluasi purna beli, dimana persepsi terhadap kinerja alternatif produk/jasa yang dipilih memenuhi atau melebihi harapan sebelum pembelian. Apabila persepsi terhadap kinerja tidak bisa memenuhi harapan maka yang terjadi adalah ketidakpuasan. Dengan demikian ketidakpuasan dinilai sebagai bipolar opposite dari kepuasan.

Dari definisi diatas dapat disimpulkan bahwa kepuasan pelanggan mencakup antara harapan pelanggan dengan hasil yang dirasakan. Kepuasan pelanggan dapat tercapai dengan memberikan pelayanan yang berkualitas kepada pelanggannya. Kualitas pelayanan memiliki hubungan yang erat dengan kepuasan pelanggan dan dalam jangka panjang hubungan ini memungkinkan perusahaan untuk memahami dengan seksama harapan konsumen dengan kebutuhannya. Dengan tercapainya kualitas layanan yang sempurna akan mendorong tercapainya kepuasan konsumen karena kualitas layanan merupakan sarana untuk mewujudkan kepuasan konsumen. Peningkatan kepuasan pelanggan berdampak langsung pada tingkah laku dan sikap pelanggan dan tanda dari pelanggan yang puas adalah sebagai berikut ; penurunan jumlah keluhan (tidak ada keluhan) dari pelanggan, penambahan kepercayaan oleh pelanggan, pelanggan selalu menggunakan produk tersebut (pembelian ulang) dan pelanggan menjadi lebih loyal. Menurut Irawan (2008) terdapat lima driver atau pendorong kepuasan pelanggan antara lain kualitas produk, harga, *service quality*, *emotional factor*, biaya dan kemudahan.

Kondisi Rumah Pemotongan Hewan (RPH) yang ada di Kota Blitar semula merupakan warisan pemerintah kolonial. Keadaan fisiknya kurang memenuhi persyaratan higienis, sanitasi dan konstruksi, dalam kaitan dengan fungsinya sebagai unit sarana pelayanan

masyarakat dalam penyediaan daging yang aman, sehat, utuh dan halal (ASUH). Disamping itu, juga lokasinya yang berada di tengah lingkungan pemukiman, sehingga sudah tidak sesuai lagi dengan persyaratan perkembangan tata kota.

Data empiris lapangan juga menunjukkan bahwa fungsi utama RPH menjamin dihasilkannya daging yang berkualitas baik serta memberi rasa aman lahir dan batin kepada konsumen, sejauh ini tidak sedikit yang tergeser oleh kepentingan sebagai sumber pendapatan bagi daerah untuk pembiayaan-pembiayaan lain dan relatif kecil dari hasil kontribusinya dari pungutan retribusi yang kembali ke RPH untuk membiayai perawatannya.

Kemajuan yang pesat di bidang ekonomi, kesehatan dan teknologi khususnya dalam penanganan daging yang berujung pada implikasi tuntutan akan keamanan dan mutu produk daging berkualitas, ternyata belum diimbangi dengan penyediaan dan pengelolaan sarana pendukung khususnya RPH yang memadai sebagai sarana pelayanan kepada masyarakat dan unit kegiatan usaha dalam menyediakan daging yang ASUH.

Kebijakan pemerintah dalam penyediaan pangan asal hewan didasarkan atas pangan yang aman, sehat, utuh dan halal atau dikenal dengan ASUH.

Aman berarti tidak mengandung penyakit dan residu, serta unsur lain yang dapat menyebabkan penyakit dan mengganggu kesehatan manusia. Sehat berarti mengandung zat-zat yang berguna dan seimbang bagi kesehatan dan pertumbuhan tubuh. Utuh berarti tidak dicampur dengan bagian lain dari hewan tersebut atau dipalsukan dengan bagian dari hewan lain. Halal berarti disembelih dan ditangani sesuai dengan syariat agama Islam.

Hal tersebut sejalan dengan keamanan (safety) dan kelayakan (suitability) pangan untuk dikonsumsi manusia yang ditetapkan oleh Codex Alimentarius. Menurut Codex Alimentarius (FAO/WHO 1997), keamanan pangan didefinisikan sebagai jaminan bahwa

pangan tidak akan menyebabkan bahaya bagi konsumen saat disiapkan dan atau dikonsumsi sesuai dengan tujuan penggunaannya. Dalam Undang-Undang Pangan, definisi keamanan pangan adalah kondisi dan upaya yang diperlukan untuk mencegah pangan dari kemungkinan cemaran biologis, kimia, dan benda lain yang dapat mengganggu, merugikan, dan membahayakan kesehatan manusia.

Persediaan pangan yang aman dan tidak membahayakan kesehatan konsumen melalui pencemaran kimia, biologi atau yang lain adalah hal penting untuk mencapai status gizi yang baik. Perlindungan konsumen dan pencegahan terhadap penyakit yang disebabkan oleh makanan (foodborne illness) adalah dua elemen penting dalam suatu program keamanan pangan, dan merupakan tanggung jawab bersama antara pemerintah, industri pangan (produsen) dan konsumen.

Sebagaimana ketentuan dalam SNI 01-6159-1999, RPH didefinisikan sebagai kompleks bangunan dengan disain dan konstruksi khusus yang memenuhi persyaratan teknis dan hygiene tertentu serta digunakan sebagai tempat pemotongan hewan potong selain unggas bagi konsumsi masyarakat. Aspek dasar persyaratan higienis, sanitasi dan konstruksi (aspek teknis) merupakan faktor utama yang perlu mendapat perhatian dalam suatu RPH, disamping beberapa faktor lainnya yakni aspek ekonomi (sumber pendapatan dan kegiatan ekonomi) dan aspek sosial (memberikan pelayanan dan ketenteraman batin masyarakat).

Untuk mengembalikan citra RPH dengan fungsi utama sebagai sarana pelayanan masyarakat untuk menyediakan daging ASUH yang berkualitas, diperlukan pengetahuan, ketrampilan dan pengalaman (invisible asset), suntikan manajemen, teknologi dengan dukungan infrastruktur, personal dan kelembagaan yang memadai..

Tujuan Penelitian

- a) Untuk mengetahui pengaruh strategi kepuasan pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan Jasa Rumah

Potong Hewan di UPT.RPH Kota Blitar.

- b) Untuk mengetahui pengaruh Excellent Service terhadap Loyalitas Pelanggan Jasa Rumah Potong Hewan di UPT.RPH Kota Blitar.
- c) Untuk mengetahui pengaruh secara simultan strategi kepuasan pelanggan dan Excellent Service terhadap Loyalitas Pelanggan Jasa Rumah Potong Hewan di UPT.RPH Kota Blitar.

Metode Penelitian

Rancangan Jenis Penelitian

Penelitian merupakan kegiatan yang dilakukan untuk mendapatkan kebenaran atau fakta yang dilakukan dengan mengumpulkan dan menganalisis data secara teliti, jelas, serta sistematis, dan dapat dipertanggungjawabkan atau dapat diuji kebenarannya (Rahmat, 2013). Untuk itu dalam proses penelitian perlu menggunakan metode yang biasa disebut metode penelitian.

Menurut Kerlinger sebagaimana diusung oleh Sugiyono (2014) menjelaskan bahwa berdasarkan cara memperoleh data, jenis penelitian yang digunakan oleh peneliti melalui pendekatan survey. Dengan penelitian survei proses pengambilan data dilakukan pada populasi besar maupun kecil, tetapi data yang diolah dan dianalisis adalah data dari sampel yang diambil dari populasi tersebut, sehingga ditemukan kejadian-kejadian relatif distribusi, dan hubungan-hubungan antar variabel , sosiologis maupun psikologis.

Dari teknis analisisnya penelitian ini termasuk penelitian kuantitatif dengan pendekatan deskriptif asosiatif korelasional. Pendekatan deskriptif dimaksudkan untuk memperlihatkan distribusi frekuensi dari variabel-variabel yang diteliti dalam bentuk tabel maupun diagram. Sedangkan pendekatan asosiatif (hubungan) yang ditujukan untuk mengetahui hubungan sebab akibat (causal) antara variabel independent dengan variabel dependent yang sudah disusun dalam model. Atau dapat dikatakan menjelaskan mengenai pengaruh Kepuasan Pelanggan (X1) dan

Excellent Service (X2) terhadap loyalitas pelanggan (Y).

Populasi adalah gabungan dari seluruh elemen yang berbentuk peristiwa, hal, atau orang yang memiliki karakteristik serupa yang menjadi pusat perhatian peneliti, karena itu dipandang sebagai sebuah semesta penelitian (Rahmat, 2013). Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pelanggan Rumah Potong Hewan UPT. RPH. Kota Blitar dengan jumlah populasi sebanyak 201 Orang. Penelitian ini menggunakan *Proportional Random Sampling*. Teknik ini digunakan bila populasi mempunyai anggota/unsur yang tidak homogen dan diambil secara acak, namun proporsional. Jika kondisi populasi mengandung sejumlah kategori yang berbeda, kerangka sampel dapat diorganisasi dengan menggunakan kategori yang terpisah. Cara penarikan sampel dilakukan dengan menyeleksi setiap unit sampling yang sesuai dengan ukuran unit sampling (Rahmat, 2013). Berdasarkan hasil perhitungan menggunakan rumus slovin didapatkan bahwa sampel dari penelitian ini sebanyak 67 responden dengan $e = 10\%$. Dengan teknik *Proportional Random Sampling*.

Pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan kuesioner secara personal. Kuisisioner (angket) merupakan pengumpulan data dengan menggunakan daftar dan pernyataan yang disebarikan pada responden. setiap kuisisioner terdiri dari dua bagian. Bagian utama memuat pertanyaan tentang data diri responden yaitu Konsumen/Pelanggan Rumah Potong Hewan UPT.RPH Kota Blitar yang mengisi kuisisioner. Bagian kedua berisi pertanyaan penelitian tentang hal yang berhubungan dengan Kepuasan Pelanggan, Excellent Service dan Loyalitas Pelanggan. Kuisisioner ini digunakan untuk mendapatkan data tentang dimensi-dimensi dari instrumen yang sedang dikembangkan dalam penelitian ini.

Bobot penilaian angka hasil kuisisioner dalam penelitian ini sesuai dengan yang digambarkan dalam skala likert yaitu metode yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang suatu fenomena sosial (Sarwono, 2006).

Skala likert yang digunakan untuk menjawab bagian pertanyaan penelitian memiliki lima kategori yaitu Sangat Setuju (5), Setuju (4), Cukup (3), Tidak Setuju (2) dan Sangat tidak setuju (1).

Variabel penelitian terdiri dari variabel independen dan variable dependen. Variabel independen adalah variabel bebas yang dilambangkan dengan (X) yang dapat mempengaruhi variabel terikat (Y), baik yang berpengaruh positif maupun yang pengaruhnya negatif. Dalam penelian ini variabel X1 adalah Kepuasan Pelanggan. Indikator variabel X1 Kepuasan Pelanggan adalah: 1) Complaint and suggestion system 2) Customer Satisfaction Survey 3) Ghost Shipping, 4) Last Customer Analysis. Keseluruhan dari variabel ini merujuk pada Sudarto (2011). Indikator variabel X2 Excellent Service adalah: 1) Ability 2) Attitude 3) Apperance, 4) Attention, 5) Action, 6) Accountability. Keseluruhan dari variabel ini merujuk pada cahyono (2016). Variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat karena adanya variabel bebas. Pada penelitian ini, yang dimaksud variabel terikat adalah keluaran yang terjadi karena pengaruh variabel bebas (Sarwono, 2006). Dalam penelitian ini terdapat dua variabel dependen yaitu Y adalah Kepuasan Pelanggan dan Y2 adalah Loyalitas Pelanggan. Indikator (Y) variabel loyalitas pelanggan adalah : 1)

loyalitas Kognitif, 2) Loyalitas Afektif, 3) loyalitas Konatif, 4) Loyalitas Tindakan. Keseluruhan dari indikator ini merujuk pada penelitan Mardalis (2005).

Pengukuran validitas dari masing-masing alat pengambil data (kuesioner), dilakukan dengan cara mengkorelasi skor item butir pertanyaan terhadap total skor pada setiap faktor dari masing-masing responden yang diujicoba. Korelasi yang dibentuk berdasarkan teknik korelasi product moment yang formulasi matematisnya menurut Arikunto (2013).

Uji reliabilitas dapat dilakukan dengan menghitung nilai Alpha. Jika hasil perhitungan r Alpha positif dan r Alpha $>$ r tabel maka butir atau variabel tersebut reliabel. Sebaliknya, bila r Alpha $<$ r tabel maka butir atau variabel tersebut tidak reliabel. Dalam SPSS 16.0 pengukuran reliabilitas menggunakan Alpha Cronbach $>$ 0,60.

Analisis Dan Pembahasan

Pengujian hipotesis dilakukan dengan analisis regresi berganda. Analisis regresi berganda digunakan untuk menguji hipotesis pengaruh antar variabel secara terpisah/parsial maupun untuk menguji pengaruh varial secara simultan/bersama-sama. Berdasarkan analisis regresi berganda dengan memanfaatkan program SPSS diperoleh hasil sebagaimana tabel 1 dibawah ini:

Tabel 1. Ringkasan Hasil Analisis Regresi

Variabel Terikat : Loyalitas Pelanggan(Y)					
No	Variabel	Koef, B	Beta	t	Sig
1	(Constant)	11,329	0,334	2,445	0,017
2	Kepuasan Pelanggan (X1)	0,385	0,324	2,246	0,028
3	Excellent Service (X2)	0,288	0,132	2,718	0,03
<u>Keterangan :</u>					
R_{tabel}	=	0,2404			
R	=	0,616			
R Square	=	0,379			
Adjusted R Square	=	0,360			
T_{tabel}	=	1,667			
F_{hitung}	=	19,525			
F_{Tabel}	=	3,12			

Sumber: data primer diolah, 2022

Dari hasil analisis statistik sebagaimana ringkasan hasil analisis regresi pada tabel 1. Diatas dapat disusun rumusan fungsi atau persamaan seperti dibawah ini:

$$Y = 11,329 + 0,385X_1 + 0,288.X_2$$

$$R^2 = 0,379$$

Dari persamaan tersebut selanjutnya dapat diinterpretasikan untuk besarnya nilai dari tiap-tiap koefesien regresi sebagai berikut:

- a) Konstanta ($\beta_0 = 11,329$) menunjukkan bahwa jika kondisi dimana variabel Kepuasan Pelanggan dan *Excellent Service* dianggap tetap dan bernilai nol, maka Loyalitas Pelanggan adalah sebesar 11,329.
- b) Koefisien regresi variabel Kepuasan Pelanggan ($\beta_1 = 0,385$) memberikan makna bahwa pada kondisi *ceteris paribus*, jika skor rata-rata Kepuasan Pelanggan meningkat sebesar satu satuan, maka skor rata-rata Loyalitas Pelanggan akan meningkat sebesar 0,385 satuan. Besarnya nilai koefisien regresi positif memberikan makna bahwa Kepuasan Pelanggan mempunyai pengaruh positif terhadap Loyalitas Pelanggan.
- c) Koefisien regresi variabel *Excellent Service* ($\beta_2 = 0,288$) memberikan makna bahwa pada kondisi *ceteris paribus*, jika skor rata-rata Excellence Service meningkat sebesar satu satuan, maka skor rata-rata Loyalitas Pelanggan pegawai akan meningkat sebesar 0,288 satuan. Besarnya nilai koefisien regresi positif memberikan makna bahwa Excellence Service mempunyai pengaruh positif terhadap Loyalitas Pelanggan.
- d) Nilai koefisien determinasi berganda yang ditunjukkan oleh besarnya nilai $R^2 = 0,379$ menunjukkan besarnya Loyalitas Pelanggan UPT. RPH Kota Blitar sekitar 37,9% ditentukan oleh perubahan variabel bebas Kepuasan Pelanggan dan *Excellent Service*.

Pengaruh Kepuasan Pelanggan (X1) terhadap Loyalitas Pelanggan UPT. RPH Kota Blitar (Y)

Koefisien regresi variabel Kepuasan Pelanggan ($\beta_1 = 0,385$) memberikan makna bahwa pada kondisi

ceteris paribus, jika skor rata-rata Kepuasan Pelanggan meningkat sebesar satu satuan, maka skor rata-rata Loyalitas Pelanggan pegawai akan meningkat sebesar 0,385 satuan. Besarnya nilai koefisien regresi positif memberikan makna bahwa Kepuasan Pelanggan mempunyai pengaruh positif terhadap Loyalitas Pelanggan UPT. RPH Kota Blitar.

Untuk mengetahui signifikan pengaruh variabel Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan pegawai, maka langkah selanjutnya adalah melakukan pengujian hipotesis, Langkah-langkah pengujiannya adalah:

- 1) Menentukan Hipotesis
 $H_0 : \beta_1 = 0$, secara terpisah variabel Kepuasan Pelanggan tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel Loyalitas Pelanggan.
 $H_a : \beta_1 \neq 0$, secara terpisah variabel Kepuasan Pelanggan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel Loyalitas Pelanggan,
- 2) Menghitung harga statistik
Dari hasil analisis regresi diperoleh nilai t-statistik sebesar 2,246 dengan taraf signifikansi 5% dan derajat kebebasan (df) = $67 - 1 - 2 = 64$ diperoleh harga t dalam tabel = 1,669
- 3) Kesimpulan
Karena harga t-hitung = 2,246 lebih besar dari harga t-tabel = 1,669 maka harga t-hitung berada di daerah penolakan H_0 , maka kesimpulannya hipotesis menolak H_0 , yang artinya bahwa secara terpisah variabel Kepuasan Pelanggan mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan UPT. RPH Kota Blitar.

Dari hasil analisis tersebut baik analisis regresi maupun pengujian statistik membuktikan hipotesis yang mengatakan bahwa variabel Kepuasan Pelanggan mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan.

Hal ini konsisten dan mendukung hasil penelitian yang dilakukan oleh Sasha Dwi Harumi (2016) dan didukung juga oleh Sukmawati dan Massie (2015), Hasil penelitian dikuatkan oleh argumen

Novianti (2012) dan Larasati, Suryaputra dan Amelia (2013) yang menyatakan bahwa Kepuasan Pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan.

Pengaruh Excellent Service (X2) terhadap Loyalitas Pelanggan UPT. RPH Kota Blitar (Y)

Koefisien regresi variabel Excellent Service ($\beta_2 = 0,288$) memberikan makna bahwa pada kondisi ceteris paribus, jika skor rata-rata Excellence Service meningkat sebesar satu satuan, maka skor rata-rata Loyalitas Pelanggan akan meningkat sebesar 0,288 satuan. Besarnya nilai koefisien regresi positif memberikan makna bahwa Excellence Service mempunyai pengaruh positif terhadap Loyalitas Pelanggan UPT. RPH Kota Blitar.

Untuk mengetahui signifikan pengaruh variabel Excellent Service terhadap Loyalitas Pelanggan, maka langkah selanjutnya adalah melakukan pengujian hipotesis, Langkah-langkah pengujiannya adalah:

- 1) Menentukan Hipotesis
 $H_0 : \beta_2 = 0$, secara terpisah variabel Excellent Service tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel Loyalitas Pelanggan.
 $H_a : \beta_2 \neq 0$, secara terpisah variabel Excellent Service mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel Loyalitas Pelanggan.
- 2) Menghitung harga statistik
Dari hasil analisis regresi diperoleh nilai t-statistik sebesar 2,718 dengan taraf signifikansi 5% dan derajat kebebasan (df) = $67 - 1 - 2 = 72$ diperoleh harga t dalam tabel = 1,669.
- 3) Kesimpulan
Karena harga t-hitung = 2,718 lebih besar dari harga t-tabel = 1,669, maka harga t-hitung berada di daerah penolakan H_0 , maka kesimpulannya hipotesis menolak H_0 , yang artinya bahwa secara terpisah variabel Excellence Service mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan UPT. RPH Kota Blitar.

Dari hasil analisis, baik analisis regresi maupun pengujian statistik membuktikan hipotesis bahwa variabel Excellent Service mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan.

Kesimpulan ini konsisten/mendukung hasil penelitian yang dilakukan oleh Sasha Dwi Harumi (2016) dan didukung juga oleh Sukmawati dan Massie (2015), Hasil penelitian dikuatkan oleh argumen Novianti (2012) dan Larasati, Suryaputra dan Amelia (2013) yang menyatakan bahwa Excellent Service berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan.

Pengujian Hipotesis Pengaruh Simultan

Pengujian ini bertujuan untuk membuktikan apakah hipotesis yang mengatakan bahwa secara bersama-sama Kepuasan Pelanggan dan Excellence Service berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan UPT. RPH Kota Blitar, Uraian hipotesis tersebut kemudian dibuktikan dengan melakukan pengujian statistik dengan uji F.

Hasil pengolahan data dengan perhitungan perangkat lunak program komputer SPSS Versi 16,0 dihasilkan F-hitung sebesar 19,525. Dengan menggunakan taraf signifikansi (α : 5%), dan daerah kritis $df = 2$ dan $N = 67$ menghasilkan F-tabel sebesar 3,13.

Hasil pengujian tersebut menunjukkan bahwa F-hitung $19,525 > F$ -tabel 3,13 yang bermakna secara bersama-sama variabel Kepuasan Pelanggan dan Excellence Service mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan UPT. RPH Kota Blitar.

Implikasi Hasil Penelitian Pengaruh Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan UPT. RPH Kota Blitar.

Berdasarkan hasil analisis variabel Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan pegawai berpengaruh positif dan signifikan, Hal ini didasari dari hasil analisis data menggunakan SPSS 16

menunjukkan nilai t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} ($t_{hitung} = 2,246$, $t_{tabel} = 1,667$).

Kepuasan pelanggan sangat penting dicapai oleh suatu perusahaan khususnya yang bergerak dalam bidang jasa. UPT. RPH Kota Blitar dalam upaya meningkatkan kepuasan pelanggan UPTD RPH Kota Blitar melakukan upaya strategis diantaranya menampung pengaduan masyarakat terkait keluhan dan saran untuk UPT.RPH Kota Blitar yang dapat diakses oleh masyarakat maupun pelanggan melalui website <http://rph.blitarkota.go.id/id/layanannya>.

Halaman website tersebut berisi tentang cara dan mekanisme pengaduan masyarakat dalam upaya untuk menjangkau saran dan masukan demi meningkatkan loyalitas pelanggan. Website tersebut juga digunakan sebagai media untuk melakukan survey kepuasan pelanggan UPT. RPH Kota Blitar untuk meningkatkan loyalitas kognitif pelanggan.

Strategi selanjutnya yang diterapkan oleh UPT. RPH Kota Blitar dalam upaya meningkatkan loyalitas pelanggan yaitu dengan melakukan penerapan *higiene personal*. Penerapan *hygiene personal* ini sebagai salah satu strategi untuk meningkatkan *loyalitas afektif* pelanggan. Manajemen mensosialisasikan penerapan tata tertib atau protokol untuk menjamin praktek *higiene* oleh karyawannya. Pimpinan unit dan tenaga supervisor harus bertindak sebagai contoh penerapan tingkat *higiene* dan kesehatan yang baik untuk diperlihatkan kepada karyawannya betapa pentingnya praktek *hygiene* dalam pelayanan penyediaan daging. Praktek-praktek untuk mendukung *loyalitas afektif* pelanggan terus disosialisasikan penerapannya oleh karyawan untuk menjamin *higiene personal*, meliputi :

- a. Kesehatan fisik harus dijaga dan dilindungi dengan gizi yang baik dan kebersihan diri. Manajemen harus melaksanakan pengujian kesehatan sebelum penerimaan pegawai untuk memverifikasi bahwa mereka dalam keadaan sehat fisik, mental dan emosi.
- b. Melaporkan diri jika sakit. Penyakit harus dilaporkan kepada pimpinan unit sebelum bekerja sehingga

kontak antara karyawan sakit dan karyawan sehat dapat dicegah.

- c. Kebiasaan kerja yang higienis harus dikembangkan untuk menghilangkan pencemaran pangan asal hewan yang potensial seperti menggunakan seragam kerja lengkap dan bersih, cuci sepatu sebelum dan sesudah bekerja dan menjaga kebersihan area kerja.
- d. Sebelum dan sesudah bekerja, tangan harus dicuci menggunakan toilet, termasuk setelah menangani sampah/kotoran atau bahan-bahan yang kotor, menangani daging/jeroan afkir, batuk atau bersin.
- e. Kebersihan diri harus dipelihara dengan mandi setiap hari dan menggunakan deodoran, keramas minimum 2 kali seminggu, membersihkan kuku setiap hari.
- f. Aturan seperti “dilarang merokok, dilarang makan dan minum, dilarang meludah, dilarang berbicara terlalu banyak, dilarang buang sampah sembarangan, dilarang memakai perhiasan seperti cincin, jam dan gelang; dilarang berkuku panjang dan bercat kuku” perlu ditaati, dan peraturan lainnya yang berkaitan dengan pencemaran yang potensial.

Selanjutnya Pimpinan unit kerja (manajemen) juga menekankan praktek *higiene* karyawan guna meningkatkan *loyalitas kognitif* pelanggan melalui :

- a. Karyawan harus diikutsertakan dalam pelatihan penanganan bahan asal hewan dan *higiene personal*.
- b. Inspeksi secara reguler perlu dilaksanakan terhadap karyawan dan kebiasaan kerjanya.
- c. Insentif bagi praktek *higiene* dan sanitasi yang terbaik perlu disediakan.

Dalam upaya untuk meningkatkan Kepuasan Pelanggan UPT. RPH Kota Blitar juga menerapkan *Good Slaughtering Practices (GSP)*. *Good Slaughtering Practices (GSP)* merupakan seluruh praktik di RPH yang berkaitan dengan kondisi dan tindakan yang dibutuhkan untuk menjamin keamanan dan kelayakan pangan pada seluruh tahapan dalam rantai pangan. *Good Slaughtering Practices (GSP)* dilakukan sebagai upaya untuk meningkatkan *loyalitas tindakan*

untuk meningkatkan loyalitas pelanggan UPT RPH. Kota Blitar. Beberapa persyaratan untuk memperoleh hasil pematangan ternak yang baik sebagai upaya meningkatkan loyalitas tindakan yaitu: (1) ternak harus tidak diperlakukan secara kasar, (2) ternak tidak mengalami stres, (3) penyembelihan dan pengeluaran darah harus secepat dan sesempurna mungkin, (4) kerusakan karkas harus minimal, (5) cara pematangan harus higienis, (6) ekonomis dan (7) aman bagi para pekerja abatoar.

Pelaksanaan GSP (*Good Slaughtering Practices*) di UPT. RPH Kota Blitar berfungsi untuk meminimalkan kontaminasi mulai dari pra-pematangan, penanganan ternak dikandang, memandikan ternak, stunning, penyembelihan, bunging, skinning, eviserasi, splitting, final trim, pencucian karkas sampai dihasilkan produk akhir. Langkah-langkah ini dilakukan sebagai upaya dan strategi peningkatan *loyalitas kognitif* pelanggan. Selain itu guna menguatkan loyalitas kognitif pelanggan, tahapan GSP juga ditinjau dari kebersihan fasilitas produksi, air yang digunakan selama proses, pelaksanaan program sanitasi, dan proses validasi sudah memenuhi standart yang ditetapkan oleh UPT.RPH Kota Blitar atau belum.

Disamping itu UPT. RPH Kota Blitar juga melakukan langkah-langkah kongkret dalam upaya untuk meminimalisasi terjadinya *Lost Customer* (Pelanggan yang hilang) yaitu dengan melakukan komunikasi dan konfirmasi ke

pelanggan baik langsung maupun tidak langsung. Secara langsung petugas langsung melakukan pendekatan kepada pelanggan khususnya pelanggan jagal yang menggunakan jasa RPH dalam jumlah besar dan dipasarkan ke masyarakat. Petugas mendatangi lapak-lapak pelanggan jagal guna melakukan mediasi dan diskusi persuasive untuk mendapatkan khususnya berkaitan dengan langkah lanjutan untuk melakukan perbaikan pelayanan. Secara tidak langsung UPT. RPH Kota Blitar membuka ruang diskusi secara online baik melalui website maupun dengan bantuan media sosial.

Beberapa upaya dilakukan oleh UPT. RPH Kota Blitar dilakukan dalam rangka untuk mencapai loyalitas pelanggan. Hal ini sebagaimana hasil penelitian yang dilakukan oleh Sasha Dwi Harumi (2016), Sukmawati dan Massie (2015), Novianti (2018) dan Larasati, Suryaputra dan Amelia (2013) yang pada intinya menyatakan bahwa kepuasan pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan.

Berdasarkan fakta empiris animo konsumen/pelanggan yang menggunakan jasa pematangan melalui UPT. RPH Kota Blitar cukup stabil dari tahun ke tahun bahkan terdapat peningkatan. Peningkatan ini menunjukkan bahwa tingkat loyalitas pelanggan terhadap jasa potong hewan sangat tinggi. berkaitan dengan bukti empiris loyalitas pelanggan sebagaimana disajikan pada tabel 4.12 dibawah ini :

Tabel 4.12 Rekap Data Pematangan Hewan di UPT. RPH Kota Blitar tahun 2019-2022

No	Jenis Ternak	Tahun			
		2019	2020	2021	2022
1	Sapi/Kerbau	2.539	1.998	2.142	1.297
2	Kambing/Domba	131	66	71	30
3	Unggas	179.917	217.329	276.938	182.583
	Jumlah	182.587	219.393	279.151	183.910

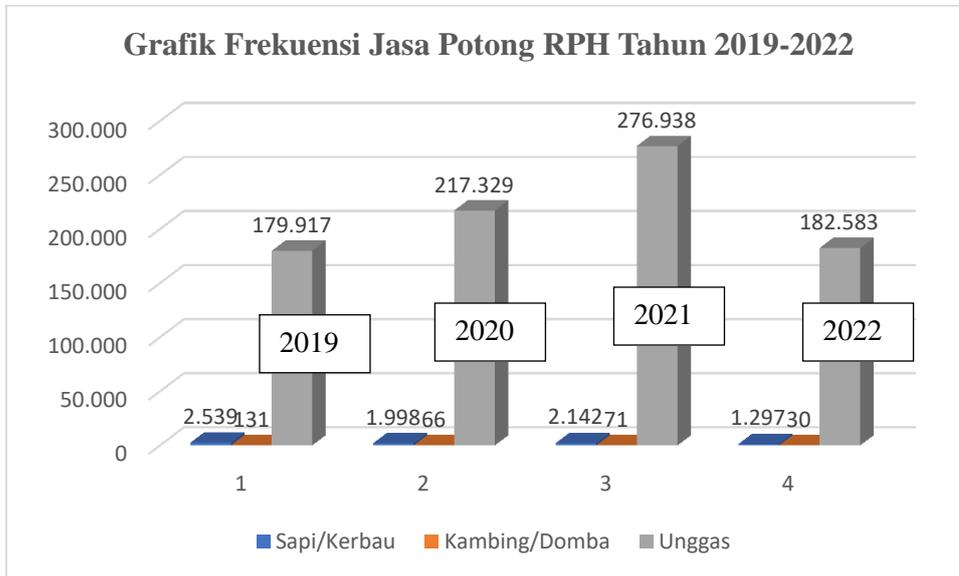
Sumber : Data sekunder, diolah 2022

Berdasarkan pada tabel 4.12 dapat dianalisis bahwa telah terjadi peningkatan frekuensi jumlah pematangan hewan dari tahun 2019-2021. Frekuensi jumlah

pematangan hewan secara keseluruhan dari semua jenis hewan yang yang dipotong pada tahun 2019 mencapai 182.895 ekor, pada tahun 2020 meningkat

menjadi 219.701 ekor dan pada tahun 2021 meningkat menjadi 279.321 ekor. Namun pada tahun 2022 mengalami penurunan menjadi 184.013 ekor atau

sekitar 34,12%. Secara rinci grafik jumlah frekuensi pemotongan hewan dapat disajikan pada gambar 4.6 dibawah ini :



Sumber : Data sekunder diolah, 2022

Gambar 4.6 Grafik Frekuensi Jasa Potong RPH Tahun 2019-2022

Berdasarkan hasil penelitian ditemukan fakta bahwa penurunan frekuensi jumlah pemotongan pada tahun 2022 bukan disebabkan karena turunnya loyalitas pelanggan yang menggunakan jasa potong UPT.RPH Kota Blitar namun penurunan jumlah pemotongan disebabkan karena munculnya penyakit

yang berupa virus menyerang ternak yang disebut dengan PMK (Penyakit Mulut dan Kuku). Munculnya PMK yang terjadi sejak awal bulan juni 2022 menyebabkan penurunan jumlah pelanggan yang menggunakan jasa potong di UPT.RPH Kota Blitar sebagaimana disajikan pada tabel 4.13 dibawah ini :

Tabel 4.12 Rekap Data Pemotongan Hewan di UPT. RPH Kota Bulan Mei – Agustus 2022

No	Jenis Ternak	Tahun 2022			
		Mei	Juni	Juli	Agustus
1	Sapi/Kerbau	309	124	42	69
2	Kambing/Domba	3	3	5	6
3	Unggas	27.491	11.864	11.931	30.507
	Jumlah	27.803	11.991	11.978	30.582

Sumber : Data sekunder, diolah 2022

Berdasarkan tabel 4.12 tampak sangat jelas terlihat bahwa mulai bulan juni telah terjadi penurunan yang cukup signifikan khususnya terjadi pada ternak sapi/kerbau. Pada bulan juni tahun 2022 pelanggan yang menggunakan jasa potong UPT RPH Kota Blitar khusus untuk jenis sapi/kerbau turun sebanyak 185 ekor sapi/kerbau atau turun sekitar 59,87% dari bulan sebelumnya. Selanjutnya penurunan pada bulan juli mencapai 82 ekor atau

66,13% dari bulan berikutnya. Sedangkan pada bulan agustus 2022 pelanggan yang menggunakan jasa potong hewan meningkat kembali hingga mencapai 64,29% dari bulan berikutnya. Hal ini menjadi fakta bahwa penurunan frekuensi jumlah pemotongan hewan bukan disebabkan karena *lost customer* (Pelanggan Hilang) akibat loyalitas pelanggan menurun namun disebabkan

karena wabah PMK yang terjadi hampir 2-3 bulan terakhir yaitu juni-juli tahun 2022.

Pengaruh *Excellent Service* terhadap Loyalitas Pelanggan UPT. RPH Kota Blitar.

Berdasarkan hasil analisis variabel *Excellent Service* terhadap Loyalitas Pelanggan pegawai berpengaruh positif dan signifikan, Hal ini didasari dari hasil analisis data menggunakan SPSS 16 menunjukkan nilai thitung lebih besar dari ttabel (thitung = 2,718, ttabel = 1,667).

Excellent Service menjadi bagian yang sangat penting dalam upaya mencapai loyalitas pelanggan. Upaya yang dilakukan oleh UPT. RPH Kota Blitar dalam meningkatkan *Excellent Service* diwujudkan dalam sebuah motto pelayanan yang namanya " ASUH (Aman, Sehat, Utuh dan Halal). UPTD RPH Kota Blitar selain berfungsi memberikan jasa pelayanan dalam menghasilkan daging yang ASUH (aman, sehat, utuh dan halal), juga harus mampu melaksanakan pengendalian pemotongan hewan betina produktif dan mendeteksi ancaman penyakit hewan menular yang bersifat zoonosis (penyakit yang ditularkan dari hewan ke manusia) serta mengelola sumber pendapatan asli daerah melalui pemungutan retribusi atas jasa pelayanan yang dilakukan meliputi pemakaian kandang peristirahatan dan tempat pemotongan serta pelayanan pemeriksaan ante-mortem dan post-mortem. Aspek teknis RPH untuk menghasilkan daging yang ASUH dan aspek sosial sebagai pelayanan masyarakat sangat dikedepankan dibanding aspek ekonomis untuk menghasilkan Pendapatan Asli Daerah (PAD).

Untuk mewujudkan UPT. RPH Kota Blitar dengan fungsi utama sebagai sarana pelayanan masyarakat untuk menyediakan daging ASUH yang berkualitas maka diperlukan pengetahuan, ketrampilan dan pengalaman (invisible asset), suntikan manajemen, teknologi dengan dukungan infrastruktur, personil dan kelembagaan yang memadai. Hal ini yang secara terus-terus dilakukan oleh RPH dalam rangka untuk memberikan *Excellent Service* kepada pelanggan untuk mencapai loyalitas pelanggan.

Berjalannya *excellent service* di UPT. RPH Kota Blitar dilengkapi dengan adanya petugas khusus yang menjembatani keluhan pelanggan yaitu adanya tenaga customer service (CS) di RPH Kota Blitar. Dalam prakteknya Customer Service memiliki kemampuan (Ability) memahami keluhan, memberi satu kepastian kepada konsumen bahwa UPT. RPH Kota Blitar dapat memberi suatu solusi dari temuan permasalahan yang dialami oleh pelanggan. Disamping itu Customer Service dalam berkomunikasi dengan pelanggan selalu mengedepankan attitude yaitu berperilaku santun, sopan dan bersahaja dalam memberi pengarahan, menjelaskan informasi seputar keluhan, dan tidak lupa mengucapkan terima kasih dan maaf jika ada yang kurang berkenan di dalam produk yang dibeli. Sikap dalam berbusana dan berpenampilan yang baik ketika menghadapi konsumen, bersih, rapi dan enak di pandang merupakan bagian yang dilakukan untuk meningkatkan appearance dalam melayani pelanggan. Customer Service UPT. RPH Kota Blitar mengedepankan attention dan action yaitu suatu sikap yang mau dan mampu mendengarkan masukan, keluhan dari konsumen dengan sikap yang santun dan baik serta sikap yang cepat dan tangkas dalam menyikapi keluhan dari konsumen. Factor Accountability (Tanggungjawab) menjadi sangat penting dalam upaya meningkatkan loyalitas pelanggan khususnya berkaitan dengan kecepatan merespon keluhan pelanggan sehingga tidak berlarut-larut untuk mendapatkan solusi.

Beberapa upaya yang dilakukan oleh UPT. RPH Kota Blitar dilakukan dalam rangka untuk mencapai loyalitas pelanggan baik kognitif, afektif, konatif dan tindakan sebagaimana yang sudah dijelaskan diatas senada dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Sasha Dwi Harumi (2016), Sukmawati dan Massie (2015), Novianti (2018) dan Larasati, Suryaputra dan Amelia (2013) yang pada intinya menyatakan bahwa *Excellent Service* berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan

Pengaruh Kepuasan Pelanggan dan Excellent Service terhadap Loyalitas Pelanggan UPT. RPH Kota Blitar.

Hasil Pengujian secara bersama-sama (simultan) atas variabel Kepuasan Pelanggan dan variabel Excellent Service membuktikan apakah hipotesis yang mengatakan bahwa secara bersama-sama Kepuasan Pelanggan dan Excellent Service berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan UPT. RPH Kota Blitar, Uraian hipotesis tersebut kemudian dibuktikan dengan melakukan pengujian statistik dengan uji F,

Hasil pengolahan data dengan perhitungan perangkat lunak program komputer SPSS Versi 16,0 for Windows dihasilkan F-hitung sebesar 19,525. Dengan menggunakan taraf signifikansi (α : 5%), dan daerah kritis $df = 2$ dan $N = 75$ menghasilkan F-tabel sebesar 3,12. Hasil pengujian tersebut menunjukkan bahwa $F\text{-hitung } 19,525 > F\text{-tabel } 3,12$ yang bermakna secara bersama-sama variabel Kepuasan Pelanggan dan Excellence Service mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan UPT. RPH Kota Blitar.

Nilai koefisien determinasi berganda yang ditunjukkan oleh besarnya nilai $R^2 = 0,379$ menunjukkan besarnya Loyalitas Pelanggan pegawai Dinas Pertanian Ponorogo sekitar 37,9% ditentukan oleh perubahan variabel bebas Kepuasan Pelanggan dan Excellent Service.

Loyalitas pelanggan merupakan bagian penting sebagai wujud kesuksesan tata kelola usaha dibidang jasa. terwujudnya loyalitas pelanggan akan berdampak pada pengembangan perusahaan. Dengan berkembangnya perusahaan maka akan berpengaruh terhadap tingkat kesejahteraan dan kemapanan ekonomi karyawan, terbukanya lowongan pekerjaan dan semakin kuatnya tata kelola manajemen perusahaan khususnya di UPT.RPH Kota Blitar.

Dengan adanya beberapa upaya yang dilakukan oleh UPT. RPH Kota Blitar dalam penerapan Good Slaughtering Practices (GSP) dan Penyediaan daging

ASUH (Aman, Sehat, Utuh dan Halal) dan didukung dengan Excellent Service maka akan berdampak pada kepuasan pelanggan dan akan menstimulus terwujudnya loyalitas pelanggan pada usaha Jasa di UPT. RPH Kota Blitar..

Kesimpulan

Hasil penelitian berdasarkan perumusan masalah, tujuan dan hipotesis penelitian melalui proses pengujian yang tertuang pada bab sebelumnya, dapat disimpulkan sebagai berikut:

- a) Kepuasan Pelanggan berpengaruh langsung positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan di UPT. RPH Kota Blitar. Artinya peningkatan Kepuasan Pelanggan akan menyebabkan pengaruh terhadap peningkatan Loyalitas Pelanggan di UPT. RPH. Kota Blitar.
- b) Excellent Service berpengaruh langsung positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan di UPT. RPH Kota Blitar. Artinya peningkatan Excellent Service akan menyebabkan pengaruh terhadap peningkatan Loyalitas Pelanggan di UPT. RPH. Kota Blitar.
- c) Kepuasan Pelanggan dan Excellent Service berpengaruh langsung positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan di UPT. RPH Kota Blitar. Artinya peningkatan Kepuasan Pelanggan dan Excellent Service akan menyebabkan pengaruh terhadap peningkatan Loyalitas Pelanggan di UPT. RPH. Kota Blitar.

Daftar Pustaka

- Arikunto, Suharsimi. 2013. *Manajemen Penelitian*. Rineka Cipta. Jakarta. ISBN: 978-979-518-153-8
- Azwar Syaifudin, 2007. *Metode Penelitian*. Penerbit Pustaka Pelajar
- Cahyono, B., Haryono, A. T., & Malik, D. (2016). *Analisa Kekuatan Strategi Pemasaran Melalui Online Marketing, Offline Marketing dan Service Excellent terhadap Loyalitas Konsumen PT. Adinata Graha Raya Kaliwungu dengan Kepuasan Konsumen sebagai Variabel Intervening*. Jurnal

- Ekonomi dan Bisnis Kontemporer*, 2(1).
- Familiar, K., & Maftukhah, I. (2015). Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan melalui Kepuasan Pelanggan. *Management Analysis Journal*, 4(4).
- Gultom, D. K., Arif, M., & Fahmi, M. (2020). Determinasi Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepercayaan. *Maneggio: Jurnal Ilmiah Magister Manajemen*, 3(2), 171-180.
- Harumi, S. D. (2016). Pengaruh kepercayaan dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan di Perusahaan Seiko Laundry Medan. *Analitika: Jurnal Magister Psikologi UMA*, 8(2), 115-128.
- Herawati, Pradhanawati, & Dewi (2013). Pengaruh Bauran Pemasaran Ritel terhadap Loyalitas Pelanggan melalui Kepuasan Pelanggan Pada Konsumen Alfamart di Kecamatan Tembalang Semarang. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis* Vol. 1 No. 1 Hal 1-9 Tahun 2013 Universitas Diponegoro Semarang.
- Janie, Dyah Nirmala Arum. 2012. *Statistik Deskriptif & Regresi Linear Berganda dengan SPSS*. Semarang University Press: Semarang. ISBN: 978-602-9019-98-8
- Juniardi, Haerani, & Munir (2018). Pengaruh Strategi Bauran Pemasaran Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan Hotel Novotel Makassar Grand Shayla City Centre. *Hasanuddin Journal of Applied Business and Entrepreneurship*, Vol. 1 No. 4 hal. 52-64 Tahun 2018 Fakultas Ekonomi Universitas Hasanuddin.
- Larasati, Veronica, and Ronald Suryaputra. "Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Loyalitas Pelanggan Coffee Toffee Jatim Expo di Surabaya." (2013).
- Mulyawisdawati, (2015). Analisis Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan di Karita Muslim Square Yogyakarta. *Afkaruna: Indonesian Interdisciplinary Journal of Islamic Studies* Vol. 8 No1 Hal. 46-59 Tahun 2015 STAI Al-Muhsin Krapyak Yogyakarta.
- Mardalis. 2014. *Metode Penelitian Suatu Pendekatan Proposal*. Jakarta: Bumi Aksara
- Novianti, Endri dan Darlius. 2018. Kepuasan Pelanggan Memediasi Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Promosi terhadap Loyalitas Pelanggan. *Jurnal Ilmiah Manajemen*, Volume VIII. No 01. Hal : 90-108 ISSN : 2088-1231
- Rahmat. 2013. *Statistika Penelitian*. Pustaka Setia. Bandung. ISBN: 978-979-076-337-1
- Sarwono Jonathan, 2006. *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*. Penerbit Graha Ilmu
- Sambas Ali Muhidin, Maman Abdurrahman, 2007. *Analisis Korelasi Regresi dan jalur dalam penelitian*, Penerbit CV Pustaka Setya
- Sudarto, (2011). Analisis Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Kepuasan Pasien Rawat Inap di Rumah Sakit Kelas VIP (Studi Kasus Pasien di Kota Jember). *BALANCE: Economic, Business, Management and Accounting Journal*, Vol. 8 No. 01 tahun 2011 Fakultas Ekonomi Universitas Yos Soedarso Surabaya .
- Sukmawati, I., & Massie, J. D. (2015). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dimediasi Kepuasan Pelanggan Dan Kepercayaan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada PT Air Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi*,

Manajemen, Bisnis dan Akuntansi,
Vol. 3 No. 3 Tahun 2015.

- Selang, (2013). Bauran pemasaran (marketing mix) pengaruhnya terhadap loyalitas konsumen pada fresh mart bahu mall manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi* vol.1 No. 3 tahun 2013 ISSN 2303-1174 Fakultas Ekonomi Jurusan Manajeme Universitas Sam Ratulangi Manado.
- Sugiyono. 2014. *Statistika Untuk Penelitian*. Alfabeta. Bandung. ISBN: 978-979-8433-10-8
- Tantri, Adinda Pandjjaz, and Tantri Widiastuti (2013). "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan Pada Toko Kosmetik Candra Semarang. Fokus Ekonomi: Jurnal Ilmiah Ekonomi vol. 8. No.1 Tahun 2013
- Wijayanto, Kusuma (2015). "Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan dan loyalitas nasabah bank." *Jurnal Manajemen DayaSaing* Vol. 17 No. 1 Tahun 2015 hal. 38-45.