

**PERAN KEPUASAN PELANGGAN DALAM MEMEDIASI  
PENGARUH INOVASI LAYANAN DAN KUALITAS PRODUK  
TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PADA PRODUK  
PERTANIAN**

**Dewa Made Joni Prasetya**

*Universitas Udayana, Denpasar*

*Email Korespondensi: dewajoni27@gmail.com*

**ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk menguji peran kepuasan pelanggan dalam memediasi pengaruh inovasi layanan dan kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan pada produk pertanian. Objek pada penelitian ini adalah pelanggan Tanihub Bali dengan populasi sebanyak 130 orang yang bertempat tinggal di Denpasar dan Badung dikumpulkan dengan menyebarkan kuisioner berisi pertanyaan yang telah diuji validitas dan reliabilitasnya. Hasil penelitian menunjukkan bahwa inovasi layanan dan kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan. Selanjutnya kepuasan pelanggan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan sekaligus juga dapat memediasi secara partial hubungan antara inovasi layanan terhadap loyalitas pelanggan dan memediasi kualitas produk secara partial terhadap loyalitas pelanggan Tanihub Bali.

**Kata Kunci:** Inovasi Layanan, Kualitas Produk, Kepuasan Pelanggan, Loyalitas Pelanggan

**ABSTRACT**

*This study aims to examine the role of customer satisfaction in mediating the effect of service innovation and product quality on customer loyalty in agricultural products. The object of this study were Tanihub Bali customers with a population of 130 people residing in Denpasar and Badung who were collected by distributing questionnaires containing questions that had been tested for validity and reliability. The results showed that service innovation and product quality had a positive and significant effect on customer satisfaction and customer loyalty. Furthermore, customer satisfaction has a positive and significant influence on customer loyalty as well as partially mediating the relationship between service innovation on customer loyalty and partially mediating product quality on customer loyalty in Tanihub Bali.*

**Keywords:** Service Innovation, Product Quality, Customer Satisfaction, Customer Loyalty

## PENDAHULUAN

Pertanian menjadi salah satu sektor yang dapat mendorong kondisi perekonomian bangsa pada masa pandemi covid-19, karena sektor pertanian menjadi salah satu sektor yang menyumbangkan PDB. Akan tetapi, pada masa pandemi covid-19 saat ini masih banyak masyarakat petani yang kekurangan akses untuk melakukan pemasaran produk pertaniannya. Salah satu usaha memperbaikinya yaitu dengan membangun sebuah digital platform salah satunya *E-Commerce* yang dapat digunakan oleh petani untuk memasarkan produknya.

*E-Commerce* pertanian di seluruh dunia berkembang sangat pesat. Negara maju seperti Amerika Serikat, Jepang, Kanada saat ini juga semakin mengembangkan *E-Commerce* pertanian yang ada dengan cukup serius di dunianya. Beberapa perusahaan *E-Commerce* yang bergerak dibidang produk pertanian/*agritech* di Bali seperti Tanihub, Sayurbox, Bali Oraganik Subak dan lain lain. Terdapatnya beberapa pesaing yang bergerak dibidang *E-Commerce* pertanian di Bali menjadi fokus utama Tanihub Bali untuk menjaga loyalitas pelanggan sehingga tetap bertransaksi di Tanihub Bali.

Jika dilihat dari perkembangan transaksi Tanihub Branch Bali dari Januari hingga Agustus 2021 sempat beberapa kali terjadi penurunan transaksi sebesar 15% di bulan Februari dan 22% Juni 2021. Proses pra survey juga dilakukan untuk mengetahui respon pelanggan terhadap loyalitas berbelanja di Tanihub Bali. Diperoleh hasil dari 14 pelanggan terdapat 5 pelanggan yang tidak melakukan pembelian kembali dan menggunakan aplikasi Tanihub untuk memesan produk buah dan sayur dikarenakan complain baik segi kualitas produk dan layanan.

**Hasil empiris** penelitian terdahulu dengan variable penelitian inovasi layanan, kualitas produk, kepuasan pelanggan serta loyalitas pelanggan menunjukkan hasil yang bervariasi atau perbedaan persepsi yang mempengaruhi loyalitas pelanggan. Inovasi layanan, Penelitian oleh (Indra, 2021) dengan objek penelitian PT. Pegadaian memperoleh hasil inovasi layanan terdapat pengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan. Sebaliknya yaitu penelitian oleh (Chan, 2017) penelitian di pabrik mobil Taiwan memperoleh hasil inovasi layanan tidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Kualitas produk, penelitian oleh (Shanti, 2015) menghasilkan hasil yang sama pada produk molto dimana kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Sedangkan (Shaneen, 2018) memperoleh hasil tidak signifikan antara kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan di Engineering Industri Malaysia. Kepuasan pelanggan Penelitian (Desy, 2017), pada usaha Florist Online menghasilkan kesimpulan Kepuasan pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Sebaliknya (Afzarul, 2020) dengan objek penelitian pelanggan Grab memperoleh hasil tidak signifikan pengaruh antara kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan.

Hasil dari pra survey dan penelitian empiris terdahulu maka tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui peran kepuasan pelanggan dalam memediasi pengaruh inovasi layanan dan kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan Tanihub Bali.

**Kajian Pustaka** Loyalitas adalah faktor penentu keberhasilan dalam pemasaran, karena mempertahankan pelanggan tidak semahal menciptakan pelanggan baru (Kim, 2015). (Indra, 2021) pelanggan yang loyal menunjukkan beberapa karakteristik sebagai berikut : Mereka percaya untuk membeli produk atau pelayanan perusahaan, Mereka menghabiskan lebih banyak uang untuk membeli produk, Mereka merefrensikan produk dan layanan ke orang yang mereka kenal. Karakteristik tersebut dapat menunjukkan niat perilaku pelanggan untuk bersedia melanjutkan hubungan dengan merek tertentu atau perusahaan.

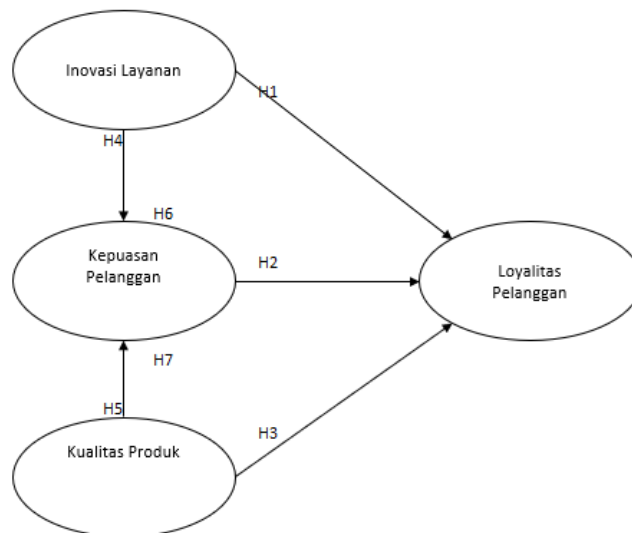
Menurut (Kotler, 2016) kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang

merupakan hasil dari membandingkan kinerja (atau hasil) suatu produk yang dipersepsikan dengan harapan mereka. Menurut (Kharisma, 2017) indikator untuk mengukur kepuasan pelanggan yaitu: Nasabah senang melakukan pembelian; Berdasarkan pengalaman, nasabah puas melakukan pembelian; Produk sudah memenuhi harapan nasabah; Secara keseluruhan, nasabah percaya bahwa produk tidak mengecewakan nasabah; Nasabah tidak complain terhadap produk.

Inovasi layanan Menurut (Nasution, 2008) Inovasi didefinisikan sebagai produksi ide-ide baru untuk menciptakan nilai pelanggan yang berkelanjutan, dan adopsi ide-ide ini dalam produk baru, proses baru dan prosedur manajerial. Menurut (Antanegoro, 2017) indikator yang diukur dalam penelitiannya yaitu : Penggunaan teknologi , Interaksi dengan pelanggan, Pengembangan layanan baru, Sistem pengiriman layanan.

Kualitas produk adalah suatu bentuk dengan nilai kepuasan yang kompleks (Kukuh, 2015). Menurut (Yuarini, 2015) yang menjadi indikator dalam kualitas produk pertanian adalah : Kesegaran produk dimana tidak mengeluarkan bau, Warna masih terlihat segar tidak terdapat lebam, Ukuran produk sesuai dengan standar, Kebersihan tidak ada bekas pasir atau benda asing lainnya

Kerangka pemikiran pada penelitian ini adalah peran kepuasan pelanggan dalam memediasi pengaruh inovasi layanan dan kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan Tanihub Bali, atau dapat digambarkan seperti berikut:



Gambar 1. Kerangka Konsep Penelitian

**Hipotesis** pada penelitian ini adalah sebagai berikut :

- H1 : Inovasi layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan Tanihub Bali.
- H2 : Kepuasan Pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan Tanihub Bali.
- H3 : Kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan Tanihub Bali.
- H4 : Inovasi layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan Tanihub Bali.
- H5 : Kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan Tanihub Bali.
- H6 : Kepuasan Pelanggan Signifikan Memediasi Pengaruh Inovasi Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Tanihub Bali
- H7: Kepuasan Pelanggan Signifikan Memediasi Pengaruh Kualitas Produk

Terhadap Loyalitas Pelanggan Tanihub  
**METODE PENELITIAN**

Penelitian ini merupakan penelitian asosiatif dimana menggunakan metode kuantitatif. Penelitian yang berbentuk asosiatif merupakan suatu rumusan masalah penelitian yang bersifat menanyakan hubungan antara dua variabel atau lebih hubungan ini memiliki sifat sebab akibat. Penelitian ini membahas mengenai hubungan variabel inovasi layanan serta kualitas produk sebagai sebab dari tingkat kepuasan konsumen, selanjutnya menjelaskan akibat masing – masing variable terhadap loyalitas pelanggan Tanihub Bali.

**Sumber data** primer diperoleh secara langsung dari responden TaniHub Bali di wilayah Badung dan Denpasar menggunakan kuesioner; yang terdapat dalam kuisisioner mengenai variabel-variabel penelitian yaitu inovasi layanan, kualitas produk, kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan

**Populasi dan sampel**, Populasi dalam penelitian ini adalah pelanggan Tanihub Bali. Sampel dalam penelitian ini merupakan pelanggan aplikasi Tanihub yang berdomisili di Kab. Badung dan Kota Denpasar. Jumlah sampel yang disarankan adalah 5 hingga 10 kali jumlah indikator yang berarti menggunakan 130 sampel.

**Pengolahan data**, teknik pengambilan sampling yang digunakan adalah non probability sampling dengan pendekatan purposive sampling kemudian dianalisa dengan statistika deskriptif dan inferensial (PLS). Pengukuran variabel dalam penelitian ini menggunakan skala semantic differential, dengan melihat jawaban dari responden melalui kuesioner yang disebar, kemudian dikelompokkan menurut jenisnya masing-masing dengan skor 1 sampai 5 atau disebut *Skala Likert*.

Tabel 1. Skala Likert

No	Jawaban	Skor
1	Sangat Tidak Setuju	1
2	Tidak Setuju	2
3	Netral	3
4	Setuju	4
5	Sangat Setuju	5

Penelitian ini menggunakan Teknik pengumpulan data survey dengan menggunakan kuisisioner, sehingga jawaban responden perlu disajikan dalam deskripsi variabel penelitian. Berikut kriteria dalam setiap penilaian indikator:

Tabel 2. Rentang Penilaian Jawaban Responden

No	Rentang	Kriteria
1	1,0-1,80	Sangat Tidak Baik
2	1,81-2,60	Tidak Baik
3	2,61-3,40	Cukup Baik
4	3,41-4,20	Baik
5	4,21-5,00	Sangat Baik

**Operasional Variabel** Variabel-variabel yang telah diidentifikasi dengan berbagai dimensi dan indikator harus didefinisikan dengan jelas pada penelitian ini dapat dilihat pada tabel berikut

Tabel 3. Operasional Variabel

Variabel	Indikator
<b>Inovasi Layanan (X1)</b>	a) Terdapat layanan baru di aplikasi Tanihub dimana pelanggan dapat menentukan jam penerimaan barang (X1.1)
	b) Terdapat layanan pembayaran secara COD dengan menggunakan aplikasi Tanihub (X1.2)
	c) Layanan pengaduan complain ke customer experience yang dapat dilakukan 24 Jam (X1.3)
<b>Kualitas Produk (X2)</b>	a). Produk Tanihub yang dikirimkan tidak rusak/busuk hingga sampai ketangan pelanggan (X2.1)
	b) Kemasan produk Tanihub tertutup dengan baik hingga sampai ketangan pelanggan (X2.2)
	C) Produk yang diterima konsumen dalam keadaan bersih terhindar dari benda asing (X2.3)
	d) Ukuran produk yang diterima konsumen sesuai dengan deskripsi yang dijelaskan di aplikasi (X2.4)
<b>Kepuasan Pelanggan (M)</b>	a) Produk yang dibeli pelanggan di Tanihub memenuhi harapan dan kebutuhan pelanggan (M1.1)
	b) Pelanggan merasa puas berbelanja produk pertanian di Tanihub (M1.2)
	c) Pelanggan berharap Tanihub harus tetap menjaga kualitas produk pertaniannya (M1.3)
<b>Loyalitas Pelanggan (Y)</b>	a) Pelanggan selalu memilih aplikasi Tanihub untuk membeli kebutuhan produk pertanian mereka (Y1.1)
	b) Pelanggan merekomendasikan produk ke orang lain untuk menggunakan aplikasi Tanihub apabila untuk berbelanja produk pertanian (Y1.2)
	c) Pelanggan tidak mencari alternatif aplikasi lain untuk membeli produk pertanian (Y1,3)

**Statistik deskriptif** dalam penelitian ini digunakan untuk mendeskripsikan variabel yang diamati melalui tabel dan melakukan perhitungan untuk mengetahui nilai rata-rata, nilai tertinggi dan nilai terendah.

**Analisis statistika inferensial** adalah perhitungan statistika, yang membantu periset untuk mengambil simpulan tentang populasi. Pendekatan analisis yang digunakan adalah (SEM) *Structural Equation Model* dengan program (PLS) *Partial Least Square*.

## HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Tabel 4. Hasil Koefisien Korelasi

Variabel	Indikator	Koefisien Korelasi	Sig. (2-tailed)	Keterangan
Inovasi layanan (X <sub>1</sub> )	X <sub>1.1</sub>	0,854	0,000	Valid
	X <sub>1.2</sub>	0,828	0,000	Valid
	X <sub>1.3</sub>	0,862	0,000	Valid
Kualitas produk (X <sub>2</sub> )	X <sub>2.1</sub>	0,873	0,000	Valid
	X <sub>2.2</sub>	0,889	0,000	Valid
	X <sub>2.3</sub>	0,623	0,000	Valid
	X <sub>2.4</sub>	0,688	0,000	Valid
Kepuasan pelanggan (M)	Y <sub>1.1</sub>	0,844	0,000	Valid
	Y <sub>1.2</sub>	0,825	0,000	Valid

Variabel	Indikator	Koefisien Korelasi	Sig. (2-tailed)	Keterangan
Loyalitas pelanggan (Y)	Y <sub>1.3</sub>	0,763	0,000	Valid
	Y <sub>2.1</sub>	0,924	0,000	Valid
	Y <sub>2.2</sub>	0,926	0,000	Valid
	Y <sub>2.3</sub>	0,944	0,000	Valid

Hasil pada table diatas menunjukkan bahwa seluruh instrumen penelitian yang digunakan pada penelitian ini memiliki nilai koefisien korelasi lebih dari 0,3. Kemudian nilai signifikansi kurang dari *Alpha* 0,05. Kedua hal tersebut menunjukkan bahwa point pertanyaan pada intrumen penelitian adalah *valid* dan layak dipergunakan untuk instrumen penelitian.

Tabel 5. Cronbach Alpha

No.	Variabel	Cronbach's Alpha	Keterangan
1	Inovasi layanan (X <sub>1</sub> )	0,802	Reliabel
2	Kualitas produk (X <sub>2</sub> )	0,780	Reliabel
3	Kepuasan pelanggan (M)	0,738	Reliabel
4	Loyalitas pelanggan (Y)	0,923	Reliabel

Pada table diatas dapat dilihat hasil uji *Cronbach Alpha* nilainya lebih besar dari 0,6. Sehingga dapat disimpulkan seluruh variabel telah memenuhi syarat reliabilitas maka dapat digunakan untuk melakukan penelitian. Rekapitulasi hasil tanggapan responden terhadap masing masing variabel inovasi layanan, kualitas produk, kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan.

Tabel 6. Inovasi Layanan

Pertanyaan	Frekuensi jawaban					Total Skor	Rata-Rata	Keterangan
	1	2	3	4	5			
Terdapat layanan baru di aplikasi Tanihub dimana pelanggan dapat menentukan jam penerimaan barang	2	8	15	81	24	507	3.90	Tinggi
Terdapat layanan pembayaran secara COD dengan menggunakan aplikasi Tanihub	3	10	33	59	25	483	3.72	Tinggi
Layanan pengaduan complain ke customer	1	12	24	67	26	495	3.81	Tinggi

experience yang dapat dilakukan 24 Jam								
<b>Rata-Rata Skor Inovasi Layanan</b>						1485	3.81	Tinggi

Rata-rata skor inovasi pelayanan adalah sebesar 3,81 yaitu berada pada interval 3,40 - 4,20, yang masuk dalam kategori baik/tinggi. Hal ini berarti Tanihub sudah memberikan inovasi pelayanan yang baik untuk pelanggan.

Tabel 7. Kualitas Produk

Pertanyaan	Frekuensi jawaban					Total Skor	Rata-Rata	Keterangan
	1	2	3	4	5			
Produk Tanihub yang dikirimkan tidak rusak/busuk hingga sampai ketangan pelanggan	0	11	6	73	40	532	4.09	Tinggi
Kemasan produk Tanihub tertutup dengan baik hingga sampai ketangan pelanggan	1	8	7	64	50	544	4.18	Tinggi
Produk yang diterima dalam keadaan bersih dan terhindar dari benda asing	0	6	6	71	47	549	4.22	Sangat Tinggi
Ukuran produk yang diterima konsumen sesuai dengan deskripsi yang dijelaskan di aplikasi	0	7	9	75	39	536	4.12	Tinggi
<b>Rata-Rata Skor Kualitas Produk</b>						2161	4.16	Tinggi

Rata-rata skor kualitas produk adalah sebesar 4,16 yaitu berada pada interval 3,40 - 4,20, yang masuk dalam kategori baik/tinggi. Hal ini berarti Tanihub sudah memberikan kualitas produk yang baik untuk pelanggan.

Tabel 8. Kepuasan Pelanggan

Pertanyaan	Frekuensi jawaban					Total Skor	Rata-Rata	Keterangan
	1	2	3	4	5			
Produk yang dibeli pelanggan di Tanihub memenuhi harapan dan kebutuhan saya	0	8	10	63	49	543	4.18	Tinggi
Saya merasa puas terhadap seluruh layanan yang diberikan Tanihub	4	4	8	72	42	534	4.11	Tinggi
Saya berharap Tanihub harus tetap menjaga kualitas produk pertaniannya	1	2	10	58	59	562	4.32	Sangat Tinggi
<b>Rata-Rata Skor Kepuasan Pelanggan</b>						1639	4.20	Tinggi

Analisa deksriptif menunjukkan rata-rata skor kepuasan pelanggan adalah sebesar 4,20 yaitu berada pada interval 3,40 - 4,20, yang masuk dalam kategori baik/tinggi. Hal ini berarti pelanggan puas terhadap kualitas produk pertanian yang ditawarkan oleh Tanihub.

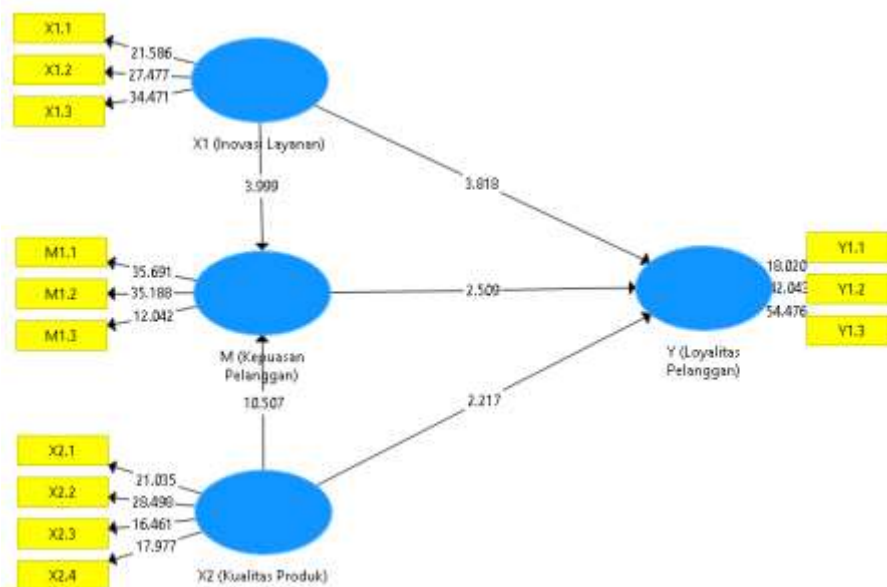
Tabel 9. Loyalitas Pelanggan

Pertanyaan	Frekuensi jawaban					Total Skor	Rata-Rata	Keterangan
	1	2	3	4	5			
Saya selalu memilih aplikasi Tanihub untuk membeli kebutuhan produk pertanian mereka	0	7	14	75	34	526	4.05	Tinggi
Saya merekomendasikan produk ke orang lain untuk menggunakan aplikasi Tanihub apabila	1	11	21	69	28	502	3.86	Tinggi



untuk berbelanja produk produk pertanian								
Saya tidak mencari alternatif aplikasi lain untuk membeli produk produk pertanian	3	10	27	63	27	491	3.78	Tinggi
<b>Rata-Rata Skor Loyalitas Pelanggan</b>						1639	4.20	Tinggi

Analisa deksriptif menunjukkan Rata-rata skor loyalitas pelanggan adalah sebesar 3,89 yaitu berada pada interval 3,40 - 4,20, yang masuk dalam kategori baik/tinggi. Hal ini berarti pelanggan sudah memiliki rasa loyalitas yang tinggi pada Tanihub Bali. Hasil uji pengaruh langsung dan pengaruh total antar variabel, analisis *Partial Least Square (PLS)* digunakan pada penelitian ini untuk melakukan uji terhadap hipotesis penelitian yang telah dikemukakan sebelumnya



Gambar 2. Model PLS

Jika dilihat pada gambar diatas inovasi layanan, kualitas produk berpengaruh langsung terhadap loyalitas pelanggan dan kepuasan pelanggan. Begitu juga kepuasan pelanggan memiliki hasil sama dapat berpengaruh langsung terhadap loyalitas pelanggan.

Tabel 10. Hasil Uji Pengaruh Total Antar Variabel

Hipotesis	Koefisien Path Antar Variabel	Koefisien Jalur	<i>t</i> Statistics	P Value	Keterangan
H1	Inovasi layanan (X <sub>1</sub> ) → Loyalitas pelanggan (Y)	0,344	3,818	0,000	H1 diterima (Berpengaruh positif)
H2	Kepuasan pelanggan (M) → Loyalitas pelanggan (Y)	0,342	2,509	0,012	H2 diterima (Berpengaruh positif)

H3	Kualitas produk (X <sub>2</sub> ) → Kepuasan pelanggan (M)	0,249	2,217	0,027	H3 diterima (Berpengaruh positif)
H4	Inovasi layanan (X <sub>1</sub> ) → Kepuasan pelanggan (M)	0,277	3,999	0,000	H4 diterima (Berpengaruh positif)
H5	Kualitas produk (X <sub>2</sub> ) → Loyalitas pelanggan (Y)	0,642	10,507	0,000	H5 diterima (Berpengaruh positif)

Hasil pengujian hipotesis pada tabel diatas menunjukkan semua hipotesis berpengaruh positif dan signifikan karena nilai t statsi diatas 1,96 dan p value memiliki nilai dibawah 0,05. Hasil pengujian hipotesis pengaruh tidak langsung dalam penelitian ini dapat dipaparkan seperti berikut:

Tabel 11. Hasil Uji Pengaruh Tidak Langsung

	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	Standard Deviation (STDEV)	T Statistics ((O/STDEV)	P Values
X1 (Inovasi layanan) -> Y1 (Kepuasan Pelanggan) -> Y2 (Loyalitas Pelanggan)	0,095	0,093	0,040	2,359	0,019
X2 (Kualitas produk) -> Y1 (Kepuasan Pelanggan) -> Y2 (Loyalitas Pelanggan)	0,220	0,222	0,095	2,320	0,021

Pada table diatas t statistic bernilai diatas 1,96, dan p value dibawah <0,050, sehingga ada pengaruh tidak langsung secara positif signifikan antara inovasi layanan dan kealitas produk terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan.

Tabel 12. Rekapitulasi Hasil Pengujian Variabel Mediasi

Mediasi Variabel	Efek				Keterangan
	(A)	(B)	(C)	(D)	
Inovasi layanan (X1) → Kepuasan pelanggan (M) → Loyalitas pelanggan (Y)	0,095 (Sig.)	0,344 (Sig.)	0,277 (Sig.)	0,342 (Sig.)	<i>Parsial Mediation</i>
Kualitas produk (X2) → Kepuasan pelanggan (M) → Loyalitas pelanggan (Y)	0,220 (Sig.)	0,249 (Sig.)	0,642 (Sig.)	0,342 (Sig.)	<i>Parsial Mediation</i>

Kepuasan pelanggan mampu memediasi secara positif pada pengaruh tidak langsung kualitas produk dan inovasi layanan terhadap loyalitas pelangga

## KESIMPULAN

Inovasi layanan dan kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelangga Tanihub Bali dengan nilai t statis (3,8 dan 2,2) > 1,96 dan P Value (0,000 dan 0,027) < 0,05. Sehingga semakin baik inovasi layanan dan kualitas produk yang diberikan oleh Tanihub Bali terhadap pelanggan akan menciptakan rasa loyalitas pelanggan untuk selalu berbelanja kebutuhan produk pertanian di Tanihub Bali. Begitu juga Kepuasan

pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan dengan nilai t statis  $2,5 > 1,96$  dan P Value  $0,012 < 0,05$ . Sehingga semakin tinggi kepuasan pelanggan kepada Tanihub Bali maka akan tinggi pula rasa loyalitas pelanggan Tanihub Bali.

**Implikasi** Hasil penelitian ini dapat memperkuat temuan temuan penelitian sebelumnya yang menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan mampu memediasi pengaruh inovasi layanan dan kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan.

**Saran** Jika dilihat dari keterbatasan penelitian pada bab sebelumnya, peneliti memberikan saran untuk menggunakan faktor lain seperti pengaruh harga terhadap loyalitas pelanggan.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Afzalur. 2020. "Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga Dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan Studi pada Pelanggan Grab Bike SMA Islam Al-Azhar4" (tesis). Jakarta: STIE Jakarta
- Antanegoro, R. (2017). "Analisis Pengaruh Inovasi Produk, Inovasi Layanan Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Nasabah"(tesis). Banten : Universitas Sultan Ageng Tirtayasa.
- Desy, Trisnadewi. 2017."Pengaruh Kepuasan Konsumen Memediasi Harga Terhadap Loyalitas Konsumen Dalam Berbelanja Pada Florist Online Di Denpasar" (tesis). Denpasar : Universitas Udayana.
- Indra, Akba. 2021. "Pengaruh Inovasi Produk, Inovasi Layanan Dan Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pt. Pegadaian Melalui Kepuasan Sebagai Variabel Interven" (tesis). Jakarta : Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta
- Jui, Chan. (2017). Research into the Influence of Internal Interdepartmental Integration on Service Innovation and Customer Loyalty. AIP Conference Proceedings. Taiwan, Juni 2017.
- Kotler, P., Keller, K.L. (2016). Marketing Management 15e: Global Edition. New Jersey: Pearson
- Kukuh. (2015). "Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan" (tesis). Semarang: Universitas Negeri Semarang.
- Shanti, Pranithi. (2015). "Peran Kepuasan Pelanggan Dalam Memediasi Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Produk Pewangi Pakaian Molto" (tesis). Denpasar: Universitas Udayana.
- Shaneen, Mansori. (2018). The Effects of Product Quality on Customer Satisfaction and Loyalty: Evidence from Malaysian Engineering Industry. Sunway College. International Journal of Industrial Marketing, 1: 20-35.
- Yuarini, Anom. 2015. "Strategi Peningkatan Kualitas Produk Sayuran Segar Organik pada CV. Golden Leaf Farm Bali" (tesis). Bali : Universitas Udayana.