

Pengaruh Kualitas Pelayanan Tokopedia *Center* Terhadap Loyalitas Costumer di Kota Tasikmalaya

Dedeh Sundarsih¹ Lita Handayani²

^{1,2}Politeknik Triguna Tasikmalaya

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh Kualitas Pelayanan Tokopedia *Center* terhadap Loyalitas *Costumer*. Kualitas pelayanan merupakan hal yang penting dalam meningkatkan loyalitas *costumer*. Salah satu cara untuk dapat menentukan loyalitas *costumer* adalah dengan adanya kualitas Pelayanan yang baik. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif, pengolahan data di uji dengan menggunakan uji validitas dan uji reliabilitas dan analisis regresi sederhana dan uji asumsi klasik. Teknik penumpulan data melalui penyebaran kuesioner penelitian, yang disebar kepada 239 responden dengan menggunakan teknik *random* sampling. Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa hipotesis yang penulis buat yaitu : diduga adanya pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas *costumer*. Artinya bahwa kualitas pelayanan sangat berpengaruh terhadap loyalitas *costumer* di Tokopedia *Center* Kota Tasikmalaya.

Kata kunci : Kualitas Pelayanan, Loyalitas *Costumer*

PENDAHULUAN

I. Latar belakang

Di zaman yang serba canggih ini perkembangan teknologi informasi dan komunikasi berjalan tanpa batas. Seiring perkembangan zaman yang semakin cepat dan kemajuan dibidang pendidikan dan perekonomian yang lebih maju, perubahan sosial budaya masyarakat, serta perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi yang canggih membuat semuanya menjadi mudah sehingga aktivitas masyarakat menjadi lebih cepat dan praktis. Salah satunya transaksi elektronik yang dapat mengefektifkan waktu sehingga masyarakat dapat bertransaksi dengan mudah dengan siapapun dan kapanpun. Semua transaksi dilakukan dengan internet tanpa bertatap muka langsung.

Media social menjadi situs yang paling diminati oleh masyarakat saat ini, salah satunya Aplikasi Tokopedia yang menjadi *marketplace* yang paling diminati oleh masyarakat. Tokopedia merupakan perseroan terbatas yang menjalankan usaha web portal www.tokopedia.com. Tokopedia menyediakan layanan jasa pencarian toko dan barang yang dijual oleh penjual terdaftar, Tokopedia menawarkan kepada setiap orang yang ingin melakukan penjualan atau pembelian dengan mendaftarkan akun terlebih dahulu. Pembayaran yang dilakukan di toko *online* dengan toko tradisional sedikit berbeda, apabila belanja di toko tradisional masih bisa membayar dengan uang tunai, maka di toko *online* hal itu tidak bisa dilakukan semua pembayaran di toko *online* dilakukan secara elektronik.

Dengan bermunculan masalah yang dihadapi customer, seperti malas untuk membayar transaksi ke ATM atau mengadakan keluhan yang dialami dalam bertransaksi di tokopedia yang membuat customer menjadi malas belanja *online*. Untuk memenuhi kebutuhan customer tersebut perlu adanya penyedia jasa yang memberikan pelayanan yang baik. Maka Tokopedia menyediakan layanan *Center* untuk mempermudah dan untuk memenuhi kebutuhan customer yaitu dengan menyediakan layanan Tokopedia *Center*. Tokopedia *Center* ini sudah masuk ke daerah-daerah yang ada di Indonesia termasuk Tasikmalaya.

Tokopedia *Center* sebagai wadah untuk melakukan berbagai kegiatan, Tokopedia *Center* dapat dijadikan sebagai tempat untuk melakukan transaksi *online-to-offline* (O2O), membayar tagihan atau pembelian tiket, mencari informasi soal cara menggunakan aplikasi Tokopedia, belanja secara interaktif, hingga mencari inspirasi untuk memulai usaha *online*. Setiap pengunjung yang melakukan transaksi di Tokopedia *Center* juga akan mendapatkan berbagai promo yang menarik. Akan tetapi, pelayanan yang ada di Tokopedia *Center* Tasikmalaya masih belum bisa memuaskan pelanggan apabila ada yang mengadakan keluhan *customer* tentang belanja di Aplikasi Tokopedia responnya tidak cepat tanggap dan tidak langsung ditindak lanjuti. Ini akan berakibat merugikan dan menghilangkan kepercayaan konsumen terhadap Tokopedia *Center* itu sendiri. Contohnya saat aplikasi Tokopedia mengalami error banyak customer yang mengeluhkannya, saat mengadakan keluhan, konsultan tokopedia belum bisa memberikan jawaban yang membuat customer merasa puas.

Fenomena tersebut menunjukkan betapa sulitnya langkah yang harus ditempuh Tokopedia *Center* Tasikmalaya untuk mempertahankan loyalitas dari pelanggan yang lama dan menarik pelanggan yang baru. Salah satu cara yang dapat ditempuh Tokopedia *Center* yaitu dengan menjaga dan meningkatkan kualitas pelayanan yang ada untuk meningkatkan kepuasan pelanggan, sehingga diharapkan dapat berdampak positif terhadap loyalitas mereka sebagai pelanggan Tokopedia *Center*.

II. Rumusan Masalah

Dengan melihat hal-hal yang berkaitan tentang latar belakang yang telah dipaparkan diatas maka penulis ingin mengetahui hal-hal yang berkaitan dengan pelayanan yang ada di Tokopedia *Center*. Maka penulis merumuskan masalah sebagai berikut :

1. Bagaimana kualitas pelayanan di Tokopedia *Center* kota Tasikmalaya?
2. Bagaimana loyalitas pelanggan di Tokopedia *Center* kota Tasikmalaya?
3. Bagaimana pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan di Tokopedia *Center* kota Tasikmalaya?

III. Tujuan Penelitian

Adapun Tujuan Penelitian ini adalah :

1. Untuk memperoleh hasil kajian mengenai kualitas pelayanan di Tokopedia *Center* kota Tasikmalaya.
2. Untuk memperoleh hasil kajian mengenai loyalitas pelanggan di Tokopedia *Center* kota Tasikmalaya.
3. Untuk memperoleh hasil pengujian mengenai pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan di Tokopedia *Center* kota Tasikmalaya.

TINJAUAN PUSTAKA

I. Kualitas Pelayanan

Menurut Tjiptono (2016:59) menyatakan bahwa “kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan”.

Menurut Parasuraman, Zeithmal, dan Berry yang dikutip oleh Sudarso (2015:56) yang mengemukakan bahwa : “kualitas pelayanan merupakan penilaian atau sikap global berkenaan dengan superioritas suatu pelayanan.” Menurut Kotler dalam Fandy Tjiptono (2016:284) mengungkapkan terdapat lima faktor dominan penentu kualitas pelayanan jasa, kelima faktor tersebut diantaranya yaitu:

- 1) Berwujud (*tangible*)
Yaitu berupa penampilan fisik, peralatan dan berbagai materi komunikasi yang baik.
- 2) Empati (*empathy*)
Kesediaan karyawan dan pengusaha untuk lebih peduli memberikan perhatian secara pribadi kepada pelanggan. misalnya karyawan harus mencoba menempatkan diri sebagai pelanggan. jika pelanggan mengeluh harus dicari solusi segera, agar selalu terjaga hubungan harmonis dengan menunjukkan rasa peduli yang tulus. Dengan cara perhatian yang diberikan para pegawai dalam melayani dan memberikan tanggapan atas keluhan para konsumen.
- 3) Cepat tanggap (*Responsiveness*)
Yaitu kemauan dari karyawan dan pengusaha untuk membantu pelanggan dan memberikan jasa dengan cepat serta mendengar dan mengatasi keluhan konsumen.
- 4) Keandalan (*reliability*)
Yaitu kemampuan untuk memberikan jasa sesuai dengan yang dijanjikan,

terpercaya dan akurat, serta konsisten. Contoh dalam hal ini antara lain, kemampuan pegawai dalam memberikan pelayanan yang terbaik, kemampuan pegawai dalam menangani kebutuhan konsumen dengan cepat dan benar, kemampuan perusahaan dalam memberikan pelayanan yang baik sesuai dengan harapan konsumen.

5) Kepastian (*Assurance*)

Yaitu berupa kemampuan karyawan untuk menimbulkan keyakinan dan kepercayaan terhadap janji yang telah dikemukakan kepada konsumen. Contoh pengetahuan dan keterampilan pegawai dalam menjalankan tugasnya, pegawai dapat diandalkan, pegawai dapat memberika kepercayaan kepada konsumen, pegawai memiliki keahlian teknis yang baik.

Prinsip-prinsip yang terdapat dalam kualitas pelayanan menurut Tjiptono (2012:75) adalah sebagai berikut :

1. Kepemimpinan
Strategi perusahaan harus merupakan inisiatif dan komitmen dari manajemen puncak untuk meningkatkan kinerja kualitasnya, tanpa adanya kepemimpinan maka usaha untuk meningkatkan kualitas pelayanan hanya berdampak kecil terhadap perusahaan
2. Perencanaan
Proses perencanaan strategi harus mencakup pengukuran dan tujuan kualitas yang dipergunakan dalam mengarahkan perusahaan untuk mencapai misinya.
3. *Review*
Proses *Review* merupakan salah satu alat yang efektif digunakan perusahaan untuk mengubah perilaku organisasional. Proses ini merupakan suatu mekanisme yang menjamin adanya perhatian yang

konstan dan terus menerus dalam mencapai tujuan kualitas.

4. Komunikasi

Komunikasi harus dilakukan agar mencapai kenyamanan pelanggan dan pemilik perusahaan itu sendiri, melalui komunikasi, perusahaan akan selalu mengetahui berbagai respon yang muncul dari pelanggan setelah memakai layanan jasa yang diberikan, sehingga perusahaan dengan mudah mengevaluasi kualitas pelayanan.

5. Penghargaan dan pengukuran

Setiap karyawan yang baik dan berprestasi tersebut diakui agar dapat memberikan kontribusi yang besar bagi perusahaan dan pelanggan yang dilayaninya.

6. Pendidikan

Semua personil mulai dari manajemen puncak sampai karyawan operasional harus memperoleh pendidikan mengenai kualitas.

II. Loyalitas Pelanggan

Oliver dalam Adam (2015:61) menyebutkan loyalitas sebagai komitmen yang kuat untuk membeli kembali atau mempolakan ulang secara konsisten produk atau jasa yang digunakan diwaktu yang akan datang, yang menyebabkan pembelian merek yang berulang walaupun ada pengaruh situasional dan stimulus pemasaran yang berpotensi yang menyebabkan perubahan perilaku. Menurut Schiffman *et el* dalam Adam (2015:61) loyalitas merupakan komitmen dari seorang pelanggan terhadap suatu produk atau jasa yang diukur dengan pembelian ulang atau *attitudinal commitment*.

Pelanggan yang loyal merupakan aset yang tinggi bagi perusahaan. Hal ini dapat dilihat dari karakteristik yang dimilikinya seperti yang dikemukakan oleh Tjiptono yang

dikutip oleh Sangadji dan Shopiah (2013:115) mengemukakan ada enam indikator yang bisa digunakan untuk mengukur loyalitas pelanggan yaitu :

1. Pembelian ulang.
2. Kebiasaan mengkonsumsi merek.
3. Rasa suka yang besar terhadap merek.
4. Ketetapan pada merek.
5. Keyakinan bahwa merek tertentu adalah merek yang terbaik.

6. Rekomendasi merek pada orang lain. Indikasi loyalitas yang sesungguhnya diperlukan suatu pengukuran terhadap sikap yang dikombinasikan dengan pengukuran terhadap perilaku. Pendapat yang berbeda dikemukakan oleh Griffin dalam Hurriyati (2015:130) yaitu :

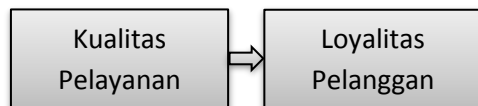
1. Melakukan pembelian secara teratur (*makes regular repeat purchase*)
2. Membeli diluar lini produk/jasa (*purchases across product and service lines*)
3. Merekomendasikan produk lain (*refers other*)
4. Menunjukkan kekebalan dari daya tarik produk sejenis dari pesaing (*demonstrates an immunity to the full of the competition*).

KERANGKA PEMIKIRAN

Kemudian penelitian lanjutan tentang kualitas pelayanan dikemukakan oleh Zeithmal yang dikutip oleh Sudarso (2016:57) yang menyatakan bahwa : “kualitas pelayanan merupakan manfaat yang dirasakan berdasarkan evaluasi konsumen atas interaksi dibandingkan dengan manfaat yang diharapkan sebelumnya.”

Sedangkan menurut Richard Oliver dalam Ratih Hurriyati (2015:129) loyalitas pelanggan adalah “Komitmen pelanggan bertahan secara mendalam untuk

berlangganan kembali atau melakukan pembelian ulang produk atau jasa terpilih secara konsisten dimasa yang akan datang, meskipun pengaruh situasi dan usaha-usaha pemasaran mempunyai potensi untuk menyebabkan perubahan perilaku.”



Paradigma Penelitian ini terdiri dari satu variabel independen yaitu Kualias Pelayanan dan satu variabel dependen yaitu Loyalitas Pelangan.

METODE PENELITIAN

Menurut V. Wiratna Sujarweni (2018 : 6) Penelitian Kuantitatif adalah jenis penelitian yang menghasilkan penemuan-penemuan yang dapat dicapai dengan menggunakan prosedur-prosedur statistik atau cara-cara lain dari kuantifikasi (pengukuran).

Menurut Sugiyono (2010: 11-12) Metode Survey adalah Metode yang alamiah (bukan buatan), tetapi peneliti melakukan perlakuan dalam pengumpulan data, misalnya dengan mengedarkan kuesioner, tes wawancara terstruktur dan sebagainya (perlakuan tidak seperti dalam eksperimen).

Dari pendapat di atas maka penulis memutuskan metode yang digunakan dalam penelitian adalah pendekatan kuantitatif dengan metode survey, karena data-data yang diperoleh berupa angka-angka dan pengolahannya akan menggunakan metode statistika dengan metode ini penulis juga dapat menguji hipotesis dari penelitian ini.

Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan sumber

primer (angket) dan sumber sekunder (catatan, buku, majalah berupa laporan keuangan publikasi perusahaan, laporan pemerintah, artikel, buku-buku sebagai teori, majalah dan lain sebagainya).

Teknik Analisis Data

1. Uji Normalitas

Uji Normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Seperti diketahui bahwa uji t dan F mengasusikan bahwa nilai residual mengikuti distribusi normal.

Jika asumsi ini dilanggar, maka uji statistik menjadi tidak valid untuk jumlah sampel kecil. Ada dua cara untuk mendeteksi apakah residual memiliki distribusi normal, yaitu dengan analisis grafik dan uji statistic. Untuk menguji apakah data berdistribusi normal atau tidak, maka dilakukan uji Statistik *Kolmogorov-Smirnov Test*.

2. Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi terjadi ketidaksamaan *Variance* dari residual dari suatu pengamatan ke pengamatan yang lain. Ada beberapa cara yang dapat dilakukan untuk menguji heteroskedastisitas, yaitu uji Grafik *Plot*, uji glejser, uji park dan uji *white*. Pengujian pada penelitian ini menggunakan Grafik *Plot* antara nilai prediksi variabel dependen yaitu *ZPERED* dengan Residualnya *SRESID*. Tidak ada uji Heteroskedastisitas apabila tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik menyebar diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y (Imam Ghozali ,2011:139-143).

3. Analisis Regresi Sederhana

Menurut Sugiyono (2016:261) mengemukakan bahwa “Regresi sederhana didasarkan pada hubungan fungsional ataupun kasual satu variabel independen dengan satu variabel dependen”.

Menurut Sugiyono (2016:261) model linear sederhana adalah sebagai berikut :

$$Y = a + bx$$

Dimana :

Y = Subyek dalam variabel dependen yang diprediksikan.

a = Harga Y ketika harga X=0 (Harga Konstan).

b = Angka arah atau koefisien regresi, yang menunjukkan angka peningkatan ataupun penurunan variabel dependen yang didasarkan pada perubahan variabel dependen. Bila (+) arah garis naik, dan bila (-) maka arah garis turun.

x = Subjek pada variabel independen yang mempunyai nilai tertentu.

4. Analisis Koefisien Korelasi

untuk mengetahui kuat atau lemahnya hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen, dapat dihitung dengan koefisien korelasi. Jenis korelasi hanya bisa digunakan pada hubungan variabel garis lurus (linier), adalah korelasi *Pearson Product Moment* (r). Menurut Sugiyono (2014:183) adapun rumus korelasi *Product Moment* (r) adalah sebagai berikut :

$$r_{xy} = \frac{\sum xy}{\sqrt{(\sum x^2) - (\sum y^2)}}$$

Keterangan :

r_{xy} = Koefisien antara variabel x dan y

$\sum xy$ = Jumlah skor variabel x dan y

$\sum x^2$ = Jumlah Kuadrat skor variabel x

$\sum y^2$ = Jumlah Kuadrat skor variabel y

5. Analisis Koefisien Determinasi

Analisis koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel Kualitas Pelayanan (X) terhadap variabel Loyalitas Pelanggan (Y).

Adapun untuk mengetahui nilai koefisien determinasi yaitu :

$$KP = R^2 = (KK^2) \times 100\%$$

KP = Koefisien Penentu/determinasi

KK = Koefisien Korelasi

6. Uji Hipotesis

Pengujian hipotesis yang dilakukan dalam penelitian ini menggunakan uji t untuk menguji secara parsial. Pengujian hipotesis dilakukan dengan menggunakan metode statistik berupa uji t dengan uji dua pihak. Uji statistik dapat dilakukan secara manual atau menggunakan Program SPSS 20.

Kriteria uji t yaitu cari t_{tabel} pada tabel distribusi t pada taraf nyata 5% dengan dk =

n-2. Kemudian bandingkan t_{hitung} dengan t_{tabel} .

Menentukan kriteria H_0 diterima atau ditolak

- a. H_0 diterima jika $-t_{tabel} < t_{hitung} < t_{tabel}$
- b. H_0 ditolak jika $-t_{tabel} < -t_{hitung}$ atau $t_{hitung} > t_{tabel}$

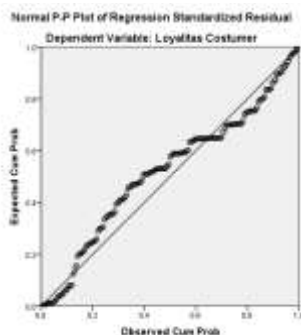
HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Hasil dan pembahasan deskriptif

Dari hasil analisis deskriptif bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas customer.

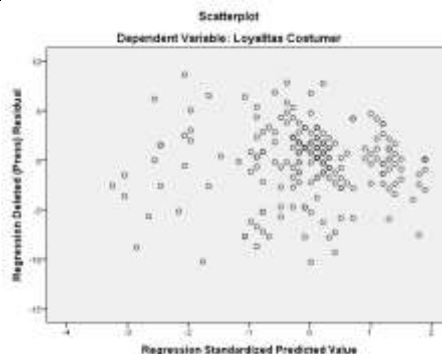
2. Hasil dan pembahasan uji normalitas

Uji Normalitas



Berdasarkan grafik diatas, dapat dilihat bahwa data menyebarkan di sekitar garis diagonal, dan mengikuti arah garis diagonal pada grafik histogram. Hal ini menunjukkan bahwa pola distribusi normal, jadi, maka dapat disimpulkan bahwa berdasarkan grafik *P-P plot*, model regresi memenuhi asumsi normalitas.

Uji Heteroskedastisitas



Berdasarkan grafik diatas, terlihat bahwa tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik tersebut menyebarkan di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y. Hal ini menunjukkan bahwa data dalam penelitian ini tidak terjadi heteroskedastisitas

Analisis Koefisien Korelasi

Koefisien Korelasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics				
					R Square Change	F Change	df1	df2	Sig. F Change
1	.840 ^a	.705	.704	3.341	.705	565.829	1	237	.000

- a. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan
- b. Dependent Variable: Loyalitas Customer

Dari Tabel diatas diperoleh angka R sebesar 0,840. Hal ini menunjukkan bahwa Kualitas Pelayanan (X) memiliki hubungan yang kuat terhadap Loyalitas Customer (Y), karena r_{hitung} lebih besar dari r_{tabel} yaitu sebesar 0,1269.

Analisis Koefisien Determinasi

Koefisien Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics				
					R Square Change	F Change	df1	df2	Sig. F Change
1	.840 ^a	.705	.704	3.341	.705	565.829	1	237	.000

- a. Predictors : (Constant), Kualitas Pelayanan
- b. Dependent Variabel : Loyalitas Customer

Dari tabel diatas, dapat diperoleh angka *R square* sebesar 0,705. Hal ini menunjukkan

bahwa Kualitas Pelayanan (X) berpengaruh positif sebesar 70,5% pada Loyalitas Costumer (Y) di Tokopedia Center Kota Tasikmalaya, sedangkan sisanya dipengaruhi sebab-sebab lain yang tidak diteliti.

Persamaan Regresi Sederhana Persamaan Regresi

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-6,028	1,745		-3,455	,001
	Kualitas Pelayanan	,509	,021	,840	23,787	,000

a. Dependent variabel kualitas pelayanan

Hasil dari uji *Coefficients*, nilai konstan a = -6,028 dan b = 0,509, sehingga didapat persamaan regresi linear adalah :

$$Y = a + b X$$

$$Y = -6,028 + 0,509 X$$

Dari persamaan regresi tersebut diperoleh :

a = - 6,028 yang berarti bahwa nilai konsisten variabel loyalitas *costumer* (Y) adalah sebesar -6,028.

b = 0,509 yang berarti bahwa setiap penambahan 1% nilai Kualitas Pelayanan (X), maka nilai Loyalitas *Costumer* (Y) bertambah sebesar 0,509.

Pengujian Hipotesis

Penentuan Statistik Uji

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-6,028	1,745		-3,455	,001
	Kualitas Pelayanan	,509	,021	,840	23,787	,000

Dependent Variabel Loyalitas Costumer

Hasil dari uji *Coefficients*, dapat diperoleh t hitung = 23.787 dan t tabel = -3.455.

Dapat dijelaskan bahwa $t_{hitung} > t_{tabel}$ dan artinya H_a diterima dan H_o ditolak, yakni Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Costumer di Tokopedia Center Kota Tasikmalaya.

Berdasarkan hasil analisis diatas, maka dapat diketahui bahwa pengidentifikasi dalam pelaksanaan Kualitas Pelayanan dapat digunakan sebagai pedoman dalam hal meningkatkan Loyalitas *Costumer* di Tokopedia Center Kota Tasikmalaya.

Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, dapat penulis simpulkan yaitu :

1. Kualitas pelayanan Tokopedia Center sudah dilakukan dengan baik, dapat dilihat dari hasil 20 (dua puluh) pernyataan kuesioner dengan jumlah skor yang dicapai 19320 dan skor yang di targetkan 23900, dengan 5 (lima) indikator yaitu berwujud (*Tangible*), Empati (*Emphaty*), Cepat Tanggap (*Responsiveness*), Keandalan (*Reliability*), Kepastian (*Assurance*). Skor yang paling besar berasal dari indikato keandalan (*Reliability*) dengan pernyataan “Pelayanan Tokopedia Center Tasikmalaya dapat dipercaya” dengan jumlah skor 999. Dengan demikian hasil dari perhitungan kuesioner dapat dinyatakan dengan baik.
2. Tingkat Loyalitas *Costumer* yang telah dicapai oleh Tokopedia Center Kota Tasikmalaya sudah dilaksanakan dengan baik. Dapat dilihat dari hasil 9 (Sembilan) pernyataan kuesioner dengan jumlah skor yang dicapai 8394 dan skor yang ditargetkan 10755 dengan indikator yaitu melakukan pembelian secara teratur, membeli diluar lini produk jasa, merekomendasikan produk lain dan menunjukkan kekebalan dari daya tarik produk sejenis dari pesaing. Skor yang paling besar yaitu indikator merekomendasikan produk lain dengan pernyataan “berusaha merekomendasikan jasa Tokopedia

Center Kota Tasikmalaya” dengan jumlah skor 958. Dengan demikian hasil dari perhitungan kuesioner dapat dinyatakan dengan baik.

3. Kualitas Pelayanan sangat berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas *Costumer* pada Tokopedia Center di Kota Tasikmalaya. Dilihat dari hasil uji t bahwa $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau $23.787 > 3.455$. jadi H_0 ditolak dan H_a diterima dan hasil koefisien determinasi didapat R^2 atau R^2 0.705 dengan pengertian bahwa Kualitas Pelayanan (X) berpengaruh sebesar 70,5% terhadap Loyalitas *Costumer* (Y), sedangkan sisanya 29,5% dipengaruhi oleh sebab-sebab lain yang tidak diteliti.

DAFTAR PUSTAKA

Adam, Muhammad. 2015. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.

Fandy Tjiptono dan Gregorius chandra. 2016. *Service, Quality & satisfaction*. Yogyakarta: Andi.

Fandy Tjiptono. 2012. *Strategi Pemasaran, ed. 3*, Yogyakarta: Andi.

Ghozali, Imam. 2011. “*Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*”. Semarang: Badan Penerbit Uuniversitas Dipenogoro.

Hurriyati, Ratih. (2015). *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*. Bandung: ALFABETHA

Sangadji, Etta Mamang & Sopiah. 2013. *Perilaku Konsumen – Pendekatan Praktis disertai Himpunan Jurnal Penelitian*. Yogyakarta: ANDI

Sudarso, Andriasan. 2016. *Manajemen Pemasaran Jasa Perhotelan, Edisi 1*. Yogyakarta: Deeppublish.

.Sugiyono. 2014. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung : Alfabeta.

Sugiyono. 2016. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitaitaf dan Kombinasi (Mixed Methods)*. Bandung: Alfabeta.

Wiratna, V. 2018. *Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: pustaka Baru Press.

<https://dailysocial.id/post/tokopedia-center>