

INTISARI

Penelitian ini berusaha mengungkapkan pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan dalam membentuk loyalitas pelanggan Celebrity Fitness di Surabaya. Tujuan penelitian yaitu untuk mengetahui pengaruh antara kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan secara langsung dan secara tidak langsung melalui kepuasan pelanggan di Celebrity Fitness di Surabaya. Jenis penelitian yang dilakukan ini adalah konklusif eksperimental. Sampel yang digunakan dengan karakteristik pelanggan yang pernah menggunakan layanan Celebrity Fitness di Surabaya minimal satu tahun terakhir, pernah menggunakan jasa *trainer* Celebrity Fitness di Surabaya minimal 6 kali, pernah menggunakan layanan *café* yang disediakan Celebrity Fitness di Surabaya minimal 6 kali, minimal pendidikan minimal SMA atau sederajat. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer yang diperoleh dari jawaban kuesioner yang dibagikan kepada 120 responden. Dalam penelitian ini pengolahan data menggunakan uji *Two-Stage Least Square* (2SLS) dengan bantuan program Lisrel 8.70.

Hasil penelitian ini menunjukkan tidak adanya pengaruh signifikan kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan, adanya pengaruh signifikan kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan, dan adanya pengaruh signifikan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan. Hipotesis 1 yaitu semakin baik kualitas layanan maka semakin tinggi kepuasan pelanggan Celebrity Fitness di Surabaya tidak terbukti karena nilai t-value sebesar 0,43, sedangkan besarnya pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan ditunjukkan dengan nilai beta sebesar 0,08. Hipotesis 2 yaitu semakin baik kualitas layanan maka semakin tinggi loyalitas pelanggan Celebrity Fitness di Surabaya terbukti karena hasil t-value sebesar 2,52, sedangkan besarnya pengaruh kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan ditunjukkan dengan nilai beta sebesar 1,08. Hipotesis 3 yaitu semakin tinggi kepuasan pelanggan maka semakin tinggi loyalitas pelanggan Celebrity Fitness di Surabaya terbukti karena hasil t-value sebesar 3,44, sedangkan besarnya pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan ditunjukkan dengan nilai beta sebesar 0,26.

Kata kunci: kualitas layanan, kepuasan pelanggan, loyalitas pelanggan

ABSTRACT

This study tried to reveal the influence of service quality on customer satisfaction in the form of customer loyalty Celebrity Fitness in Surabaya. This type of research done is conclusive experimental. The research objective is to determine the effect of service quality on customer loyalty directly and indirectly through customer satisfaction at Celebrity Fitness in Surabaya. The sample used to the characteristics of customers who had used the service Celebrity Fitness in Surabaya at least the past year, ever use the services of Celebrity Fitness Trainers in Surabaya at least 6 times, ever use the services provided by Celebrity Fitness café in Surabaya at least 6 times, a minimum of at least high school education or equal. The data used in this study is the primary data obtained from responses to questionnaires that were distributed to 120 respondents. In this study the processing of test data using Two-Stage Least Square (2SLS) with the help of LISREL 8.70 program.

The results of this study showed no significant effect of service quality to customer satisfaction, the significant influence of service quality to customer satisfaction, and the significant influence of customer satisfaction on customer loyalty. Hypothesis 1 is that the better the quality of service, the higher the customer satisfaction Celebrity Fitness in Surabaya is not proven because the t -value is 0.43, while the magnitude of the influence of service quality to customer satisfaction is shown by the beta value of 0.08. Hypothesis 2 is the better quality of service, the higher the customer loyalty Celebrity Fitness in Surabaya proved because the t -value is 2.52, while the magnitude of the influence of service quality on customer loyalty is shown by the beta value of 1.08. Hypothesis 3 that the higher the customer satisfaction, the higher the customer loyalty Celebrity Fitness in Surabaya proved because the t -value is 3.44, while the magnitude of the effect of customer satisfaction on customer loyalty is shown by the beta value of 0.26.

Key words: service quality, customer satisfaction, customer loyalty