

# PENGARUH KEPUASAN PELANGGAN, KEPERCAYAAN, KUALITAS PELAYANAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PADA PEMPEK BERINGIN

Calvin Santy<sup>1\*</sup>, Idham Cholid<sup>2</sup>

<sup>1,2</sup>Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas MDP, Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas MDP Palembang  
1calvinsanty@mhs.mdp.ac.id, 2idham@mdp.ac.id

---

## Kata kunci:

kepuasan pelanggan;  
kepercayaan; kualitas  
pelayanan

---

**Abstract:** This research has a purpose to find out the effect of customer satisfaction, trust, service quality on customer loyalty at Pempek Beringin. Customer research respondents from pempek banyan with a sample of 237 respondents. The results of this study are customer satisfaction, trust, service quality have a significant positive effect on Pempek Beringin customer loyalty partially or simultaneously.

**Abstrak:** Penelitian ini memiliki tujuan untuk mengetahui pengaruh kepuasan pelanggan, kepercayaan, kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan pada Pempek Beringin. Responden merupakan pelanggan dari pempek beringin dengan sampel sebanyak 237 responden. Hasil penelitian adalah kepuasan pelanggan, kepercayaan, kualitas pelayanan berpengaruh secara positif signifikan terhadap loyalitas pelanggan Pempek Beringin secara parsial maupun secara simultan.

---

Santy & Cholid. (2023). Pengaruh Kepuasan Pelanggan, Kepercayaan, Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Pempek Beringin. *MDP Student Conference 2023*

---

## PENDAHULUAN

### Latar Belakang

Makanan menjadi sumber kebutuhan utama dalam kehidupan manusia. Makanan terbagi menjadi makanan *modern* dan tradisional. Makanan tradisional dijadikan ciri khas sebab kehadirannya yang membawa pengaruh pada budaya masyarakat, seperti tata cara tertentu dalam mengolah bahan makanannya, perannya dalam budaya masyarakat dan tata perayaan, serta resep yang terjaga secara turun-temurun [1]. Palembang mempunyai beberapa makanan khas selain Pempek, yaitu Martabak HAR, Mie Celor, Tekwan, Model dan masih banyak lagi. Namun, makanan khas Palembang yang paling dikenali masyarakat asli maupun luar ialah Pempek. Awalnya, pempek dikenal dengan sebutan empek-empek yang berasal dari kata “Apek” yang merupakan sebutan untuk lelaki tua keturunan China [2]. Pempek berasal dari olahan yang daging ikan yang digiling dengan tepung kanji dan memiliki komposisi dari bahan lain misalnya saja telur, bawang putih yang dihaluskan, penyedap rasa, dan garam. Makanan ini umumnya disajikan dengan kuah pempek atau sering disebut orang Palembang sebagai cuko yang mempunyai rasa pedas, manis serta gurih [3].

Pempek sampai dengan saat ini masih merupakan makanan tradisional yang masih sangat diminati oleh masyarakat. Pempek memiliki slogan “wong kito galo” yang menjadikan pempek merupakan warisan makanan daerah yang turun temurun dari generasi yang satu ke generasi lainnya dengan memiliki

keberagaman pada varian serta cita rasa yang telah memiliki tempat dihati para penikmatnya. Hal ini membuat usaha pempek terutama yang berada di Palembang memiliki peluang yang menjanjikan. Semua pengusaha saling bersaing untuk mendapatkan loyalitas pelanggan agar dapat menguasai pasar. Persaingan yang ketat menuntut pemilik usaha untuk melakukan inovasi agar dapat bersaing secara unggul dalam pasar persaingan [4].

**Tabel 1. Pesaing serupa Pempek Beringin**

Nama Pesaing	Jumlah Cabang
Pempek Beringin	10
Pempek Nony 168	9
Pempek Candy	6
Pempek Pak Raden	5
Pempek 888	2

Sumber: Peneliti, 2022

Dilihat dari Tabel 1 Pempek Beringin berada di urutan pertama dengan 10 cabang. Dikarenakan pempek beringin memiliki cabang terbanyak di kota Palembang maka peneliti tertarik meneliti pempek beringin. Pempek beringin awalnya muncul di daerah Sayangan pada tahun 1970 dan hingga saat ini, Pempek Beringin memiliki 10 cabang yang tersebar di seluruh Palembang.

**Tabel 2. Penjualan Pempek Beringin Kota Palembang**

No	Nama Cabang	Jumlah Penjualan per bulan
1	Pempek Beringin Radial	580
2	Pempek Beringin Dempo	550
3	Pempek Beringin Kenten Street	510
4	Pempek Beringin Rajawali	460
5	Pempek Beringin Anwar Sastro	370
6	Pempek Beringin PTC	320
7	Pempek Beringin Bandara	300
8	Pempek Beringin Tanjung Api-Api	270
9	Pempek Beringin Amaris	200

Tabel 2 menggambarkan beberapa cabang yang dimiliki Pempek Beringin seperti cabang yang berada di Dempo, Kenten Street, Rajawali, Anwar Sastro, PTC Mall, Bandara, Tanjung Api-Api, Amaris dengan cabang paling banyak ada pada Pempek Beringin di Jl. Radial dengan jumlah 580 pelanggan per bulan. Di tengah persaingan yang ketat, Pempek Beringin tetap mampu mempertahankan keberadaannya sebagai usaha Pempek yang maju di Palembang. Pempek Beringin dapat memperhatikan faktor-faktor yang dapat membuat pelanggan puas sehingga mereka memiliki perasaan untuk berkunjung kembali dan menjadi pelanggan menjadi loyal.

Loyalitas pelanggan dapat membantu perusahaan dalam meraih kesuksesan, oleh sebab itu terkait pemasaran, loyalitas pelanggan sendiri menjadi harapan yang ingin diraih oleh suatu perusahaan tersebut. Faktor-faktor yang dapat menyebabkan timbulnya loyalitas pelanggan ialah Kepuasan Pelanggan, Kepercayaan serta Kualitas Pelayanan [5].

Kepuasan pelanggan memiliki pengaruh ke beberapa aspek seperti terciptanya loyalitas pelanggan, meningkatkan reputasi perusahaan, berkurangnya elastisitas harga, juga biaya transaksi masa depan serta tingkat efektifitas dan produktivitas pegawai meningkat.

Menurut Tripadvisor kepuasan pelanggan pada pempek beringin cukup memuaskan karena pempek beringin telah memberikan kualitas produk yang baik juga pelayanan yang maksimal sehingga pelanggan

memberikan ulasan yang positif terhadap kepuasan yang mereka dapatkan setelah makan di pempek beringin. Serupa dengan penelitian berjudul “Pengaruh Experiential Marketing dan Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi Pada Restoran Imperial Kitchen Resto di Kota Ambon)” yang menyatakan bahwa terdapat pengaruh signifikan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan [6].

Kepercayaan dijadikan sebagai harapan yang dipegang seseorang individu atau sebuah kelompok ketika perkataan, janji, pernyataan lisan atau tulisan dari individu atau kelompok lainnya dapat diwujudkan [7].

Pempek Beringin terbukti mendapat kepercayaan pelanggannya dengan dapat mempertahankan dan mengembangkan cabangnya dari tahun 1970 hingga sekarang, bahkan hal tersebut menjadikan pempek beringin sebagai restoran pempek dengan cabang terbanyak diseluruh kota Palembang. Penelitian yang berjudul “Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan terhadap Loyalitas Pelanggan Restoran D’Besto Cabang Gunung Pangilun” menyatakan bahwa Kepercayaan memiliki pengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan [8].

Kualitas merupakan gambaran dan karakteristik menyeluruh dari sebuah barang atau jasa dalam performanya untuk memenuhi kebutuhan [9]. Kualitas pelayanan merupakan suatu kinerja yang ditawarkan oleh seseorang dan diberikan pada orang lain. Jika pelanggan puas pada barang dan kualitas pelayanan yang ditawarkan, hal ini akan menyebabkan timbulnya sikap loyal pada pelanggan sehingga minat beli meningkat dan membuat pelanggan setia terhadap produk yang perusahaan tersebut tawarkan [5].

Pempek Beringin berusaha untuk memberikan pelayanan yang terbaik dengan memberikan ucapan selamat datang bagi pelanggan yang datang, memiliki pakaian yang sama agar terlihat seragam dan pempek beringin juga telah menyediakan metode pembayaran non tunai. Penelitian yang berjudul “Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan Mujigae Resto Depok” menjelaskan Kualitas Pelayanan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas pelanggan [10].

## METODE

Penelitian bersifat kuantitatif, karena pengumpulan data menggunakan kuesioner dengan populasi pengunjung Pempek Beringin. Sampel terdiri dari 237 responden dengan kriteria lebih dari dua kali berkunjung ke pempek beringin dengan ketentuan *Slovin*. Hasil pada penelitian ini didapat dari penyebaran kuesioner dan angket secara langsung di pempek beringin. Pengujian dilakukan dengan uji t, uji F, dan regresi linear berganda.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Tabel 1. Hasil Uji T

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1,791	,618		2,900	,004
	Kepuasan Pelanggan	,283	,042	,319	6,687	,000
	Kepercayaan	,178	,039	,223	4,606	,000
	Kualitas Pelayanan	,239	,026	,435	9,080	,000

Sumber : Hasil Olah Data, 2022

Hasil uji t menunjukkan kepuasan pelanggan memiliki nilai  $6.687 > 1.651$  dan memiliki nilai signifikansi  $0.000 < 0.05$ . Kepercayaan memiliki nilai  $4.606 > 1.651$  dan memiliki nilai signifikansi  $0.000 < 0.05$ . Kualitas pelayanan memiliki  $9.080 > 1.651$  dan mempunyai nilai signifikansi  $0.000 < 0.05$ . Ini berarti

kepuasan pelanggan, kepercayaan, kualitas pelayanan memiliki pengaruh positif signifikan secara parsial terhadap variabel loyalitas pelanggan.

Tabel 2. Hasil Uji F

ANOVA <sup>a</sup>						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	127,225	3	42,408	113,993	,000 <sup>b</sup>
	Residual	86,682	233	,372		
	Total	213,907	236			

Sumber : Hasil Olah Data, 2022

Berdasarkan hasil 1.4, terlihat hasil uji F dengan nilai 113.993 > 2.10 dan memiliki nilai signifikan 0,000 > 0,05. Hasil ini memberikan kesimpulan bahwa kepuasan pelanggan, kepercayaan, dan kualitas pelayanan berpengaruh positif signifikan secara simultan terhadap variabel loyalitas pelanggan.

Tabel 3. Hasil Regresi Linear Berganda Coefficients<sup>a</sup>

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients
		B	Std. Error	Beta
1	(Constant)	1,791	,618	
	Kepuasan Pelanggan	,283	,042	,319
	Kepercayaan	,178	,039	,223
	Kualitas Pelayanan	,239	,026	,435

Sumber : Hasil Olah Data, 2022

Dari tabel 3 diatas, diperoleh persamaan sebagai berikut:

**Loyalitas Pelanggan = 1.791 + 0.283 Kepuasan Pelanggan + 0,178 Kepercayaan + 0,239 Kualitas Pelayanan.**

Nilai koefisien kepuasan pelanggan bernilai 0,283 yang berarti saat kualitas pelayanan mengalami kenaikan sebesar 1 satuan, maka nilai loyalitas pelanggan akan meningkat sebesar 0,283. Nilai koefisien kepercayaan bernilai 0,178 yang berarti saat kepercayaan mengalami kenaikan 1 satuan, maka nilai loyalitas pelanggan akan meningkat sebesar 0,178. Nilai koefisien kualitas pelayanan bernilai 0,239 yang berarti saat kualitas pelayanan mengalami kenaikan 1 satuan, maka loyalitas pelanggan akan mengalami kenaikan 0,239.

Kepuasan pelanggan berpengaruh positif dan signifikan secara parsial maupun simultan terhadap loyalitas pelanggan. Serupa dengan teori kepuasan pelanggan yang merupakan tingkat keadaan yang dirasakan seseorang yang merupakan hasil dari membandingkan penampilan atau outcome produk yang dirasakan dalam hubungannya dengan harapan seseorang, maka dari itu Pempek Beringin berusaha untuk memberikan produk-produk berkualitas serta pelayanan yang maksimal sehingga pelanggan dapat merasa nyaman dan puas saat melakukan pembelian *takeaway* ataupun *dine-in* pada restoran Pempek Beringin.

Kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan secara parsial maupun simultan terhadap loyalitas pelanggan. Hal ini sesuai dengan teori Kepercayaan ialah kemauan seseorang untuk peka terhadap tindakan orang lain berdasarkan pada harapan bahwa orang lain akan melakukan tindakan tertentu pada orang yang mempercayainya, tanpa tergantung pada kemampuannya untuk mengawasi dan mengendalikannya, maka

dari itu Pempek Beringin berusaha untuk terus berkembang dengan menambah gerai-gerainya dan menambahkan menu terbaru agar pelanggan dapat lebih mempercayai pempek beringin.

Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan secara parsial maupun simultan terhadap loyalitas pelanggan. Serupa dengan teori kualitas pelayanan adalah bentuk penilaian konsumen terhadap tingkat pelayanan yang diterima dengan tingkat pelayanan yang diharapkan. Jadi, jika pelayanan yang diterima atau dirasakan dapat sesuai dengan yang diinginkan konsumen, maka kualitas pelayanan yang diberikan dapat diasumsikan membuat konsumen puas. Pempek Beringin berusaha untuk memberikan pelayanan yang terbaik dengan memberikan ucapan selamat datang bagi pelanggan yang datang, pempek beringin juga menyediakan pembayaran dengan metode non tunai dan karyawan pempek beringin memiliki pakaian yang sama agar terlihat seragam serta memudahkan pelanggan untuk mengetahui.

### KESIMPULAN

Kepuasan Pelanggan memiliki pengaruh positif signifikan pada Loyalitas Pelanggan Pempek Beringin Radial Kota Palembang. Ini berarti makin baik kepuasan yang dirasakan pelanggan, maka semakin tinggi juga tingkat loyalitas yang dirasakan pelanggan.

Kepercayaan memiliki pengaruh positif dan signifikan pada Loyalitas Pelanggan Pempek Beringin Radial Kota Palembang. Dapat dikatakan bahwa makin baik kepercayaan yang dihadirkan, maka seakin tinggi juga loyalitas yang akan dirasakan pelanggan.

Kualitas Pelayanan memiliki pengaruh positif signifikan pada Loyalitas Pelanggan Pempek Beringin Radial Kota Palembang. Artinya, makin baik pelayanan yang diperlihatkan, maka akan semakin tinggi juga loyalitas yang akan dirasakan pelanggan.

Diharapkan Pempek Beringin Radial Palembang dapat menanggapi keluhan yang diajukan pelanggan dengan baik agar pelanggan tetap puas dan ingin melakukan pembelian ulang di kemudian hari. Dengan begitu loyalitas pelanggan akan terjaga dengan baik.

Selain itu, diharapkan Pempek Beringin Radial Palembang dapat terus meningkatkan fasilitas yang disediakan demi menunjang kenyamanan pelanggan saat melakukan transaksi dengan aman dan terus berusaha memberikan respon yang cepat pada pelanggannya dengan memberikan informasi yang lengkap sesuai produk yang ditawarkan. Dengan begitu pelanggan akan merasa puas dan loyalitas pelanggan akan terjaga dengan baik.

Diharapkan juga, Pempek Beringin Radial Palembang dapat terus menjaga interior ruangan tetap rapi dan bersih serta tanggap dalam memberikan pelayanan sesuai apa yang pelanggan butuhkan. Dengan begitu pelanggan akan merasa puas dan loyalitas pelanggan akan terjaga dengan baik.

Untuk dikemudian hari diharapkan pada peneliti untuk mengembangkan penelitian mengenai loyalitas pelanggan lebih luas dengan menambahkan variabel lain maupun faktor apa saja yang dapat mempengaruhi loyalitas.

### DAFTAR PUSTAKA

- [1] Latifah, F. A. (2021). *Makanan Khas Daerah di Indonesia dan Karakteristiknya*. Kumparan.com.<https://kumparan.com/kabar-harian/makanan-khas-daerah-di-indonesia-dan-karakteristiknya-1wiH77iAjUe/full>
- [2] Gunandha, R. (2018). *Sejarah Unik di Potongan-Potongan Pempek*. Suara.com.<https://www.suara.com/lifestyle/2018/01/18/165854/sejarah-unik-di-potongan-potongan-pempek?page=all>

- [3] Maulana, L. (2021). *Riwayat Pempek, Kuliner Khas Palembang yang Melegenda*. Kate.id. <https://kate.id/2021/02/27/riwayat-pempek-kuliner-khas-palembang-yang-melegenda/>
- [4] Rahman, S. (2020). *Pengembangan Industri Kuliner Berbasis Makanan Tradisional*. In H. A. Susanto (Ed.), *Deepublish Publisher* (I). Deepublish Publisher.
- [5] Halim, F., Zukhruf Kurniullah, A., Butarbutar Efendi, M., Sudarso, A., Purba, B., Lie Sisca, D., Mangiring Parulian Simarmata Lalu Adi Permadi, H., Novela Editor, V., Watrianthos Desain Sampul, R., Kreatif Kita Menulis, T., & Yayasan Kita Menulis, P. (2021). *Manajemen Pemasaran Jasa* (R. Watrianthos (ed.); I). Yayasan Kita Menulis.
- [6] Lopumeten, R. N., & Tomaso, S. K. (2018). *Pengaruh Experiential Marketing dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi pada Restoran Imperial Resto di Kota Ambon)*. *Jurnal SOSOQ*, 6(1), 34–50.
- [7] Fandi & Juwita, R. (2022). *The Effect of Motivation and Trust on Netflix Purchasing Intention in Palembang City*. 608-613. <https://jurnal.mdp.ac.id/index.php/msc/article/view/1951/537>
- [8] Ramadan. (2019). *Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Pelanggan Restoran D'Besto Cabang Gunung Pangilun*. STKIP PGRI Sumatera Barat.
- [9] Shobri, A.B. & Mukhsin, M. (2022). *Analisis Total Quality Service (Tqs) Menggunakan Metode Analytical Hierarchy Process (Ahp)*. 24-31. <https://jurnal.mdp.ac.id/index.php/msc/article/view/1658/619>
- [10] Wijiyanti, M., Mariam, I., & Dewi, Y. P. P. (2018). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Mujigae Resto Depok*. *Epigram*, 16(2), 195–204. <https://doi.org/10.32722/epi.v16i2.2235>