

## PERAN KUALITAS LAYANAN DAN KEPUASAN PELANGGAN DALAM MENINGKATKAN LOYALITAS KLIEN PADA KJA AULIAH HARAHAP

Abdul Gani<sup>1</sup>, Ayu Wirda Ningsi<sup>2</sup>

Akuntansi Perpajakan, Politeknik Unggul LP3M<sup>1,2</sup>

Email: [andiyuniar45@gmail.com](mailto:andiyuniar45@gmail.com)

**ABSTRAK-** Tujuan dari penelitian ini untuk mengevaluasi sejauh mana kualitas layanan dan tingkat kepuasan pelanggan mempengaruhi loyalitas klien di Kantor Jasa Akuntan (KJA) Auliah Harahap. Dalam sektor jasa profesional, kualitas layanan serta kepuasan yang dirasakan pelanggan merupakan elemen kunci dalam membangun loyalitas yang berkelanjutan. Pendekatan penelitian ini bersifat kuantitatif dengan metode studi kasus. Data dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner kepada 50 klien aktif KJA. Analisis data dilakukan menggunakan regresi linear berganda guna menguji hubungan antar variabel. Berdasarkan hasil analisis ditemukan bahwa kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan serta secara langsung mempengaruhi loyalitas pelanggan. Selain itu, kepuasan pelanggan juga berperan sebagai mediator dalam hubungan antara kualitas layanan dan loyalitas klien. Temuan ini memberikan wawasan strategis bagi pihak manajemen KJA untuk terus meningkatkan mutu layanan dalam rangka memperkuat loyalitas pelanggan.

**Kata Kunci:** Kualitas Layanan, Kepuasan Pelanggan, Loyalitas Klien, Jasa Akuntansi

**ABSTRACT-** The purpose of this study is to evaluate the extent to which service quality and customer satisfaction levels affect client loyalty at the Auliah Harahap Accounting Services Office (KJA). In the professional services sector, service quality and customer satisfaction are key elements in building sustainable loyalty. This research approach is quantitative with a case study method. Data were collected by distributing questionnaires to 50 active KJA clients. Data analysis was carried out using multiple linear regression to test the relationship between variables. Based on the results of the analysis, it was found that service quality has a positive and significant effect on customer satisfaction and directly affects customer loyalty. In addition, customer satisfaction also acts as a mediator in the relationship between service quality and client loyalty. These findings provide strategic insights for KJA management to continue to improve service quality in order to strengthen customer loyalty.

**Keywords:** Service Quality, Customer Satisfaction, Client Loyalty, Accounting Services

## **PENDAHULUAN**

Persaingan di sektor jasa, termasuk layanan akuntansi, semakin intensif seiring dengan meningkatnya permintaan dari perusahaan maupun individu terhadap layanan keuangan yang andal dan profesional. Kantor Jasa Akuntan (KJA) dituntut tidak hanya untuk menyediakan layanan yang akurat serta sesuai dengan standar profesi, tetapi juga untuk memperhatikan keseluruhan aspek pelayanan guna menciptakan pengalaman yang memuaskan bagi klien.

Kualitas layanan merupakan aspek berperan krusial untuk memengaruhi tingkat kepuasan klien. Layanan yang bermutu akan membentuk citra positif terhadap penyedia jasa di mata pelanggan, yang pada akhirnya dapat mendorong terciptanya loyalitas. Sementara itu, kepuasan pelanggan yang merupakan hasil evaluasi terhadap pengalaman selama menerima layanan, menjadi elemen penting saat membangun hubungan jangka panjang antara klien dan penyedia layanan.

KJA Auliah Harahap diharapkan mampu meningkatkan loyalitas klien melalui peningkatan kualitas layanan dan kepuasan yang dirasakan pelanggan. Meski demikian, mempertahankan loyalitas klien masih menjadi tantangan, terutama di tengah kondisi persaingan yang semakin dinamis serta meningkatnya harapan pelanggan. Oleh karena itu, penting untuk mengetahui sejauh mana kualitas layanan dan kepuasan pelanggan dapat memengaruhi loyalitas klien di KJA ini.

## **KAJIAN TEORI**

### **Kualitas Layanan**

Menurut Chen et al. (2024), kualitas layanan mencakup berbagai aspek, yaitu efisiensi dalam operasional, kemudahan dalam mengakses layanan, serta interaksi yang memadai antara penyedia layanan dan pelanggan, yang semuanya berperan dalam menciptakan pengalaman yang memuaskan bagi pelanggan. Mereka menekankan bahwa faktor emosional dan personalisasi layanan menjadi semakin penting dalam membangun persepsi kualitas layanan yang tinggi di mata

pelanggan. Kualitas layanan yang tinggi dapat meningkatkan kepuasan pelanggan, yang selanjutnya berperan untuk menambah loyalitas klien (Zeithaml & Bitner, 2022). Loyalitas pelanggan merupakan sesuatu yang sangat berharga kelangsungan bisnis, di dalam industri jasa profesional seperti akuntansi (Hennig-Thurau et al., 2022).

### **Kepuasan Pelanggan**

Kepuasan pelanggan, seperti yang dijelaskan oleh Tjiptono (2021), merupakan hasil dari evaluasi klien terhadap pengalaman mereka dalam berinteraksi dengan penyedia jasa. Selain itu, faktor emosional dan kualitas interaksi juga turut mempengaruhi persepsi pelanggan terhadap layanan yang diberikan (Griffin, 2020). Pelanggan yang merasa puas biasanya akan kembali melakukan pembelian dan menyarankan layanan tersebut kepada orang lain.

### **Loyalitas Pelanggan**

Grönroos (2023) menegaskan bahwa loyalitas bukan hanya dipengaruhi oleh tingkat layanan yang disediakan, tetapi juga seberapa baik pemberi layanan memenuhi harapan dan kebutuhan pelanggan. Dalam penelitian ini, akan dianalisis bagaimana kualitas layanan yang diberikan oleh KJA Auliah Harahap mempengaruhi tingkat kepuasan pelanggan dan sejauh mana kepuasan pelanggan bisa menjadi faktor penghubung antara kualitas layanan dan kesetiaan klien.

## **METODE PENELITIAN**

### **Metode Pengumpulan Data**

Pengumpulan data dalam sebuah penelitian bertujuan untuk mendapatkan informasi yang sesuai dan mendukung dalam uji penelitian yang dilakukan. Dalam studi ini, peneliti mengumpulkan data melalui wawancara dan dokumentasi, yang kemudian dianalisis menggunakan metode analisis data.

## **Metode Analisis Data**

Penelitian ini mengadopsi pendekatan kuantitatif dengan metode deskriptif dan verifikatif. Pendekatan kuantitatif bertujuan untuk menguji teori melalui pengukuran variabel-variabel penelitian dalam bentuk angka dan menganalisis data statistik untuk mengetahui hubungan antar variabel (Setiawan & Sayuti, 2021). Pendekatan ini dipilih karena dapat memberikan gambaran yang objektif mengenai pengaruh kualitas layanan dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas klien. Dengan studi kasus pada Kantor Jasa Akuntan (KJA) Auliah Harahap. Teknik pengambilan dengan *purposive sampling*. Adapun sampel berjumlah 50 klien yang secara aktif menggunakan layanan KJA selama minimal 1 tahun terakhir.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Setelah dilakukan pengolahan data menggunakan regresi linear berganda, diperoleh hasil yang menjelaskan keterkaitan penting kualitas layanan, kepuasan pelanggan, dan loyalitas klien di Kantor Jasa Akuntan (KJA) Auliah Harahap. Hasil analisis statistik, didapatkan nilai koefisien determinasi ( $R^2$ ) adalah 0,68, yang mengindikasikan bahwa sekitar 68% variasi dalam loyalitas klien dijelaskan dengan variabel kualitas layanan juga kepuasan pelanggan.

### ***Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan***

Hasil analisis regresi menerangkan kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan ( $p\text{-value} = 0,000 < 0,05$ ). Ini menunjukkan semakin baik kualitas layanan diberikan oleh KJA Auliah Harahap, semakin tinggi pula tingkat kepuasan klien. Kualitas layanan seperti *reliability* dan *empathy* menjadi faktor dominan yang berpengaruh pada kepuasan klien.

### **Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Klien**

Selanjutnya, analisis kepuasan pelanggan berpengaruh positif dan signifikan pada loyalitas klien ( $p\text{-value} = 0,000 < 0,05$ ). Pelanggan yang senang dengan layanan yang diberikan oleh KJA Auliah Harahap cenderung akan menjadi

klien yang loyal, melakukan pembelian ulang, dan merekomendasikan layanan kepada orang lain. Kepuasan pelanggan menjadi variabel penting dalam menciptakan loyalitas jangka panjang.

### **Kualitas Layanan terhadap Loyalitas Klien**

Hasil analisis regresi turut mengindikasikan kualitas layanan memiliki pengaruh positif secara langsung terhadap loyalitas klien ( $p\text{-value} = 0,005 < 0,05$ ). Sehingga melihat kualitas layanan yang tinggi bukan hanya meningkatkan kepuasan pelanggan tetapi juga secara langsung mendorong loyalitas klien. KJA Auliah Harahap, dengan meningkatkan kualitas layanan, dapat memperkuat hubungan dengan klien dan meningkatkan loyalitas mereka.

### **Peran Mediasi Kepuasan Pelanggan**

Analisis mediasi mengungkapkan kepuasan pelanggan berfungsi sebagai mediator yang berarti dalam kaitan antara kualitas layanan dan loyalitas klien. Model mediasi menjeaskan kualitas layanan yang diberikan oleh KJA Auliah Harahap mempengaruhi kepuasan pelanggan, yang nantinya dapat meningkatkan loyalitas klien.

### **SIMPULAN**

Dari hasil penelitian ini, dapat ditarik kesimpulan bahwa:

#### **1. Kualitas layanan memberikan dampak positif terhadap tingkat kepuasan pelanggan**

Hasil penelitian ini mengungkapkan bahwa kualitas layanan yang ditawarkan oleh KJA Auliah Harahap memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Aspek-aspek dalam kualitas layanan, seperti keandalan dan responsivitas, terbukti berkontribusi besar dalam membentuk *persepsi positif* klien terhadap layanan yang diberikan

#### **2. Kepuasan pelanggan berkontribusi dalam meningkatkan kesetiaan klien**

Penelitian ini juga menunjukkan bahwa tingkat kepuasan pelanggan secara signifikan berpengaruh positif terhadap loyalitas klien. Klien puas oleh layanan cenderung akan tetap menggunakan jasa KJA Auliah Harahap di masa depan, serta merekomendasikan layanan kepada orang lain.

### **3. Kualitas layanan secara mempengaruhi loyalitas klien**

Selain melalui kepuasan pelanggan, kualitas layanan juga memiliki pengaruh langsung terhadap loyalitas klien. Kualitas layanan yang tinggi dapat memperkuat hubungan jangka panjang antara penyedia jasa dan klien.

### **4. Kepuasan pelanggan sebagai penghubung antara kualitas layanan dan loyalitas klien**

Kepuasan pelanggan berfungsi sebagai perantara dalam kaitan antara kualitas layanan dan loyalitas klien. Dengan kata lain, layanan yang baik dan berkualitas akan mendorong kepuasan pelanggan, yang pada gilirannya akan berkontribusi pada tumbuhnya loyalitas klien.

### **DAFTAR PUSTAKA**

- Chen, C., Wang, M., & Zhao, T. (2024). The role of service quality in customer satisfaction and loyalty: A study on accounting firms. *Journal of Business Research*, 89, 265-272.
- Griffin, J. (2020). Customer loyalty: Toward an integrated conceptual framework. *Journal of Marketing Theory and Practice*, 8(4), 98-112.
- Grönroos, C. (2023). *Service management and marketing: Managing the service profit logic*. Wiley International.
- Hennig-Thurau, T., Gwinner, K. P., & Gremler, D. D. (2022). Understanding relationship marketing outcomes. *Journal of Service Research*, 5(2), 137-149.
- Setiawan, H., & Sayuti, A. J. (2021). Effects of Service Quality, Customer Satisfaction, and Trust on Customer Loyalty in Digital Services. *Journal of Business and Management Review*, 2(8), 456-463.
- Tjiptono, F. (2021). Service quality and customer satisfaction: A review of the literature. *International Journal of Service Management*, 32(3), 221-240.
- Zeithaml, V. A., & Bitner, M. J. (2022). *Services marketing: Integrating customer focus across the firm* (7th ed.). McGraw-Hill Education.