

Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Konsumen terhadap Loyalitas Pelanggan di Toko Mebel Sinar Jaya, Losari, Brebes

Effect of Service Quality and Customer Satisfaction to Customer Loyalty in Ray Furniture Stores, Losasi, Brebes

Laeli Istifana¹, Syariefful Ikhwan², Muhammad Syaifulloh³, Akbar NPD Wahana⁴, Hendri Sucipto⁵
^{1,2,3,4,5}Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhadi Setiabudi, Brebes, Indonesia
 e-mail: ¹laeli.istifana@gmail.com, ²syarief97tmi@gmail.com, ³msyaaifulloh2310@gmail.com,
⁴akbarnuurpdw@gmail.com, ⁵hendrisucipto313@gmail.com

Abstrak

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan, pengaruh kepuasan konsumen terhadap loyalitas pelanggan, dan pengaruh kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen secara bersama-sama terhadap loyalitas pelanggan. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan menggunakan jenis penelitian survei. Lokasi Penelitian di Toko Sinar Jaya, Losari, Brebes. Data yang terkumpul dianalisis dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan melalui table frekuensi dan prosentase. Penelitian yang digunakan termasuk explanatory research melalui penelitian asosiatif, yaitu penelitian yang bertujuan untuk menjelaskan hubungan antara dua variabel atau lebih dengan tujuan untuk memperoleh data-data yang valid. Data penelitian yang digunakan adalah data subjek yang berupa opini, sikap, pengalaman atau karakteristik dari seseorang atau sekelompok orang yang menjadi subjek penelitian. Data diperoleh dengan menggunakan kuesioner berupa daftar pertanyaan secara tertulis yang kemudian dibagikan kepada responden untuk diisi, dokumen berupa nilai raport dari responden, studi kepustakaan yang berasal dari beberapa literature serta bacaan lain yang mendukung. Hasil penelitian ini diketahui nilai Adjusted R Square sebesar 0.533. Koefisien determinasi sebesar 0.533 menyatakan besarnya kontribusi variabel independen (X_1 dan X_2) sebesar 53.30% dalam menerangkan variabilitas variabel dependen (Y). Berdasarkan persamaan regresi $Y = 15.382 + 0.257 X_1 + 0.194 X_2$, dapat diartikan bahwa setiap kenaikan satu satuan variabel kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen akan meningkatkan variabel loyalitas pelanggan sebesar 0.257 satuan kualitas pelayanan, ditambah 0.194 satuan kepuasan konsumen pada konstanta 15.382.

Kata Kunci: *Kualitas Pelayanan, Kepuasan Konsumen dan Loyalitas Pelanggan*

Abstrak

The purpose of this study is to determine and analyze the effect of service quality on customer loyalty, the effect of consumer satisfaction on customer loyalty, and the influence of service quality and customer satisfaction together on customer loyalty. Research Location at Sinar Jaya Shop, Losari, Brebes. Data This research uses a quantitative approach using a type of survey research. The collected data is analyzed by describing or describing through frequency and percentage tables. The research used includes explanatory research through associative research, which is research that aims to explain the relationship between two or more variables with the aim of obtaining valid data. The research data used is subject data in the form of opinions, attitudes, experiences or characteristics of a person or group of people who are the subject of the study. Data were obtained using questionnaires in the form of written lists of questions which were then shared with respondents to fill out, documents in the form of report cards from respondents, literature studies derived from several literature and other supporting readings. The results of this study are known to be the Adjusted R Square value of 0.533. The coefficient of determination of 0.533 expresses the magnitude of the contribution of independent variables (X_1 and X_2) of 53.30% in explaining the variability of dependent variables (Y). Based on the regression equation $Y = 15.382 + 0.257 X_1 + 0.194 X_2$ can be interpreted that every increase in one unit of service quality and customer satisfaction variables will increase the customer loyalty variable by 0.257 units of service quality, plus 0.194 units of customer satisfaction at a constant of 15,382.

Keywords: *Service Quality, Customer Satisfaction and Customer Loyalty*

PENDAHULUAN

Industri mebel atau *furniture* erat kaitan dengan sebuah industri yang mengolah bahan baku atau bahan setengah jadi yang berasal dari kayu, dan bahan baku lainnya. Diolah menjadi produk mebel yang mempunyai nilai lebih dan menjadi lebih tinggi manfaatnya dari sebelumnya. Sebuah industri mebel dituntut untuk mampu bersaing dengan industri mebel lainnya, baik dengan industri lokal maupun nasional. Di tengah keterbatasan modal dan inovasi, pengusaha mebel tingkat lokal dituntut mampu bersaing dengan adanya produk mebel inter internasional.

CV Sinar Jaya Losari terletak di Desa Losari Lor, Kecamatan Losari, Kabupaten Brebes, Jawa Tengah merupakan perusahaan yang menjalankan di bidang mebel dan memasarkan hasil produksinya baik di daerah kawasan Losari dan sekitarnya. Selama tiga tahun terakhir CV Sinar Jaya Losari membukukan laba menurun dari hasil penjual sebesar Rp 430.800.000. pada tahun 2015, mengalami penurunan menjadi Rp. 395.980.000. pada tahun 2017, dan kemudian mengalami penurunan lagi menjadi Rp. 385.340.000 pada tahun 2018. Imbasnya, perusahaan harus mampu bertahan dalam kondisi seperti ini, akan tetapi untuk bertahan di suatu industri yang diperlukan oleh sebuah perusahaan yaitu adalah penentuan strategi yang tepat. Untuk dapat bertahan dalam dunia industri maka perusahaan harus memiliki strategi yang baik untuk dapat bertahan di persaingan yang semakin ketat ini. Apabila strategi yang di terapkan sudah baik, maka perusahaan dapat bertahan di persaingan industri dan apabila strategi yang diterapkan buruk maka dapat menyebabkan kekalahan dalam persaingan.

Sebagaimana telah diterangkan di atas, perkembangan sebuah perusahaan dalam melakukan inovasi-inovasi produk selalu dihadapkan dalam sebuah persaingan pasar. Persaingan pasar yang dimaksud adalah perusahaan tidak mampu keluar dari persaingan yang semakin hari semakin mengurangi keuntungan bagi perusahaan tersebut. Kondisi dimana ruang pasar saling diperebutkan oleh banyak pihak dengan cara apapun seakan-akan sampai berdarah-darah atau di sebut sebagai *red ocean* (samudra merah). Padahal dengan menonjolkan nilai-nilai berupa inovasi, untuk kembali mendapatkan *customer-customer* potensial. Dan tidak kalah pentingnya bukan tentang produk yang harus diutamakan namun tentang pentingnya kepuasan pelanggan terhadap pembelian produk.

Pelanggan merupakan seseorang yang terus menerus dan berulang kali datang ke tempat yang sama untuk memuaskan keinginannya dengan memiliki suatu produk. Untuk dapat menjadi pelanggan yang loyal, seorang pelanggan harus memulai beberapa tahapan, proses ini berlangsung lama dengan penekanan dan perhatian yang berbeda untuk masing-masing tahap karena setiap tahap mempunyai kebutuhan yang berbeda. Dengan memperhatikan masing-masing tahapan dan memenuhi kebutuhan dalam setiap tahap tersebut, perusahaan memiliki peluang yang lebih besar untuk membentuk calon pembeli menjadi pelanggan loyal dan klien perusahaan.

Loyalitas pelanggan memiliki peran penting dalam sebuah perusahaan, mempertahankan mereka berarti meningkatkan kinerja keuangan dan mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan. Manfaat dari loyalitas pelanggan adalah berkurangnya pengaruh serangan dari para kompetitor dari perusahaan sejenis, tidak hanya kompetisi dalam hal produk namun juga kompetisi dalam hal persepsi. Selain itu pelanggan loyal dapat mendorong perkembangan perusahaan dengan memberikan ide atau saran kepada perusahaan agar meningkatkan kualitas produknya. Berdasarkan manfaat loyalitas pelanggan tersebut maka perusahaan harus mampu memberikan pelayanan yang berkualitas dan memuaskan pelanggannya. Kualitas pelayanan merupakan faktor penting yang harus diperhatikan perusahaan untuk mendapatkan loyalitas pelanggan. Menurut Goeth dan Davis (2012) kualitas pelayanan merupakan suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk jasa, manusia, proses dan lingkungan yang mampu memenuhi dan melebihi harapan pelanggan. Kualitas pelayanan menjadi suatu keharusan yang harus dilakukan perusahaan agar dapat mampu bertahan dan tetap mendapatkan kepercayaan pelanggan. Penilaian kualitas

pelayanan ditentukan oleh konsumen atau pelanggan terhadap layanan tersebut, pelanggan akan menilai dengan membandingkan pelayan yang mereka terima dengan yang mereka harapkan. Untuk itu kualitas pelayanan dapat ditentukan melalui suatu usaha agar dapat memenuhi kebutuhan dan harapan-harapan pelanggan Sinar Jaya Losari. Menurut Parasuraman (2014) kualitas pelayanan dikelompokkan ke dalam dimensi yaitu bukti fisik, keandalan, daya tanggap jaminan dan empati.

Kualitas pelayanan juga merupakan faktor utama yang mempengaruhi loyalitas pelanggan yang terpuaskan nilai pribadinya, Pelanggan yang memiliki *mood* yang positif terhadap pelayanan akan memiliki loyalitas yang tinggi terhadap perusahaan tersebut. Pelanggan sering kali tidak loyal disebabkan oleh adanya pelayanan yang buruk atau kualitas pelayanan yang semakin menurun dari yang diharapkan pelanggan. Pernyataan tersebut relevan dengan penelitian lain yang dilakukan oleh R, Yamin, (2013) meneliti tentang pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas konsumen dengan kepuasan pelanggan sebagai variabel mediasi. Hasil menunjukkan bahwa kualitas pelayanan mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Hasil penelitian yang dilakukan oleh Dwi Aryani (2010) tentang pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan dalam membentuk loyalitas pelanggan, menyatakan bahwa pembentuk kualitas layanan terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Meskipun terdapat hasil penelitian yang menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan, namun demikian terdapat hasil penelitian yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Penelitian tersebut adalah penelitian yang dilakukan oleh Nina Yulianti (2011) pengaruh kualitas layanan, kepercayaan komitmen dan layanan terhadap loyalitas nasabah yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Kualitas layanan memiliki hubungan yang erat dengan kepuasan pelanggan sehingga memberikan dorongan kepada pelanggan untuk menjalin ikatan yang kuat dengan perusahaan. Pelayanan yang diberikan produsen kepada pelanggannya. Kepuasan pelanggan akan timbul setelah seseorang mengalami pengalaman dengan kualitas pengalaman yang diberikan oleh penjual produk.

KAJIAN LITERATUR

Kualitas merupakan suatu kondisi dinamis yang berpengaruh pada produk, jasa, manusia, proses dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi batasan (Tjiptono, 2010). Kualitas pelayanan dapat diartikan sebagai “Upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampaiannya dalam mengimbangi harapan konsumen”. Kualitas pelayanan (*service quality*) dapat diketahui dengan cara membandingkan dengan persepsi para konsumen atas pelayanan yang nyata-nyata mereka terima memperoleh dengan pelayanan yang sesungguhnya mereka harapkan/inginkan terhadap atribut-atribut pelayanan suatu perusahaan. Jika pelayanan diterima atau dirasakan (*perceived service*) sesuai dengan yang diharapkan, maka kualitas pelayanan dipersepsikan baik dan memuaskan, jika pelayanan yang diterima melampaui harapan konsumen, maka kualitas pelayanan dipersepsikan sangat baik dan berkualitas. Sebaliknya jika pelayanan yang diterima lebih rendah dari pada yang diharapkan, maka kualitas pelayanan dipersepsikan buruk.

Kepuasan konsumen menurut Kotler (2016) adalah “Perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara kinerja (hasil) produk yang di pikirkan terhadap kinerja (atau hasil) yang diharapkan”. Gerry Armstrong dan Kotler Philip (2014) menjelaskan “*The company can increase customer satisfaction by lowering its price, or increasing its service, and improving product quality*”. Maksudnya perusahaan dapat meningkatkan kepuasan konsumen dengan jangan menjual produk dengan harga memadai, atau meningkatkan layanan dan meningkatkan kualitas produk yang dihasilkan.

Menurut Rambat Lupiyadi (2013) kajian-kajian loyalitas pelanggan (*customer loyalty*) sejauh ini dapat dikategorikan sebagai berikut:

1. Pendekatan perilaku (*behavioral approach*) memfokuskan pada perilaku konsumen purna pembelian dan mengukur loyalitas berdasarkan tingkat pembelian, frekuensi dan kemungkinan melakukan kembali pembelian.
2. Pendekatan sikap (*attitude approach*) menyimpulkan loyalitas pelanggan dari aspek keterlibatan psikologis, favoritisme dan *sense of goodwill* pada pelayan tersebut.
3. Pendekatan terintegrasi (*integrated approach*) mengkombinasikan dua variabel untuk menciptakan konsep loyalitas pelanggan secara terpisah.

METODOLOGI PENELITIAN

Dalam penelitian ini, digunakan jenis penelitian *explanatory research* dengan pendekatannya yaitu kuantitatif. Menurut Sugiyono (2013:6), metode *explanatory research* merupakan metode penelitian yang bermaksud menjelaskan kedudukan variabel-variabel yang diteliti serta pengaruh antara satu variabel dengan variabel yang lain. Pendekatan yang digunakan dalam penelitian adalah pendekatan kuantitatif. Pendekatan kuantitatif yaitu pendekatan penelitian yang menekankan pada keluasan informasi, (bukan kedalaman) sehingga metode ini cocok digunakan untuk populasi yang luas dengan variabel yang terbatas, sehingga data atau hasil riset dianggap merupakan representasi dari seluruh populasi. Berdasarkan jenis penelitian tingkat penjelasan, maka tipe penelitian ini adalah penelitian asosiatif. Penelitian asosiatif adalah penelitian yang bertujuan untuk mengetahui hubungan antar dua variabel atau lebih. Pada akhirnya hasil penelitian ini menjelaskan hubungan kausal antar variabel-variabel melalui pengujian hipotesis. Pada penelitian ini penulis berusaha menjelaskan pengaruh antar variabel kualitas pelayanan (X_1), kepuasan konsumen (X_2), dan loyalitas pelanggan (Y).

Menurut Suharsimi Arikunto (2010:173) populasi adalah “Keseluruhan subjek penelitian”. Apabila seseorang ingin meneliti semua elemen yang ada dalam wilayah penelitian, maka penelitiannya merupakan penelitian populasi. Penelitian populasi dilakukan apabila peneliti ingin melihat semua liku-liku yang ada di dalam populasi. Sampel adalah sebagian atau wakil dari populasi yang diteliti (Arikunto, 2002:109). Apabila jumlah responden kurang dari 100, sampel diambil semua hingga penelitiannya merupakan populasi. Sedangkan apabila jumlah responden lebih dari 100, maka pengambilan sampel 10%-15% atau 20%-25% atau lebih (Arikunto, 2002:112). Berpijak pada pendapat tersebut, maka pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah 15% dari populasi yang ada, karena jumlah populasi melebihi 100 yaitu 348. Berarti $348 \times 25\% / 100 = 87$. Jadi sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebesar 87 orang atau responden.

Penelitian dilakukan di Toko Mebel Sinar, yang beralamat di Jalan Desa Losari Lor, Kecamatan Losari, Kabupaten Brebes, Jawa Tengah. Adapun waktu penelitian terbagi dalam tiga tahap yaitu pencarian data ke objek penelitian, tahap penyebaran dan pengumpulan data dan tahap penyusunan laporan penelitian. Untuk pengumpulan data menggunakan *interview* (wawancara), kuesioner (angket), observasi (pengamatan), dokumentasi. Nilai validitas atau *r hitung* dari setiap butir pertanyaan yang diuji dapat dilihat melalui SPSS dalam setiap pengujian variabel penelitian. Setelah diadakan perhitungan koefisien korelasi pada setiap item variabel, langkah selanjutnya adalah membandingkan antara *r hitung* (kolom *Corrected Item-Total Correlation*) dan *r-tabel* yaitu bila *r hitung* lebih besar dari *r tabel* berarti data yang diuji tersebut valid. Sebaliknya bila nilai *r hitung* lebih kecil dari nilai *r-tabel* maka data yang diuji tersebut tidak valid.

Berdasarkan perhitungan SPSS bahwa tidak semua pertanyaan dalam variabel faktor kualitas pelayanan adalah valid. Hal ini terlihat bahwa nilai *r hitung* setiap item pertanyaan lebih besar dan lebih kecil dari nilai *r tabel* dengan tingkat signifikansi untuk semua item pertanyaan pada level 0,05. Terdapat 5 butir item kuesioner yang tidak valid dikarenakan angka *t hitung* lebih kecil daripada *t*

tabel yaitu item nomor 3 ($0.039 < 0.2748$), 5 ($0.111 < 0.2748$), 9 ($0.175 < 0.2748$), 14 ($0.091 < 0.2748$), dan 18 ($0.272 < 0.2748$).

Selain itu bahwa tidak semua pertanyaan dalam variabel faktor kepuasan konsumen adalah valid. Hal ini terlihat bahwa nilai r hitung setiap item pertanyaan lebih besar dan lebih kecil dari nilai r tabel dengan tingkat signifikansi untuk semua item pertanyaan pada level 0,05. Terdapat 5 butir item kuesioner yang tidak valid dikarenakan angka t hitung lebih kecil daripada t tabel yaitu item nomor 4 ($0.084 < 0.2748$), 7 ($0.096 < 0.2748$), 10 ($0.030 < 0.2748$), 13 ($0.103 < 0.2748$), dan 15 ($0.057 < 0.2748$).

Selanjutnya bahwa tidak semua pertanyaan dalam variabel faktor loyalitas pelanggan adalah valid. Hal ini terlihat bahwa nilai r hitung setiap item pertanyaan lebih besar dan lebih kecil dari nilai r tabel dengan tingkat signifikansi untuk semua item pertanyaan pada level 0,05. Terdapat 3 butir item kuesioner yang tidak valid dikarenakan angka t hitung lebih kecil daripada t tabel yaitu item nomor 3 ($0.056 < 0.2748$), 8 ($0.101 < 0.2748$), dan 10 ($0.050 < 0.2748$). Selanjutnya soal kuesioner tersebut tidak dipakai dalam proses penelitian berikutnya ke responden yang ada di sampel penelitian.

Nilai reliabilitas atau r hitung dari setiap variabel yang di uji dapat dilihat melalui program SPSS dalam setiap pengujian variabel penelitian. Untuk mengetahui apakah data yang diuji reliabel atau tidak dilakukan dengan membandingkan nilai reliabilitas yang ditunjukkan oleh nilai *Cronbac'h Alpha* dengan nilai r tabel. Uji reliabilitas dilakukan dengan metode *Cronbac'h Alpha*. Reliabilitas terpenuhi jika nilai *Cronbac'h Alpha* > 0.6 (Nunnally dalam Mulyanto dan Wulandari, 2010: 126). Dari hasil penelitian menunjukkan didapatkan angka *Cronbach's Alpha* kualitas layanan sebesar 0.942. Angka tersebut lebih besar daripada nilai 0.6. Dengan demikian karena angka *Cronbach's Alpha* $0.942 > 0.6$ maka kuesioner kualitas pelayanan dapat dikatakan reliabel; angka *Cronbach's Alpha* kepuasan konsumen sebesar 0.922. Angka tersebut lebih besar daripada nilai 0.6. Dengan demikian karena angka $0.922 > 0.6$ maka kuesioner kepuasan konsumen dapat dikatakan reliabel; angka *Cronbach's Alpha* loyalitas pelanggan sebesar 0.961. Angka tersebut lebih besar daripada nilai 0.6. Dengan demikian karena angka $0.961 > 0.6$ maka kuesioner loyalitas pelanggan dapat dikatakan reliabel.

Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah model analisis regresi berganda, dan analisis koefisien determinasi yang digunakan untuk mengetahui peranan lingkungan sekolah dan lingkungan keluarga terhadap prestasi belajar. Analisis regresi linier berganda digunakan untuk menguji pengaruh beberapa variabel independen terhadap satu variabel dependen dengan tipe data matrik (*interval atau rasio*). Sebelum analisis regresi ganda yang sesungguhnya, dilakukan uji persyaratan analisis yaitu uji asumsi klasik. Analisis ini untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh antara variabel *independen* secara bersama-sama terhadap variabel *dependen*. Pada penelitian ini terdapat dua variabel bebas (*independen*) dan satu variabel terikat (*dependen*).

Nilai koefisien korelasi determinasi menunjukkan *goodness of fit test* yaitu kemampuan model persamaan regresi linier berganda dalam menerangkan variasi variabel dependen atau masukan variabel X_1 , dan X_2 . Nilai koefisien determinasi menunjukkan besarnya presentase pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen (X_1 , X_2 , terhadap Y). Dengan kata lain, dapat digunakan untuk menjelaskan kemampuan model persamaan regresi linier berganda $Y = a + b_1X_1 + b_2X_2$ dalam menerangkan pengaruh variabel X terhadap Y .

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil penelitian dapat dijelaskan sebagai berikut:

Tabel 1. Hasil Uji Descriptive Statistics

	Descriptive Statistics					
	N	Min	Max	Mean	Std. Deviation	
	Statistic	Statistic	Statistic	Statistic	Std. Error	Statistic
Kualitas Layanan	87	64.00	75.00	54.5057	0.90380	8.67011
Kepuasan Konsumen	87	37.00	99.00	45.4713	0.59868	5.55411
Loyalitas Pelanggan	87	28.00	45.00	38.4713	0.45891	4.28040
Valid N (listwise)	87					

Sumber: Output SPSS, 2018

Berdasarkan hasil uji Statistik Deskriptif di atas menunjukkan dari jumlah responden sebanyak 87 orang nilai Kualitas Pelayanan (X_1) terendah adalah 64 dan nilai tertinggi 75, dengan standar deviasi sebesar 8.67. Nilai Kepuasan Konsumen (X_2) terendah adalah 37 dan nilai Kepuasan Konsumen tertinggi 99, dengan standar deviasi sebesar 5.55. Sementara itu dilihat dari Nilai Loyalitas Pelanggan (Y) terendah adalah 28 dan nilai Loyalitas Pelanggan (Y) tertinggi 45, dengan standar deviasi sebesar 4.28.

Tabel 2. Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	
1	.730 ^a	.533	.522	2.96009	

a. Predictors: (Constant), Loyalitas Pelanggan, Kepuasan Konsumen

Sumber: Output SPSS, 2018

Berdasar tabel 2. dapat diketahui nilai R sebesar 0.553 yang berarti bahwa nilai koefisien korelasi antara variabel independen (X_1 , X_2) memiliki *hubungan yang sedang* dengan variabel dependen (Y). Dalam tabel diketahui juga nilai koefisien *R Square* sebesar 0.533 dengan nilai probability Sig.= 0.000. Karena probability lebih kecil daripada taraf uji penelitian ($Sig < \alpha$ yaitu $0,000 < 0,05$) maka H_0 ditolak dan H_a diterima yang berarti bahwa nilai koefisien determinasi *R Square* = 0.533. signifikan, artinya model persamaan regresi linier berganda yang dibentuk layak digunakan untuk menerangkan pengaruh variabel independen X_1 dan X_2 terhadap variabel dependen Y. Hasil analisis tersebut dapat disimpulkan bahwa model persamaan regresi linier berganda mampu menjelaskan atau memberi kontribusi sebesar 53.30% pengaruhnya terhadap variabel dependen (Y), sementara sisanya 46.70% dipengaruhi oleh variabel yang tidak diteliti.

Tabel 3. Hasil Uji F

ANOVA ^b						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	839.657	2	419.829	47.914	.000 ^a
	Residual	736.021	84	8.762		
	Total	1576.678	86			

a. Predictors: (Constant), Kualitas Layanan, Kepuasan Konsumen,

b. Dependent Variable: Loyalitas Pelanggan

Sumber: Output SPSS, 2018

Hasil perhitungan statistik yang menggunakan SPSS yang tertera pada tabel di atas, diperoleh tingkat signifikansi 0.000. Nilai signifikansi yang dihasilkan tersebut lebih kecil dari 0.05 atau F

tabel < F hitung = 4.881 < 47.914. F table sebesar 4.881 diperoleh dengan melihat table F dengan derajat df=1 (87-2-1) pada taraf signifikansi 0,05. Signifikan tidaknya pengaruh variabel independen secara simultan (bersama-sama) terhadap variabel dependen dilakukan dengan melihat probabilitas F hitung (nilai Sig. F) dari seluruh variabel bebas pada taraf uji $\alpha = 5\%$. Jika probabilitas F hitung lebih kecil daripada taraf uji penelitian (Sig. F < α) maka H_0 ditolak dan H_a diterima, yang memiliki arti bahwa variabel independen secara simultan (bersama-sama) *memiliki pengaruh signifikan* terhadap variabel dependen. Karena tingkat signifikansi pada uji Anova sebesar 0.031 di bawah 0.05 dan F tabel < F hitung maka dapat disimpulkan bahwa **H_0 ditolak dan H_a diterima**, artinya **terdapat pengaruh** secara bersama-sama antara variabel kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen terhadap loyalitas pelanggan, sehingga hal ini berarti bahwa variabel loyalitas pelanggan dapat dijelaskan secara signifikan oleh kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen.

Tabel 4. Hasil Uji t

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
	B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1 (Constant)	15.382	2.640		5.827	.000
Loyalitas Layanan	.257	.055	.523	4.679	.000
Kepuasan Konsumen	.194	.086	.4252	2.253	.027

a. Dependent Variable: Loyalitas Pelanggan

Sumber: Output SPSS, 2018

Setelah melihat hasil perhitungan SPSS, didapat nilai probabilitas variabel independen yaitu kualitas pelayanan (X_1) sebesar 4.679, dan kepuasan konsumen (X_2) sebesar 2.253 pada taraf uji $\alpha = 5\%$. Sedangkan nilai t tabel (df=n-k) pada taraf uji 0.05 diketahui sebesar 1.99. Berdasarkan perbandingan nilai t hitung dengan t table didapatkan nilai t hitung kualitas pelayanan = 4.679 dan t table = 1.99. Dengan demikian nilai t hitung 4.679 > t table 1.99, yang berarti **terdapat pengaruh** variabel kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan. Berdasarkan perbandingan nilai t hitung dengan t tabel didapatkan nilai t hitung kepuasan konsumen = 2.253 dan t table = 1.99. Dengan demikian nilai t hitung 2.253 > t tabel 1.99, yang berarti terdapat pengaruh variabel kepuasan konsumen terhadap loyalitas pelanggan.

Dilihat pada nilai signifikansi dan probabilitas, didapatkan nilai signifikansi kualitas pelayanan = 0.00 dan kepuasan konsumen = 0.27. Bahwa nilai signifikansi (Sig) < probabilitas 0.05, maka (0.000 < 0.05; 0.027 < 0.05), maka dapat diambil kesimpulan bahwa **H_0 ditolak dan H_a diterima**, sehingga dapat dikatakan bahwa variabel kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen mempunyai pengaruh secara parsial terhadap variabel loyalitas pelanggan (Y). Hal ini berarti variabel dependen yaitu loyalitas pelanggan sangat dipengaruhi oleh variabel independen yaitu variabel kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen. Apabila salah satu variabel independen itu tidak ada maka loyalitas pelanggan akan mengalami penurunan.

Berdasarkan hasil analisis tabel 4.10 diperoleh model regresi hubungan antara Kualitas Layanan (X_1), Kepuasan Konsumen (X_2), dengan Loyalitas Pelanggan (Y) sebagai berikut:

$$Y = a + b_1x_1 + b_2x_2$$

$$= 15.382 + 0.257x_1 + 0.194x_2$$

Berdasarkan model regresi tersebut diperoleh koefisien regresi variabel kualitas layanan sebesar 0.257 yang berarti bahwa setiap kualitas layanan sebesar satu satuan, maka akan menyebabkan peningkatan atau kenaikan loyalitas pelanggan sebesar 0.257. Selanjutnya, koefisien regresi untuk variabel kepuasan konsumen sebesar 0.194, menyatakan bahwa setiap kondisi kepuasan konsumen

meningkat atau berkembang sebesar satu satuan maka akan menyebabkan peningkatan atau kenaikan loyalitas pelanggan sebesar 0.194. Secara umum menunjukkan bahwa kualitas layanan yang tinggi akan diikuti dengan peningkatan loyalitas pelanggan. Demikian halnya bila kepuasan konsumen meningkat akan diikuti dengan peningkatan loyalitas pelanggan.

Hasil penelitian ini membuktikan bahwa nilai tingkat signifikansi pada uji Anova sebesar 0.031 di bawah 0.05 dan $F_{tabel} < F_{hitung}$ maka dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya **terdapat pengaruh** secara bersama-sama antara variabel kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen terhadap loyalitas pelanggan, sehingga hal ini berarti bahwa variable loyalitas pelanggan dapat dijelaskan secara signifikan oleh kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen.

DAFTAR REFERENSI

- Aryani Dwi. 2010. *Pengaruh Kualitas Layanan Kepuasan Pelanggan dalam Membentuk Loyalitas Pelanggan*. Studi Ilmu Administrasi Departemen FISIP, Universitas Indonesia. *Jurnal Ilmu Administrasi dan Organisasi Vol.17, No.2, Agustus 2010*.
- Azwar. 2009. *Metode Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Etta Mamang Sangadji, Sopiah. 2013. *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: Andi
- Fandy, Tjiptono. 2011. *Service Management Mewujudkan Layanan Prima*. Edisi 2. Yogyakarta: Andi
- Hurriyati Ratih. 2010. *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*. Bandung: Alfabeta.
- Kotler. 2011. *Manajamene Pemasaran di Indonesia : Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Pengendalian*. Jakarta: Penerbit Salemba Empat.
- Kotler. 2013. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Edisi ke-12. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Kotler. 2016. *Marketing Management*. 15 th Edition, Pearson Education, Inc.
- Lupiyoadi Rambat. 2013. *Manajemen Pemasaran Jasa Berbasis Kopetensi*. Edisi ke-3. Jakarta: Salemba Empat.
- Mhalotra. 2006. *Riset Pemasaran, Pendekatan Terapan*, Edisi ke-4. Jilid 2. Jakarta: PT.Indeks
- Mulyanto, Heru dan Anna Wulandari. 2010. *Penelitian, Metode dan Analisis*. Jakarta: CV. Agung Parasuraman.
2014. *The Behoviorial Consequenses Of Service Qualiti New Jensey Rance Hall*.
- Satrini Hygid. 2013. *Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Konsumen dengan Kepuasan sebagai Variabel Mediasi* (Studi Pada Toko Basuki Yogyakarta). UNY.
- Sugiyono. 2010. *Metode Pene;itian Administrasi*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2014. *Metode Penelitian Pendekatan kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sukmadinata, Nana Syaodih. 2009. *Metode Penelitian Pendidikan*. Bandung : Remaja Rosdakarya
- Suharsimi Arikunto. 2010. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Sugiyono. 2010. *Statistika Untuk Penelitian*. Bandung: Alfabeta.
- Tjiptono. 2010. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi.
- Tjiptono. 2014. *Pemasaran Jasa, Prinsip Penerapan dan Penelitian*. Andi Offset. Yogyakarta.
- Yamin, R. 2013 *Persepsi Nilai, Persepsi Kualitas dan Citra Perusahaan terhadap Kepuasan Konsumen pada PT. Astra International Daihatsu di Manado*.
- Yulianti, Nina. 2011. *Pengaruh Kualitas Layanan, Kepercayaan, Komitmen dan Pelayanan terhadap Loyalitas Nasabah*. Semarang Universita Dian Nus Wantoro.