

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN KEPUASAN KONSUMEN  
TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PADA TOSERBA BASA  
BANJARAN KABUPATEN TEGAL**



**TUGAS AKHIR**

**OLEH :**

**YULI AMALIA NUR AMANAH**

**NIM 18030164**

**PROGRAM STUDI DIII AKUNTANSI  
POLITEKNIK HARAPAN BERSAMA**

**2021**

## HALAMAN PERSETUJUAN

Tugas Akhir yang berjudul :

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN KEPUASAN KONSUMEN  
TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PADA TOSERBA BASA  
BANJARAN KABUPATEN TEGAL

Oleh :

Nama : Yuli Amalia Nur Amanah

NIM : 18030164

Program Studi : Akuntansi

Jenjang : Diploma III

Telah diperiksa dan di koreksi dengan baik dan cermat. Karena itu pembimbing menyetujui mahasiswa tersebut untuk menempuh ujian tugas akhir.

Tegal, Juli 2021

Pembimbing I,

Pembimbing II,



Hesti Widianti, SE, M.Si,

NIPY. 08.09.043

Arifia Yasmin, SE, M.Si, Ak, CA

NIPY. 09.017.335

## HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir yang berjudul :

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN KEPUASAN KONSUMEN  
TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PADA TOSERBA BASA  
BANJARAN KABUPATEN TEGAL

Oleh :

Nama : Yuli Amalia Nur Amanah

NIM : 18030164

Program Studi : Akuntansi

Jenjang : Diploma III

Dinyatakan Lulus setelah dipertahankan di depan Tim Penguji Tugas Akhir  
Program Studi Akuntansi Politeknik Harapan Bersama Tegal

Tegal, 8 Juli 2021

1. Hesti Widianti, SE, M.Si,

Ketua Penguji



2. Andri Widiyanto, SE, M.Si

penguji I



3. Dewi Kartika, SE, M.Ak, CAAT

penguji II



Mengetahui,

Ketua Program Studi



Yeni Priatna Sari, SE, M.Si, Ak,CA, ACPA

NIPY. 03.013.142

## HALAMAN PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa karya tulis ilmiah dalam bentuk Tugas Akhir ini yang berjudul “PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PADA TOSERBA BASA BANJARAN KABUPATEN TEGAL”, beserta isinya adalah benar-benar karya saya sendiri.

Dalam penulisan Tugas Akhir ini saya tidak melakukan penjiplakan dan pengutipan dengan cara yang tidak sesuai dengan etika yang berlaku dalam masyarakat keilmuan sebagaimana mestinya.

Demikian pernyataan ini untuk dapat dijadikan pedoman bagi yang berkepentingan, dan saya siap menanggung segala resiko/sanksi yang diajuhkan kepada saya apabila di kemudian hari ditemukan adanya pelanggaran atas etika keilmuan dalam karya tulis saya ini atau adanya klaim terhadap keaslian karya tulis saya ini.

Tegal, 8 Juli 2021

Yang membuat pernyataan



Yuli Amalia Nur Amanah

NIM. 18030164

**HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA TULIS  
ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai Mahasiswa Program Studi D-III Akuntansi Politeknik Harapan Bersama,  
saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Yuli Amalia Nur Amanah  
NIM : 18030164

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Politeknik Harapan Bersama Hak Bebas Royalti Non Eksklusif (*Non Exclusive Royalti Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul “ Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen dan Loyalitas Pelanggan Pada Toserba Basa Kabupaten Tegal”

Dengan Hak Bebas Royalti/Non Eksklusif ini Politeknik Harapan Bersama Tegal berhak menyimpan, mengalih media/formatnya, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat dan mempublikasikan karya ilmiah saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan pemilik Hak Cipta. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Tegal, 8 Juli 2021

Yang membuat pernyataan,



Yuli Amalia Nur Amanah

NIM. 18030164

## **HALAMAN MOTTO**

“Barang siapa keluar untuk mencari ilmu, maka dia berada di jalan Allah”

(HR. Turmudzi)

“Bacalah Al-Qur’an, sesungguhnya ia akan mensyafa’ati kelak di hari kiamat”

(HR. Turmidzi)

“Jangan pergi mengikuti kemana jalan akan berujung. Buat jalanmu sendiri dan tinggalkanlah jejak”

(Ralph Waldo Emerson)

“Cobalah untuk tidak menjadi orang sukses, tapi menjadi orang lebih bernilai”

(Albert Einstein)

## **HALAMAN PERSEMBAHAN**

Tugas Akhir ini saya persembahkan untuk :

- ◆ Allah SWT Tuhan Yang Maha Agung dan Maha Tinggi. Atas takdirmu saya bisa menjadi pribadi yang berfikir, berilmu, beriman, dan bersabar.
- ◆ Kedua orang tuaku, mamah Evi ristanti dan papah Sofa Aruji yang selalu mendukung dan mendoakan serta memberikanku motivasi untuk selalu semangat menyelesaikan Tugas Akhir ini.
- ◆ Dosen pembimbingku, Bu Hesti Widianti dan Bu Arifia Yasmin terima kasih telah membimbingku dengan penuh sabar selama mengerjakan Tugas Akhir ini.
- ◆ Semua sahabat ku di kampus Monica, Umi, Ayunda, Jeje, Mega, dan para lelaki mageran Faisal, Agil, Cesar, Denis, Bima yang memberikan keceriaan selama kuliah dan banyak memberikan pelajaran hidup.
- ◆ Teman-teman kelas F yang telah menemani selama 3 tahun ini dengan penuh warna.

Kalian adalah alasan saya segera menyelesaikan Tugas Akhir ini

## KATA PENGANTAR

Dengan menyebut nama ALLAH SWT yang Maha Pengasih lagi Maha Penyayang, penulis panjatkan Puji Syukur Kehadirat-Nya, yang telah melimpahkan rahmat, dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir dengan judul “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen dan Loyalitas Pelanggan pada Toserba Basa Kabupaten Tegal”.

Tugas Akhir ini diajukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat guna mencapai gelar Ahli Madya (A.Md) pada program studi Akuntansi Politeknik Harapan Bersama Kota Tegal.

Penulisan Tugas Akhir ini tidak terlepas dari bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih atas segala bimbingan dan pengarahan dari berbagai pihak. Oleh sebab itu, dalam kesempatan ini saya ingin menyampaikan terima kasih yang tak terhingga kepada yang terhormat :

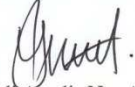
1. Bapak Nizar Suhendra SE,M.P.P selaku Direktur Politeknik Harapan Bersama
2. Ibu Yeni Priatna Sari, SE,M.Si,AK,CA,ACPA selaku Ka.Prodi DIII Akuntansi Politeknik Harapan Bersama
3. Ibu Hesti Widiyanti,SE,M.Si, sebagai Dosen Pembimbing I yang telah banyak memberikan arahan, bimbingan, dan petunjuk sehingga terselesaikannya penyusunan laporan PKL ini.
4. Ibu Arifia Yasmin,SE,M.Si,AK,CA, selaku Dosen Pembimbing II yang telah banyak memberikan bantuan dan bimbingan hingga terselesaikannya laporan PKL ini.
5. Orang tua serta keluarga yang telah memberikan dukungan, do'a, dan bantuan baik moril maupun materil
6. Pimpinan Toserba Basa banjaran yang telah memberikan izin untuk penelitian
7. Responden (pelanggan Toserba Basa) yang telah membantu kelancaran penelitian.



8. Semua teman-teman kelas F yang senantiasa memberikan semangat kepada penulis untuk menyelesaikan Tugas Akhir ini.

Penulis menyadari bahwa dalam Tugas Akhir ini masih jauh dari sempurna karena keterbatasan pengetahuan dan pengalaman penulis. Oleh karena itu, penulis senantiasa mengharapkan kritik dan saran yang membangun. Akhir kata, semoga Tugas Akhir ini bermanfaat bagi semua pihak.

Tegal, 8 Juli 2021



Yuli Amalia Nur A

18030164

## ABSTRAK

Yuli Amalia Nur amanah. 021. *Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Konsumen Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Toserba Basa Banjaran Kabupaten Tegal*. Program Studi: Diploma III Akuntansi. Politeknik Harapan Bersama. Pembimbing I: Hesti Widiyanti, S.E., M.Si. Pembimbing II: Arifia Yasmin, S.E., M.Si., Ak., CA.

Pada setiap badan usaha retail sangatlah penting untuk memperhatikan kualitas pelayanan, karena semakin bagus tingkat kualitas pelayanannya maka akan terciptanya kepuasan konsumen dan loyalitas pelanggan. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen terhadap loyalitas pelanggan pada Toserba Basa Banjaran. Populasi seluruh konsumen Toserba Basa Banjaran dengan jumlah sampel 100 menggunakan rumus slovin. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah kuesioner dan studi pustaka. Teknik analisis yang digunakan berupa Analisis Deskriptif, Uji Instrumen (Validitas, Reliabilitas), Uji Asumsi Klasik (Normalitas, Multikolinearitas, Heteroskedastisitas, Autokorelasi), Analisis Regresi Berganda, Uji Statistik t, Uji Simultan F, dan Koefisien Determinasi ( $R^2$ ). Hasil penelitian menunjukkan nilai persamaan Regresi Berganda sebagai berikut :  $Y = 6,187 + 0,290X_1 + 0,370X_2$  nilai seluruh koefisien positif, hal ini menunjukkan kedua variabel independen kualitas pelayanan ( $X_1$ ) dan Kepuasan Konsumen ( $X_2$ ) memiliki pengaruh yang positif terhadap loyalitas pelanggan ( $Y$ ). Hasil pengujian Hipotesis menunjukkan kedua variabel Independen terbukti secara parsial mempengaruhi variabel Loyalitas Pelanggan dengan nilai Thitung 0,000. Kemudian melalui Uji F diketahui variabel Independen terbukti secara Simultan layak untuk menguji variabel Loyalitas Pelanggan dengan nilai Fhitung 0,000. Angka *R Square* sebesar 0,269 menunjukkan 26,9% variabel Loyalitas pelanggan dapat dijelaskan oleh kedua variabel Independen, sedangkan 73,1% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dijelaskan oleh peneliti.

**Kata kunci** : Kualitas Pelayanan, Kepuasan konsumen, dan Loyalitas pelanggan

## ABSTRACT

**Amanah, Yuli Amalia Nur.** 2021. *The Effect of Service Quality and customer Satisfaction On Customer Loyalty at The Basa Banjara Department Store, Tegal Regency Study program: Accounting Associate Degree. Politeknik Harapan Bersama. Advisor: Hesti Widiyanti S.E., M.Si. Co-Advisor: Arifia Yasmin, S.E., M.Si., Ak., CA.*

*In every retail business entity, it is very important to pay attention to the quality of service, because the better the level of service quality, the more customer satisfaction and customer loyalty will be created. The purpose of this study was to determine the effect of service quality on customer satisfaction and customer loyalty at the Banjara Basa Department Store. The population of all consumers of the Banjara Basa Department Store with a sample size of 100 uses the slovin formula. Data collection techniques used are literature questionnaires and literature study. The analytical techniques used are Descriptive Analysis, Instrument Test (Validity, Reliability), Classical Assumption Test (Normality, Multicollinearity, Heteroscedasticity, Autocorrelation), Multiple Regression Analysis, t-Statistical Test, Simultaneous F Test, and Coefficient of Determination (R<sup>2</sup>). The results show the value of the Multiple Regression equation as follows:  $Y=6,187+0,290x_1+0,370x_2$  the value of all coefficients is positive, this shows that the two Independent variables of Service Quality (X<sub>1</sub>) and Consumer Satisfaction (X<sub>2</sub>) have a positive influence on Customer Loyalty (Y). The results of the hypothesis testing show that the two Independent variables are partially to affect the Customer Loyalty variable with a Tcount of 0,000. Then through the F test, it is known that the Independent variable is proven simultaneously feasible to test the Customer Loyalty variable with an Fcount of 0,000. The R square number of 0,269 shows 26,9% of Customer Loyalty variables can be explained by the two Independent variables, while 73,1% is explained by the other variables not explained by the researcher.*

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

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN .....	iv
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI.....	v
HALAMAN MOTTO .....	vi
HALAMAN PERSEMBAHAN .....	vii
KATA PENGANTAR .....	viii
ABSTRAK .....	x
ABSTRACT .....	xi
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR GAMBAR .....	xiv
DAFTAR TABEL.....	xv
DAFTAR LAMPIRAN.....	1
BAB 1 PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Perumusan Masalah.....	4
1.3 Tujuan Penelitian.....	5
1.4 Manfaat Penelitian.....	5
1.5 Batasan Masalah.....	5
1.6 Kerangka Berpikir .....	6
1.7 Sistematika Penulisan.....	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	9
2.1 Tinjauan Kualitas Pelayanan .....	9
2.1.1 Pengertian Kualitas Pelayanan .....	9
2.1.2 Karakteristik Kualitas Pelayanan .....	9
2.1.3 Faktor Kurangnya Kualitas Pelayanan .....	10
2.2 Tinjauan Kepuasan Konsumen.....	12
2.2.1 Pengertian Kepuasan Konsumen.....	12

2.2.2	Faktor-faktor yang mempengaruhi Kepuasan Konsumen....	13
2.2.3	Cara Mengukur Tingkat Kepuasan Konsumen .....	14
2.3	Tinjauan Loyalitas Pelanggan .....	15
2.3.1	Pengertian Loyalitas .....	15
2.3.2	Pentingnya Menjaga Loyalitas Konsumen.....	16
2.4	Penelitian Terdahulu.....	17
2.5	Hipotesis Penelitian .....	20
<b>BAB III</b>	<b>METODE PENELITIAN .....</b>	<b>31</b>
3.1	Lokasi Penelitian .....	31
3.2	Waktu Penelitian .....	31
3.3	Jenis dan Sumber Data .....	31
3.4	Sumber Data .....	31
3.5	Teknik Pengumpulan Data .....	32
3.6	Populasi dan Sampel.....	32
3.7	Metode Analisis Data .....	34
<b>BAB IV</b>	<b>HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>39</b>
<b>BAB V</b>	<b>KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>52</b>
	<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>54</b>

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Kerangka Befikir .....	6
-----------------------------------	---

## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	17
Tabel 4.1 Identitas Responden.....	33
Tabel 4.2 Hasil Uji Validitas.....	34
Tabel 4.3 Hasil Uji Reliabilitas.....	36
Tabel 4.4 Hasil Uji Normalitas.....	37
Tabel 4.5 Hasil Uji Multikolinearitas.....	38
Tabel 4.6 Hasil Uji Heterokedastisitas.....	39
Tabel 4.8 Hasil Uji Autokorelasi.....	40
Tabel 4.7 Regresi Linear Berganda.....	40
Tabel 4.8 Hasil Uji T.....	42
Tabel 4.9 Hasil Uji F.....	43
Tabel 4.10 Uji Koefisien Determinasi.....	44

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuisisioner Penelitian .....	48
Lampiran 2 Data Responden.....	51
Lampiran 3 Tabulasi Kuisisioner.....	52
Lampiran 4 Hasil Uji Instrumen.....	60
Lampiran 5 Hasil Uji Asumsi Klasik.....	66
Lampiran 6 Hasil Uji Hipotesis.....	67
Lampiran 7 Hasil Uji Determinasi .....	67



# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Masalah**

Ritel merupakan kegiatan bisnis yang familiar bagi sebagian besar masyarakat Indonesia. Bisnis ritel di Indonesia dapat dibedakan menjadi 2 kelompok besar, yakni Ritel Tradisional dan Ritel Modern. Ritel modern pada dasarnya merupakan pengembangan dari ritel tradisional. Ritel Tradisional merupakan ritel sederhana dengan tempat yang tidak terlalu luas dan barang yang dijual jenisnya terbatas. Berbeda dengan ritel modern yang memiliki tempat lebih luas, jenis barang yang dijual lebih beraneka ragam, memiliki manajemen yang terorganisir, dan harganya telah menjadi harga tetap (Kotler & Keller, 2009). Pasar swalayan merupakan bentuk usaha eceran yang mempunyai operasi relatif besar, margin yang rendah, volume yang tinggi, dan bersifat swalayan yang dirancang untuk memenuhi kebutuhan konsumen (Kotler 2006:593). Dengan menggunakan strategi yang cermat dan teliti akan membuat faktor keberhasilan suatu swalayan dalam memasarkan produknya, serta dalam mengkaji setiap karakteristik perilaku konsumen. (Qomar, 2019)<sup>[8]</sup>.

Pelanggan merupakan suatu bagian penting dalam dunia bisnis, tanpa ada pelanggan dalam bisnis tentu tidak akan ada proses bisnis yang terjadi. Oleh karena itu pelanggan sangat berpengaruh dalam roda usaha dan bisnis. Dalam proses bisnis, pelanggan tentu ingin dilayani dengan baik oleh pedagang dan pelanggan akan merasa puas jika keinginannya atau harapannya terpenuhi saat membeli dan merasakan produk atau jasa yang dirasakan. Dengan dampak seperti itu diharapkan pelanggan akan loyal untuk menggunakan produk atau jasa yang dirasakan oleh mereka baik. (Henriawan, 2015)<sup>[7]</sup>. Perusahaan harus melakukan beberapa hal yang dapat mengikat hati pelanggan untuk tetap setia pada produk perusahaan. Salah satunya dengan pelayanan terbaik untuk pelanggan. Pelayanan terbaik tentu harus memahami kebutuhan dan keluhan para pelanggan. Sehingga pelayanan yang dilakukan oleh perusahaan tepat sasaran. Selain itu, kepuasan

pelanggan ikut menjadi bagian penting untuk menjaga loyalitas pelanggan perusahaan. (Henriawan, 2015)<sup>[7]</sup>

Loyalitas pelanggan merupakan tujuan utama perusahaan untuk mengembangkan bisnisnya, kekuatan konsumen sebagai salah satu kunci sukses dalam mengembangkan bisnis. Apabila pelanggan loyal kepada perusahaan itu akan memberikan prioritas utama dalam bertransaksi. Loyalitas pelanggan merupakan sifat positif untuk perusahaan, komitmen yang mempunyai niat pembelian dimasa yang akan datang. Hal ini dapat berlangsung dalam jangka panjang dan berakhir pada saat terjadi ketidakcocokkan yang akan memutuskan ikatan kuat antara pelanggan dan perusahaan. Loyalitas pelanggan berkaitan terhadap kualitas pelayanan dan kepuasan atau ketidakpuasan yang dialami pelanggan (Krisdayanti, 2017)<sup>[2]</sup>.

Secara umum, kualitas pelayanan merupakan tingkat layanan yang berkaitan dengan harapan dan kebutuhan pelanggan atau pengguna. Hal ini berarti bahwa layanan tersebut berkualitas jika perusahaan atau lembaga mampu menyediakan produk dan jasa (layanan) sesuai dengan keinginan, kebutuhan, dan harapan pelanggan atau pengguna jasa. Oleh karena itu kualitas pelayanan merupakan dasar yang penting untuk pemasaran produk atau jasa. Menurut Tjiptono (2011:59)<sup>[2]</sup>, Kualitas Pelayanan merupakan tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan. Jadi dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan merupakan segala sesuatu yang diharapkan oleh konsumen agar perusahaan dapat memenuhi keinginan dan kebutuhan konsumen.

Menurut Oliver yang dikutip Ratih Hurriyati (2014:432<sup>[2]</sup>), Loyalitas pelanggan merupakan komitmen pelanggan bertahan secara mendalam untuk berlangganan kembali atau melakukan pembelian ulang produk/jasa terpilih secara konsisten di masa yang akan datang, meskipun pengaruh situasi dan usaha-usaha pemasaran mempunyai potensi untuk perubahan perilaku. Sedangkan menurut Lovelock (2011:338<sup>[2]</sup>), Loyalitas ditujukan kepada suatu perilaku, yang ditujukan kepada pembelian berulang dan merekomendasikan produk perusahaan kepada teman atau mitra. Jadi dapat disimpulkan bahwa loyalitas pelanggan

merupakan suatu usaha yang dilakukan suatu perusahaan dengan memberikan pelayanan yang baik untuk konsumen sehingga menimbulkan kepuasan konsumen yang menerimanya. Kepuasan konsumen merupakan faktor yang menentukan dalam citra perusahaan. Agar konsumen dapat dipertahankan, perusahaan harus melakukan pelayanan optimal untuk konsumen dan dituntut melakukan perubahan dalam ketersediaan SDM, mutu layanan, maupun gedung bersih dan nyaman (Krisdayanti, 2017)<sup>[2]</sup>.

Banyak faktor yang akan mempengaruhi perilaku konsumen dalam keputusan pembelian barang dan jasa. Mempelajari dan menganalisis perilaku konsumen dalam keputusan pembelian adalah hal yang sangat penting, karena dengan pengetahuan dasar yang baik mengenai perilaku konsumen akan dapat memberi masukan yang berarti bagi perencanaan strategi perusahaan (Siahaan, 2017)<sup>[9]</sup>. Kepuasan didefinisikan sebagai kepuasan yang memuaskan (Oliver, 1999). Artinya, konsumen merasakan bahwa konsumsi memenuhi beberapa kebutuhan, keinginan, tujuan, atau sebagainya dan bahwa pemenuhan ini menyenangkan (dalam Hadian, 2019)<sup>[11]</sup>. Loyalitas pelanggan memiliki peran penting dalam sebuah perusahaan, untuk memperoleh pelanggan yang loyal tidak bisa dilakukan sekaligus, tetapi melalui beberapa tahapan, mulai dari mencari pelanggan potensial sampai memperoleh partners untuk meningkatkan loyalitas, perusahaan harus meningkatkan kepuasan setiap pelanggan dan mempertahankan tingkat kepuasan tersebut dalam jangka panjang. (Indiyani, 2019)<sup>[10]</sup>

Berbicara mengenai bisnis ritel modern, perkembangan dunia usaha di Indonesia mengalami perkembangan pesat khususnya di kota Slawi. Perkembangan pasar modern di kota Slawi memberi alternatif yang lebih banyak lagi bagi konsumen untuk memilih tempat belanja guna memenuhi kebutuhannya. Hal ini berdampak terhadap perilaku konsumen modern di kota-kota besar selalu mendahului efisiensi dan efektifitas dalam berbelanja kebutuhan akan barang dan jasa, dan pergeseran pola belanja konsumen yang lebih suka berbelanja pada toko eceran modern seperti mini market, swalayan, supermarket atau hypermarket. Kondisi seperti ini merupakan suatu potensi dan daya dorong tumbuh kembangnya berbagai macam bentuk bisnis, yang salah satunya adalah bisnis ritel

Basa Toserba Banjaran merupakan salah satu swalayan yang cukup besar dan sukses dalam usahanya dibidang ritel. Menyediakan berbagai macam keperluan konsumen mulai dari keperluan rumah tangga, keperluan sekolah, pakaian, sepatu, elektronik dan berbagai produk kecantikan, menjadikan Basa Toserba sukses bersaing dengan pengusaha-pengusaha ritel lain. Basa Toserba Banjaran sebagai salah satu retail telah berupaya mempertahankan konsumennya.

Toserba Basa Banjaran ini beralamat di JL. Raya Banjaran Sel No. 49, Kejiwan, Tembok Luwung, Adiwerna, Kabupaten Tegal. Basa Toserba Banjaran memberikan harga yang lebih murah dibandingkan mini market lainnya, sehingga banyak pelanggan yang mengunjungi Toserba ini. Basa Toserba memiliki kelebihan antara lain: 1) Harganya sudah tertera di produk sehingga kita dapat melihat dan resiko dicurangi kecil, 2) Harganya lebih terjangkau dibandingkan toserba lainnya, 3) Tempatnya nyaman dan bersih, rapi, ber-AC dan strategis, 4) Pelayanannya sopan, 5) Pegawai nya berpakaian rapi. Disini juga terdapat alat untuk men-*scan* harga sendiri, jadi konsumen tidak perlu takut tertipu dengan harga atau tertukar harga seperti yang kita jumpai di mini market lainnya. Akan tetapi, pada kualitas pelayanannya masih terdapat kekurangan, contohnya kurang sigapnya karyawan dalam melayani pelanggan.

Berdasarkan latar belakang diatas, maka peneliti akan melakukan penelitian guna melakukan pembuktian dengan judul penelitian “**Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Konsumen Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Toserba Basa Banjaran, Kabupaten Tegal**”.

## 1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang masalah di atas, maka dapat dirumuskan permasalahan pada penelitian ini adalah :

1. Apakah terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan ?
2. Apakah terdapat pengaruh kepuasan terhadap loyalitas pelanggan ?
3. Apakah terdapat pengaruh kualitas pelayanan dan kepuasan terhadap loyalitas pelanggan ?

### **1.3 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan perumusan masalah di atas, maka penelitian ini bertujuan:

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui :

1. Mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan Toserba Basa
2. Mengetahui pengaruh kepuasan konsumen terhadap loyalitas pelanggan Toserba Basa
3. Mengetahui pengaruh kualitas dan kepuasan konsumen terhadap loyalitas pelanggan Toserba basa

### **1.4 Manfaat Penelitian**

Manfaat penelitian ini yaitu :

1. Bagi Peneliti  
Dapat mengetahui secara langsung pengaruh kepuasan konsumen dan pengaruh loyalitas pelanggan terhadap kualitas pelayanan pada Toserba Basa Banjaran.
2. Bagi Instansi/Perusahaan (Toserba Basa Banjaran)  
Hasil penelitian dapat dijadikan referensi dan acuan mengenai kepuasan konsumen dan loyalitas pelanggan terhadap kualitas pelayanan.
3. Bagi Politeknik Harapan Bersama  
Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi sumber informasi untuk penelitian selanjutnya.

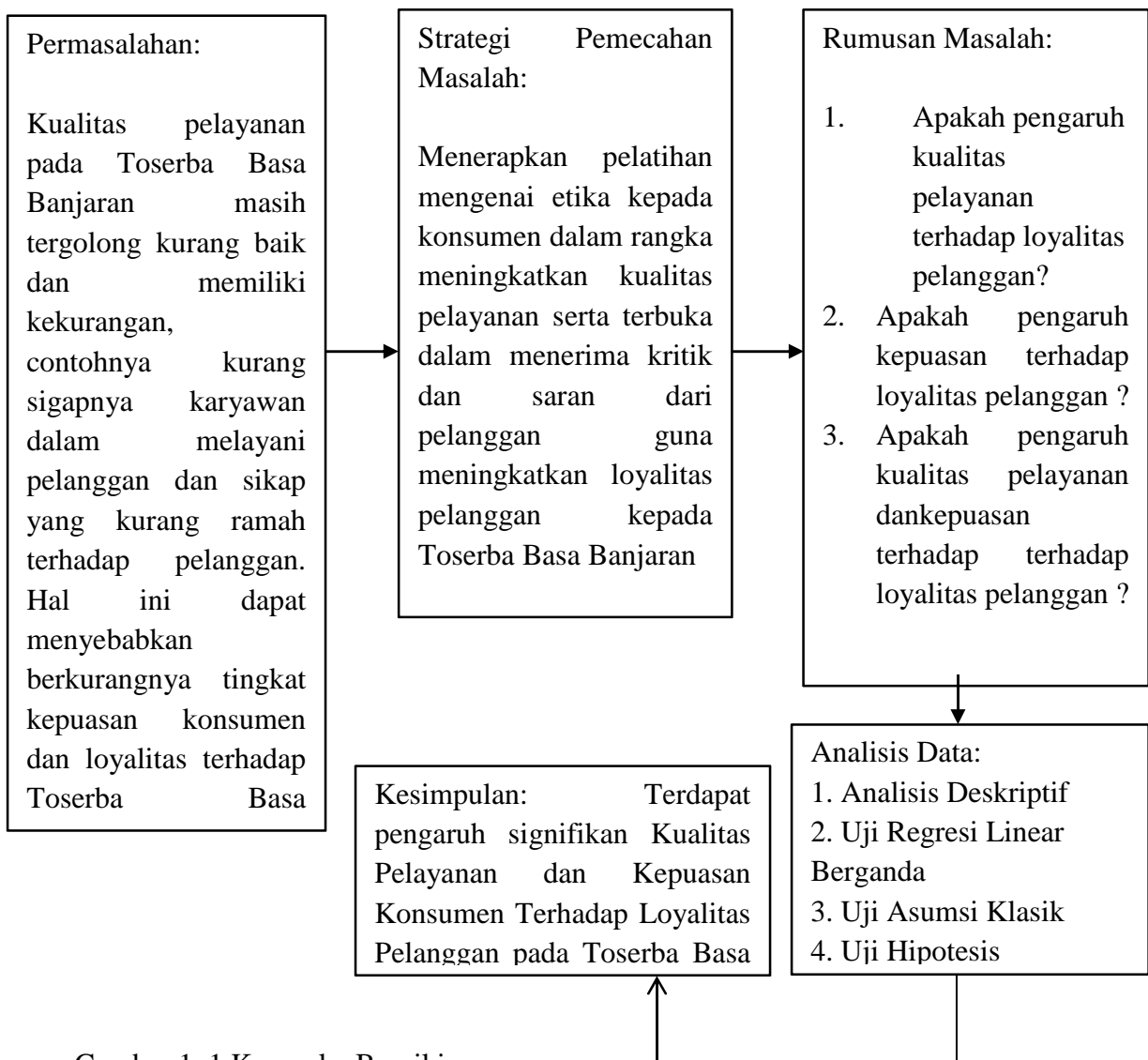
### **1.5 Batasan Masalah**

Permasalahan yang akan dibatasi dalam penyusunan penelitian ini yaitu :

1. Penelitian ini hanya berkaitan dengan kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen pada Toserba Basa Banjaran.
2. Penelitian ini terbatas pada konsumen Toserba Basa Banjaran.

## 1.6 Kerangka Berpikir

Kualitas pelayanan yang baik menjadi kunci utama dari kepuasan konsumen. Kepuasan konsumen merupakan faktor yang menentukan dalam citra perusahaan. Agar konsumen dapat dipertahankan, perusahaan harus melakukan pelayanan optimal untuk konsumen dan dituntut melakukan perubahan dalam ketersediaan SDM, mutu layanan, maupun gedung bersih dan nyaman. Kualitas pelayanan juga akan mempengaruhi tingkat loyalitas konsumen terhadap suatu sehingga akan tercipta kesan yang baik di dalam masyarakat.



Gambar 1. 1 Kerangka Berpikir

## 1.7 Sistematika Penulisan

Dalam penulisan tugas akhir ini, dibuat sistematika penulisan agar mudah untuk dipahami dan memberikan gambaran secara umum kepada pembaca mengenai tugas akhir ini. Sistematika penulisan tugas akhir ini adalah sebagai berikut:

### 1. Bagian awal

Bagian awal berisi halaman judul, halaman persetujuan, halaman pengesahan, halaman pernyataan keaslian Tugas Akhir (TA), halaman pernyataan persetujuan publikasi karya ilmiah untuk kepentingan akademis, halaman persembahan, halaman motto, kata pengantar, intisari/abstrak, daftar isi, daftar tabel, daftar gambar, dan lampiran. Bagian awal ini berguna untuk memberikan kemudahan kepada pembaca dalam mencari bagian-bagian penting secara cepat.

### 2. Bagian isi terdiri dari lima bab, yaitu :

#### BAB I PENDAHULUAN

Pada bab ini berisi latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, batasan masalah, kerangka berpikir dan sistematika penulisan.

#### BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Pada bab ini memuat teori-teori tentang pengertian sistem penggajian, perancangan basis data yang akan di gunakan dan menjadi acuan dalam tugas akhir.

#### BAB III METODE PENELITIAN

Pada bab ini berisi tentang lokasi penelitian (tempat dan alamat penelitian), waktu penelitian, metode pengumpulan data, jenis dan sumber data penelitian, dan metode analisis data.

#### BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisikan laporan hasil penelitian dan pembahasan hasil penelitian.

## BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan berisi tentang garis besar dari inti hasil penelitian, serta saran dari peneliti yang diharapkan dapat berguna bagi instansi atau perusahaan.

## DAFTAR PUSTAKA

Daftar pustaka berisi tentang daftar buku, *literature* yang berkaitan dengan penelitian. Lampiran berisi data yang mendukung penelitian tugas akhir secara lengkap.

### 3. Bagian Akhir

#### LAMPIRAN

Lampiran berisi informasi tambahan yang mendukung kelengkapan laporan, antara lain Surat Keterangan Telah Melaksanakan Penelitian dari Tempat Penelitian, Kartu Konsultasi, Spesifikasi teknis serta data-data lain yang diperlukan.



## **BAB II**

### **TINJAUAN PUSTAKA**

#### **2.1 Tinjauan Kualitas Pelayanan**

##### **2.1.1 Pengertian Kualitas Pelayanan**

Menurut Sari (2017)<sup>[6]</sup> Kualitas Pelayanan adalah segala bentuk aktivitas yang dilakukan oleh perusahaan guna memenuhi harapan konsumen. Pelayanan dalam hal ini diartikan sebagai jasa atau service yang disampaikan oleh pemilik jasa yang berupa kemudahan, kecepatan, hubungan, kemampuan dan keramahan yang ditujukan melalui sikap dan sifat dalam memberikan pelayanan untuk kepuasan konsumen. Menurut Paul J. Peter dan Jerry C. Oleson (2013) dalam Sari (2017)<sup>[6]</sup> mendefinisikan pelayanan adalah perilaku penjual kepada pembeli dengan memberikan kepuasan kepada konsumen, agar konsumen merasa dihargai dan mendapatkan barang atau jasa sesuai dengan keinginannya.

Jadi, dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan merupakan segala sesuatu yang diharapkan oleh konsumen agar perusahaan dapat memenuhi keinginan dan kebutuhan konsumen.

##### **2.1.2 Karakteristik Kualitas Pelayanan**

Karakteristik Kualitas Pelayanan Tjiptono (2008: 28-51) dalam Sari (2017)<sup>[6]</sup> mengemukakan bahwa jasa memiliki lima indikator utama yaitu:

1. Bukti Langsung (Tangibles)  
Yaitu meliputi fasilitas fisik, perlengkapan, pegawai, dan sarana komunikasi.
2. Keandalan (Reliability)  
Yakni kemampuan memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan segera, akurat dan memuaskan.
3. Daya Tanggap ( Responsiveness)

Yaitu keinginan para staff dan karyawan untuk membantu para pelanggan dan memberikan pelayanan dengan tanggap

4. Jaminan (Assurance)

Yakni mencakup pengetahuan, kemampuan, kesopanan, dan sifat yang dapat dipercaya yang dimiliki para staf, bebas dari bahaya, resiko atau keragu-raguan

5. Empati (Emphaty)

Meliputi kemudahan dalam melakukan hubungan, komunikasi yang baik, perhatian pribadi, dan memahami kebutuhan para pelanggan.

### 2.1.3 Faktor Kurangnya Kualitas Pelayanan

Menurut Tjiptono (2012 : 178 – 181)<sup>[6]</sup>, terdapat beberapa faktor yang dapat mengurangi kualitas layanan pada sebuah perusahaan. Sehingga perusahaan perlu memperhatikan faktor-faktor tersebut, yaitu:

1. Produksi dan konsumsi yang terjadi secara simultan Karakter dari jasa itu sendiri adalah inseparability, artinya jasa tersebut diproduksi dan dikonsumsi pada waktu yang bersamaan. Sehingga terjadi interaksi antara penyedia jasa dan konsumen yang memungkinkan terjadi hal-hal berdampak negatif di mata konsumen, seperti:
  - a) Tidak terampil dalam melayani pelanggan.
  - b) Cara berpakaian karyawan kurang sesuai dengan konteks.
  - c) Tutar kata karyawan kurang sopan
  - d) Bau badan karyawan yang mengganggu kenyamanan konsumen.
  - e) Karyawan kurang senyum atau mimik muka yang tidak ramah.
2. Intensitas tenaga kerja yang tinggi Keterlibatan karyawan secara intensif dalam penyampaian layanan dapat pula menimbulkan dampak negatif pada kualitas, yaitu berupa tingginya variabilitas layanan yang dihasilkan. Seperti, pelatihan kurang memadai atau pelatihan tidak sesuai dengan kebutuhan, tingkat turnover karyawan yang tinggi, motivasi kerja karyawan kurang diperhatikan, dan lain-lain.

3. Dukungan terhadap pelanggan internal kurang memadai. Karyawan *front-line* adalah ujung tombak dalam sistem penyampaian layanan. Karyawan *front-line* dapat dikatakan sebagai citra perusahaan karena karyawan-karyawan tersebut memberikan kesan pertama kepada konsumen. Agar para karyawan *front-line* mampu memberikan pelayanan dengan efektif, diperlukan dukungan dari perusahaan seperti, dukungan informasi (prosedur operasi), peralatan (pakaian seragam, material), maupun pelatihan keterampilan.
4. Gap komunikasi. Komunikasi merupakan faktor penting dalam menjalin hubungan antara perusahaan dengan konsumen. Bila terjadi gap komunikasi, maka konsumen memberikan penilaian negatif terhadap kualitas pelayanan. Gap-gap komunikasi tersebut dapat berupa:
  - a) Penyedia layanan memberikan janji yang berlebihan, sehingga tidak mampu memenuhinya.
  - b) Penyedia layanan tidak selalu memberikan informasi terbaru kepada konsumen.
  - c) Pesan komunikasi yang disampaikan penyedia layanan tidak dipahami konsumen.
  - d) Penyedia layanan tidak memperhatikan atau menindaklanjuti keluhan atau saran konsumen.
5. Memperlakukan semua pelanggan dengan cara yang sama. Setiap konsumen memiliki karakter, emosi, keinginan yang berbeda-beda. Penyedia layanan harus memahami keunikan dan perbedaan yang ada. Sehingga tidak dapat memperlakukan semua konsumen dengan cara yang sama. Banyak kejadian di mana konsumen ingin diperlakukan secara personal dan berbeda dengan yang lain.
6. Perluasan atau pengembangan layanan secara berlebihan. Penambahan layanan dapat berdampak baik atau bahkan mengurangi *service quality* pada sebuah perusahaan. Dampak baiknya adalah untuk menyempurnakan *service quality* menjadi lebih baik. Tetapi di sisi lain,

apabila layanan baru terlampau banyak, hasil yang didapat belum tentu optimal.

7. Visi bisnis jangka pendek. Visi jangka pendek (contohnya, penghematan biaya semaksimal mungkin) dapat merusak service quality yang sedang ditujukan untuk jangka panjang. Sebagai contoh, kebijakan sebuah toserba untuk menutup sebagian cabang akan mengurangi tingkat akses bagi para pelanggan restoran tersebut. Sehingga pelanggan akan datang ke toserba yang mungkin jaraknya tidak dekat dari tempat tinggal. Sehingga dapat menimbulkan keluhan akan jarak dan persepsi negatif terhadap kualitas layanan toserba tersebut

Dari penjelasan faktor-faktor diatas dapat disimpulkan, jika terdapat pelanggan yang merasa kecewa dan tidak puas dengan pelayanan yang diberikan oleh perusahaan, maka efeknya bisa menjadi besar yaitu membuat stigma negatif bahwa pelayanan dalam bisnis tidak baik dan membuat pelanggan tidak loyal.

## **2.2 Tinjauan Kepuasan Konsumen**

### **2.2.1 Pengertian Kepuasan Konsumen**

Menurut Kotler (2014:150)<sup>[1]</sup>, Kepuasan Konsumen merupakan perasaan senang atau kecewa yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja (atau hasil) yang diharapkan. Sedangkan menurut Richard Oliver (Barnes,2003:64), Kepuasan merupakan tanggapan pelanggan atas terpenuhinya kebutuhannya. Hal itu berarti penilaian bahwa suatu bentuk keistimewaan dari suatu barang atau jasa ataupun barang/jasa sendiri, memberikan tingkat kenyamanan yang terkait dengan pemenuhan suatu kebutuhan, termasuk pemenuhan kebutuhan di bawah harapan atau pemenuhan kebutuhan melebihi harapan pelanggan. Jadi, dapat disimpulkan kepuasan konsumen merupakan tingkat perasaan konsumen setelah melakukan perbandingan antara apa yang dia terima dan apa yang diharapkan.

### 3.3.2 Faktor-faktor yang mempengaruhi Kepuasan Konsumen

Setiap perusahaan tentu ingin memberikan pelayanan terbaik untuk pelanggannya. Namun demikian, ada beberapa faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan itu sendiri. Apabila faktor-faktor tersebut dapat dipenuhi dengan baik, maka loyalitas pelanggan pun tercipta sehingga pendapatan bisnis pun meningkat. Bahkan di tengah persaingan bisnis yang kian ketat, perusahaan Anda tetap mampu bertahan dan unggul karena pelanggan merasa mendapatkan pelayanan yang diinginkan. (Sodexo, 2019)<sup>[4]</sup>

#### 1. Mutu Produk

Pastikan Anda selalu memilih dan menggunakan produk berkualitas, sehingga pelanggan merasa puas dan tidak ragu untuk kembali membeli produk yang Anda tawarkan. Pengaruh mutu produk ini juga bisa menjadi salah satu strategi pemasaran terbaik, sebab sering dijumpai pelanggan akan merekomendasikan produk Anda kepada keluarga ataupun teman-temannya.

#### 2. Kualitas Pelayanan

Persepsi pelanggan terhadap bisnis sedikit banyak akan dipengaruhi oleh kualitas pelayanan itu sendiri. Dengan demikian, pastikan Anda selalu memberikan kualitas pelayanan terbaik, termasuk setelah transaksi jual-beli diselesaikan.

#### 3. Penetapan Harga

Penetapan harga juga berpengaruh pada kepuasan pelanggan. Jadi, sebaiknya selalu lakukan riset pasar sebelum Anda menetapkan harga untuk produk barang/jasa yang akan dijual. Jika memungkinkan, berikan harga yang relatif terjangkau, dengan kualitas yang baik sehingga pelanggan tidak merasa kecewakan.

#### 4. Pengalaman Belanja Yang Menyenangkan

Pengalaman ini berbanding lurus dengan kemudahan selama proses pembelian. Artinya, proses belanja yang mudah, cepat, dan

fleksibel sangat diminati oleh pelanggan. Fasilitas bebas biaya tambahan, gratis ongkos kirim, dan pilihan metode pembayaran yang beragam, pun mampu menjadi faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan.

#### 5. Testimoni Orang Lain

Faktor inilah yang nantinya akan menentukan pengalaman belanja yang ia dapatkan. Hal ini dikarenakan pelanggan akan langsung membandingkan testimoni orang lain dengan pengalaman yang didapatkan sendiri. Apabila ia juga menerima pengalaman baik sama seperti orang lain, maka ia juga akan merasa puas dan selalu memilih produk Anda di antara pesaing-pesaing lainnya.

#### 6. Strategi Pemasaran

Tanpa disadari strategi Anda dalam membuat iklan dan promosi juga berpengaruh pada ekspektasi pelanggan. Ketika Anda berlebihan dalam mempromosikan keunggulan produk dan layanan, tanpa disertai dengan keadaan faktual yang demikian, maka pelanggan justru akan merasa kecewa karena apa yang didapatkan tidak sesuai dengan apa yang mereka lihat dan percayai dari penawaran Anda.

### 3.3.3 Cara Mengukur Tingkat Kepuasan Konsumen

Ada beberapa cara yang dapat digunakan untuk mengukur tingkat kepuasan seorang konsumen, menurut Kotler (2003) dalam Rusli (2016)<sup>[5]</sup> cara yang dapat dilakukan adalah :

1. Sistem keluhan dan saran (*Complain and suggestion system*). Suatu organisasi yang berpusat pada konsumen, akan memudahkan pelanggan dalam memberi masukan dan keluhan atas pelayanan yang mereka rasakan. Beberapa cara yang umumnya dilakukan oleh perusahaan untuk menampung masukan dan keluhan dari para pelanggannya adalah dengan menyediakan kotak saran, menyebarkan kuesioner dan menyediakan customer hotline.

2. Survei kepuasan pelanggan (*Customer satisfaction surveys*). Survei ini dapat dilakukan dengan menghubungi pelanggan melalui telepon atau melakukan wawancara secara langsung. Dengan cara ini, perusahaan mendapat feedback secara langsung dari pelanggan serta membangun hubungan dengan pelanggannya.
3. *Ghost shopping*. Perusahaan menugaskan seseorang untuk berperan sebagai pembeli dan memberikan laporan mengenai kekuatan dan kelemahan perusahaan maupun pesaing perusahaan.
4. Analisis konsumen yang hilang (*Lost customer analysis*). Analisis ini bertujuan untuk mempelajari mengapa pelanggan berhenti menggunakan jasa dan produk perusahaan. Untuk mengetahui hal-hal tersebut, perusahaan dapat melakukan *exit interview*. Perusahaan juga harus mencari tahu seberapa besar tingkat kehilangan pelanggan (*customer loss rate*) untuk mengetahui seberapa besar kemampuan perusahaan dalam mempertahankan pelanggannya.

Jadi, dapat disimpulkan bahwa kepuasan konsumen merupakan hal yang penting dalam menjaga dan meningkatkan reputasi suatu perusahaan. Dengan pelanggan yang puas, tentunya akan memiliki pelanggan yang loyal dan terus membeli produk tersebut. 4 (empat) indikator diatas dapat digunakan untuk mengukur kepuasan konsumen.

### **3.4 Tinjauan Loyalitas Pelanggan**

#### **2.4.1 Pengertian Loyalitas**

Perilaku konsumen sebagai bagian dari kegiatan manusia yang selalu berubah sesuai dengan pengaruh lingkungan dan sosial dimana dia berada. Namun perilaku konsumen yang diharapkan tetap terus ada bagi perusahaan adalah loyalitas. Loyalitas berarti pelanggan terus melakukan pembelian secara berkala. Loyalitas pelanggan secara umum dapat diartikan ketiaan seseorang atas suatu produk, baik barang maupun jasa tertentu.

Menurut Oliver (dalam Srivastava, 2015)<sup>[2]</sup> bahwa loyalitas pelanggan merupakan bentuk komitmen yang kuat untuk melakukan pembelian,

mengonsumsi kembali produk atau menggantinya dengan produk lain secara konsisten di masa depan. Hal tersebut mengungkapkan bahwa loyalitas terjadi karena adanya konsistensi dalam melakukan pembelian pada produk atau jasa di masa depan pada merek yang sama, pembelian yang dilakukan pelanggan tersebut pada merek yang sama menunjukkan adanya komitmen.

#### 2.4.2 Pentingnya Menjaga Loyalitas Konsumen

Ada beberapa hal yang menjadi alasan mengapa menjaga loyalitas pelanggan itu penting, yaitu Menurut Sodexo (2019)<sup>[4]</sup> :

1. Bisa Menjadi Promotor Bisnis.

Pelanggan yang loyal juga biasanya tidak akan segan mempromosikan *brand* Anda kepada orang lain. Apalagi sekarang penggunaan media sosial begitu tinggi, Anda pasti pernah menemui teman atau saudara yang mempromosikan suatu *brand* di media sosial mereka.

2. Meningkatkan Penjualan dan Keuntungan Bisnis

Seorang pelanggan dengan loyalitas tinggi akan cenderung melakukan pembelian kembali. Secara otomatis, penjualan bisnis pun akan meningkat. Bayangkan jika ada banyak pelanggan yang memiliki loyalitas tinggi terhadap *brand* Anda, tentu penjualan yang didapatkan juga akan banyak.

3. Membantu Menghemat Pengeluaran

Menerapkan strategi retensi pelanggan atau menjaga loyalitas pelanggan ternyata relatif lebih terjangkau. Menurut data yang dilansir oleh *annexcloud.com*, menarik pelanggan baru bisa membutuhkan biaya yang 25% lebih mahal daripada mempertahankan pelanggan-pelanggan yang sudah Anda miliki sekarang.

4. Mendapat Berbagai Insight Yang Berharga



Banyak cara yang bisa dilakukan, salah satunya melalui survei untuk mendapatkan *feedback* pelanggan. Agar praktis, survei bisa dikirimkan melalui *email*. Dari hasil survei, Anda bisa mengetahui bagian mana dari bisnis yang perlu dipertahankan atau ditingkatkan.

## 2.5 Penelitian Terdahulu

**Tabel 2.1**  
**Penelitian Terdahulu**

No	Nama peneliti (tahun)	Judul penelitian	Permasalahan	Rumusan masalah	Tujuan penelitian
1	Siti Sholihah (2010)	Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Konsumen Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Toserba Luwes Di Kabupaten Wonogiri	Tingkat pertumbuhan pasar swalayan di Indonesia cukup tinggi. Berkembangnya pusat-pusat perbelanjaan modern tidak terlepas dari keunggulan-keunggulan yang ditawarkan oleh masing-masing pusat perbelanjaan tersebut. Misalnya dengan memberikan produk yang bermutu baik, harga lebih murah. Hal ini dilakukan agar perusahaan dapat	1. Apakah kualitas pelayanan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada toserba Luwes? 2. Apakah kepuasan konsumen mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada toserba Luwes? 3. Apakah kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen	1. Untuk mengetahui pengaruh yang signifikan antara kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan pada toserba Luwes. 2. Untuk mengetahui pengaruh yang signifikan antara kepuasan konsumen

			mempertahakan usahanya ataupun memenangkan persaingan usaha.	secara bersama-sama mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas pelanggan	terhadap loyalitas pelanggan pada toserba Luwes.
				pada toserba Luwes?	3. Untuk mengetahui pengaruh yang signifikan antara kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen secara bersama-sama terhadap loyalitas pelanggan pada toserba Luwes.
2	Helisia Krisdayanti (2017)	Pengaruh Kualitas Layanan Dan Kepuasan Konsumen Terhadap Loyalitas Konsumen Pada Minimarket Kertapati Jaya Indah	Kepuasan konsumen merupakan faktor yang sangat menentukan dalam citra perusahaan, kekecewaan konsumen dalam menerima layanan bisa menjadikan kehancuran perusahaan dimasa	1. Bagaimana pengaruh kualitas layanan terhadap loyalitas konsumen pada minimarket Kertapati Jaya Indah Palembang ? 2. Bagaimana	1. Mengetahui pengaruh kualitas layanan terhadap loyalitas konsumen pada minimarket Kertapati Jaya Indah

		Palembang	mendatang. Untuk menciptakan kepuasan konsumen perusahaan dituntut untuk melakukan berbagai perubahan dalam hal ketersediaan sumber daya manusia, mutu layanan, maupun gedung yang bersih.	Pengaruh kepuasan konsumen pada minimarket kertapati jaya indah palembang ?	Palembang 2. Mengetahui pengaruh kepuasan konsumen terhadap loyalitas konsumen pada minimarket kertapati Jaya Palembang
3	Vera Lusiana (2015)	Pengaruh Kualitas Layanan Dan Kepercayaan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Mediasi	Kepuasan pelanggan adalah kunci terciptanya loyalitas pelanggan. Dalam meningkatkan loyalitas pelanggan dapat dilakukan dengan cara menghasilkan produk-produk yang lebih bagus dari sebelumnya.	1. Bagaimana pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan pada Larissa Aesthetic Centre Semarang ? 2. Bagaimana pengaruh kepercayaan pelanggan terhadap kepuasan pelanggan pada Larissa Aesthetic Centre Semarang	1. Untuk Menganalisis pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan Larissa Aesthetic Centre Semarang 2. Menganalisis pengaruh kepercayaan pelanggan terhadap

				?	kepuasan
				3. Bagaimana Pengaruh Kualitas terhadap loyalitas	pelanggan
					3. Menganalisis pengaruhku alitas
				oelanggan pada Larissa Aesthetic Centre Semarang?	layanan terhadap loyalitas pelanggan

## 2.7 Hipotesis Penelitian

Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap masalah yang masih bersifat praduga karena masih harus dibuktikan kebenarannya. Dalam penelitian ini yaitu menggunakan metode analisis linier berganda. Analisis ini digunakan untuk mengukut kekuatan dua varibel atau lebih, juga sebagai upaya dalam menunjukkan arah hubungan antar varibel dependen dengan variabel independen.

### 1. Hubungan Kualitas Pelayanan ( $X_1$ ) terhadap loyalitas pelanggan (Y)

Kualitas Pelayanan merupakan segala sesuatu yang diharapkan oleh konsumen agar perusahaan dapat memenuhi keinginan dan kebutuhan konsumen. Penelitian yang dilakukan oleh Vera Lusiana (2015) dengan judul “Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Mediasi” menunjukkan Kualitas layanan berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan Larissa *Aesthetic Centre* Semarang. Berdasarkan uraian diatas, maka dapat dirumuskan hipotesis pertama sebagai berikut:

$H_{a1}$  : Terdapat pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas

### Pelanggan di Toserba Basa

H0<sub>1</sub> : Tidak terdapat pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap loyalitas pelanggan di Toserba Basa

## 2. Hubungan Kepuasan Konsumen (X<sub>2</sub>) terhadap Loyalitas Pelanggan (Y)

Kepuasan Konsumen merupakan perasaan senang atau kecewa yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja (atau hasil) yang diharapkan. Penelitian yang dilakukan oleh Helisia Krisdayanti (2017) dengan judul “Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Konsumen Terhadap Loyalitas Konsumen Pada Minimarket Kertapati Jaya Indah Palembang” menunjukkan kepuasan konsumen berpengaruh positif signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada minimarket Kertapati Jaya Indah Palembang. Berdasarkan uraian diatas, maka dapat dirumuskan hipotesis kedua sebagai berikut:

Ha<sub>2</sub> : Terdapat pengaruh Kepuasan Konsumen terhadap Loyalitas Pelanggan di Toserba Basa

H0<sub>2</sub> : Tidak terdapat pengaruh Kepuasan Konsumen terhadap Loyalitas Pelanggan di Toserba Basa Banjaran.

## 3. Hubungan Kualitas Pelayanan (X<sub>1</sub>) dan Kepuasan Konsumen (X<sub>2</sub>) terhadap Loyalitas Pelanggan (Y)

Berdasarkan Penelitian yang dilakukan oleh Helisia Krisdayanti (2017) dengan judul “Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Konsumen Terhadap Loyalitas Konsumen Pada Minimarket Kertapati Jaya Indah Palembang” menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen terdapat pengaruh positif terhadap variabel loyalitas pelanggan pada minimarket Kertapati Jaya Indah Palembang.

$H_{a3}$  : Terdapat pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Konsumen terhadap Loyalitas Pelanggan pada Toserba Basa Banjaran

$H_{a0}$  : Tidak terdapat pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Konsumen Terhadap Loyalitas pelanggan pada Toserba Basa Banjaran.

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1 Lokasi Penelitian**

Lokasi penelitian ini bertempat Jl. Raya Sel Banjaran No.49, Kejiwan, Tembok Luwung, Kec. Adiwerna, Kab. Tegal, Jawa Tengah

#### **3.2 Waktu Penelitian**

Penelitian dilaksanakan selama lima bulan, terhitung dari bulan Maret sampai dengan Juni 2021.

#### **3.3 Jenis dan Sumber Data**

Jenis data yang digunakan dalam penelitian adalah sebagai berikut :

1. Data Kualitatif

Data kualitatif menurut Sugiyono (2017)<sup>[16]</sup> adalah data yang berbentuk kata, skema, dan gambar. Data kualitatif penelitian ini berupa nama dan alamat obyek penelitian.

2. Data Kuantitatif

Data kuantitatif menurut Sugiyono (2017)<sup>[16]</sup> adalah metode yang berdasar filsafat positivisme bertujuan menggambarkan dan menguji hipotesis yang dibuat peneliti. Penelitian kuantitatif memuat banyak angka-angka mulai dari pengumpulan, pengolahan, serta hasil yang didominasi angka.

#### **3.4 Sumber Data**

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Data Primer

Data primer menurut Sugiyono (2017)<sup>[16]</sup> adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data. Data primer diperoleh dari menyebar kuesioner ke para pelanggan di Toserba Basa Banjaran, Kabupaten Tegal yang bersedia menjadi responden dan mengisi kuesioner

## 2. Data Sekunder

Data sekunder menurut Sugiyono (2017)<sup>[16]</sup> adalah sumber data yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data, misalnya lewat orang lain atau lewat dokumen. Data sekunder penelitian ini adalah bahan pustaka, literatur, penelitian terdahulu, buku dan lain sebagainya.

### 3.5 Teknik Pengumpulan Data

Untuk mendapatkan data-data atau keterangan yang diperlukan dalam penelitian ini, maka metode penelitian yang digunakan penulis ialah :

#### 1. Kuesioner

Menggunakan kuisisioner ke para pelanggan Toserba Basa Banjaran yang bersedia menjadi responden dan mengisi kuesioner. Pengertian kuesioner menurut Sugiyono (2017)<sup>[17]</sup> adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab.

#### 2. Studi Pustaka

Menurut Sugiyono (2017)<sup>[17]</sup> Studi kepustakaan berkaitan dengan kajian teoritis dan referensi lain yang berkaitan dengan nilai, budaya, dan norma yang berkembang pada situasi sosial yang diteliti. Hal ini dikarenakan penelitian tidak akan lepas dari literature-literature ilmiah.

### 3.6 Populasi dan Sampel

Populasi dan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

#### 1. Populasi

Menurut Sugiyono (2017)<sup>[15]</sup> Populasi merupakan wilayah generalisasi yang terdiri atas suatu obyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang telah diterapkan bagi peneliti untuk dipelajari dan ditarik kesimpulannya. Populasi dalam penelitian ini yaitu konsumen Basa Toserba Banjaran dengan jumlah 2.400 populasi (dalam 1 bulan penelitian)



## 2. Sampel

Menurut Sugiyono (2017)<sup>[16]</sup> merupakan bagian atau jumlah dari karakteristik yang dimiliki oleh populasi yang diteliti. Cara menghitung jumlah sampel menggunakan rumus slovin sebagai berikut :

$$n = \frac{N}{1+Ne^2}$$

Keterangan :

- n = jumlah sampel minimal  
 N = jumlah populasi  
 e = prosentase kelonggaran ketelitian karena kesalahan pengambilan sampel

Penelitian ini menentukan tingkat kesalahan (eror) sebesar 10% menggunakan rumus slovin sehingga dapat diperoleh perhitungannya sebagai berikut ;

$$n = \frac{2.400}{1+2.400(0,01)^2}$$

$$n = 100$$

Data yang didapat dari hasil sampling merupakan data yang perkiraan (*estimate value*). Ada pertimbangan *torrent*, maka sampel yang digunakan sebanyak 100 responden. Adapun kriteria sampel responden yang digunakan dalam penelitian ini antara lain ;

- a. Responden merupakan konsumen baru Basa Toserba Banjaran
- b. Responden merupakan konsumen tetap Basa Toserba Banjaran

Disimpulkan bahwa sampel yang diambil sekitar 100 responden. Teknik pengambilan sampel menggunakan rumus slovin.

### 3.7 Metode Analisis Data

Teknik analisa data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisa linier berganda dengan menggunakan program *Statistic Program for Social Science* (SPSS) versi 22 for windows. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen dan loyalitas pelanggan pada toserba Basa Banjaran maka langkah-langkah analisis datanya menurut (Ghozali, 2016)<sup>[12]</sup> adalah sebagai berikut :

#### 1. Analisis Deskriptif

Menurut Sugiyono (2017)<sup>[16]</sup> analisis deskriptif adalah statistik yang digunakan untuk menganalisa data yang dilihat dari nilai rata-rata (mean), standar deviasi, variance dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi.

#### 2. Uji Instrumen

##### a. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Jadi validitas ingin mengukur apakah dalam kuesioner yang sudah kita buat dapat mengukur apa yang hendak kita ukur (Ghozali, 2016)<sup>[12]</sup>. Dalam uji validitas, setiap item akan diuji relasinya dengan skor total variabel, maksudnya masing-masing item yang ada di dalam variabel X dan variabel Y. Tingkat validitas dapat diukur dengan cara membandingkan nilai r hitung dengan  $r_{tabel}$  untuk *Degree of Freedom* (df) = n. dibandingkan dengan table  $r_{product\ moment}$  dengan  $\alpha = 0,05$  dengan kriteria sebagai berikut :

1. Jika  $r_{hitung} > r_{tabel}$  maka dapat dikatakan valid
2. Jika  $r_{hitung} < r_{tabel}$ , maka dapat dikatakan tidak valid

## **b. Uji Reliabilitas**

Ghozali (2016)<sup>[12]</sup> menyatakan bahwa reliabilitas adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Suatu kuesioner reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pertanyaan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Pengujian dalam penelitian ini adalah *One shot* atau pengukuran sekali saja. Reliabilitas diukur dengan uji statistic *V Cronbach Alpha*. Suatu konstruk atau variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai *Cronbach Alpha* >0,60.

## **1. Uji asumsi klasik**

### **a. Uji normalitas**

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel, pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Seperti diketahui bahwa Uji T dan Uji F mengasumsikan bahwa nilai residual mengikuti distribusi normal. Ada dua cara untuk mendeteksi apakah residual berdistribusi normal atau tidak yaitu dengan analisis grafik dan uji statistik (Ghozali, 2016)<sup>[12]</sup>. Pengujian normalitas yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan Uji *Kolmogorov Smirnov*, yaitu apabila hasil perhitungan *one sample Kolmogorov smirnov* menghasilkan nilai diatas 0.05 maka model regresi memenuhi asumsi normalitas. Sebaliknya, apabila data perhitungan nilai dibawah 0.005 maka model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas (Ghozali, 2016)<sup>[12]</sup>.

### **b. Uji Multikolonieritas**

Uji multikolonieritas digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya variabel independen yang terdapat dalam suatu model regresi memiliki suatu hubungan linier yang sempurna (Priyatno, 2014)<sup>[13]</sup>. Adanya kemiripan antar variable independen akan mengakibatkan korelasi yang sangat kuat uji ini dilakukan dengan menggunakan nilai

*Variance Inflation Factor (VIF)*. Dapat disimpulkan bahwa jika nilai VIF yang dihasilkan diantara 1-0 maka tidak terjadi multikolonieritas.

**c. Uji Heterokedasitas**

Uji heterokedasitas bertujuan untuk menguji suatu terjadinya variance residual suatu periode pengamatan yang lain (Sujarweni V.W, 2016)<sup>[14]</sup> Pola uji yang digunakan oleh peneliti yaitu park-test, apabila masing-masing varibael independen memiliki nilai signifikasi  $>0,05$  sehingga dapat disimpulkan bahwa masing-masing variabel independen mengalami heterokedasitas atau tidak terjadi gejala heterokedasitas dan dapat dikatakan asumsi tersebut terpenuhi.

**d. Uji Autokorelasi**

Menurut Sugiyono (2017)<sup>[16]</sup> uji autokorelasi bertujuan menguji apakah dalam model regresi linier ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan pengganggu pada periode t-1 (sebelumnya). Jika terjadi korelasi, maka dinamakan ada problem autokorelasi. Autokorelasi muncul karena observasi yang berurutan sepanjang waktu berkaitan satu sama yang lainnya.

**2. Analisis Regresi Linier Berganda**

Analisis regresi digunakan dalam mengukur kekuatan hubungan anantara dua variabel atau lebih dan juga menunjukkan arah hubungan antara varibel dependen dengan variabel independen. Analisis linier berganda yang bertujuan dalam menganalisis hubungan variabel bebas (X) serta varibel tidak bebas atau terikat (Y). Untuk melihat hubungan antar variabel dapat digunakan rumus regresi berganda sebagai berikut :

$$Y = \alpha + b_1x_1 + b_2x_2 + e$$

Keterangan :

Y = Kualitas Pelayanan

$\alpha$  = Konstanta

$b_{1,2,3}$	= Koefisien Regresi
X1	= Kepuasan Pelanggan
X2	= Loyalitas Pelanggan
$e$	= Error

Analisis regresi linier berganda dalam penelitian ini dapat dilakukan dengan uji determinasi, uji signifikansi simultan dan uji signifikansi parameter individual (Ghozali, 2016)<sup>[12]</sup>

### 3. Pengujian Hipotesis

#### a. Uji T (Uji Parsial)

Menurut Priyatno (2014)<sup>[13]</sup> Uji statistik t dilakukan untuk mengetahui apakah secara parsial variabel bebas berpengaruh secara signifikan atau tidak terhadap variabel terikat atau independen. Dan apabila nilai signifikan  $< 0,05$  maka variabel bebas berpengaruh secara signifikan terhadap variabel terikat atau variabel independen. Hipotesis yang digunakan dalam penelitian ini yaitu :

1. Hipotesis variabel independen tidak berpengaruh signifikan secara parsial terhadap variabel dependen
2. Hipotesis variabel independen berpengaruh signifikan secara parsial terhadap variabel dependen

#### b. Uji F (Uji Simultan)

Menurut Priyatno (2014)<sup>[13]</sup> Uji F atau Uji koefisien regresi serentak dilakukan untuk mengetahui apakah secara simultan variabel bebas berpengaruh secara signifikan atau tidak terhadap variabel terikat. Kriteria pengujian yaitu apabila signifikan  $< 0,05$  menunjukkan bahwa uji model ini layak untuk digunakan pada sebuah penelitian, namun apabila signifikan  $> 0,05$  menunjukkan bahwa uji ini tidak layak untuk digunakan pada penelitian.

#### c. Koefisien Determinasi (Adj R<sup>2</sup>)

Menurut Sugiyono (2017)<sup>[15]</sup> koefisien determinasi = R<sup>2</sup> (koefisien korelasi pangkat dua) yaitu besarnya sumbangan /andil (share) dan X

terhadap variabel (naik turunnya) Y. Nilai koefisien determinasi ini dapat dihitung dengan formula sebagai berikut :

$$KD = r^2 \times 100\%$$

Keterangan :

KD = Koefisien Determinasi

$R^2$  = Nilai koefisien korelasi

## BAB IV

### HASIL DAN PEMBAHASAN

#### 4.1 Hasil Penelitian

##### 4.1.1 Deskripsi Obyek Penelitian

Dalam penelitian ini penyebaran kuisisioner ditunjukkan kepada pelanggan dan konsumen Toserba Basa Banjaran dengan jumlah kuisisioner yang disebar secara langsung adalah 100 responden.

##### 4.1.2 Data Karakteristik Responden

Analisis Statistik deskriptif merupakan cara merumuskan dan menafsirkan data yang ada sehingga memberikan gambaran yang jelas mengenai hasil kuisisioner yang telah disebar kepada responden Toserba Basa sebanyak 100 orang, antara lain berdasarkan jenis kelamin, pekerjaan, umur, maka diperoleh hasil sebagai berikut:

Tabel 4.1 Identitas Responden

No	Jenis Kategori	Keterangan	Jumlah	Presentasi
1.	Jenis Kelamin	1.Laki-laki 2. Perempuan	20 80	20% 80%
2.	Pekerjaan	1.Pegawai 2.Pedagang 3.Ibu rumah tangga 4 Pelajar 5.Wiraswasta	28 13 40 5 14	28% 13% 40% 5% 14%
3.	Umur	1. <30 2. 30-45 3. >45	42 50 8	42% 50% 8%

Berdasarkan tabel 4.1 diatas menunjukkan bahwa mayoritas responden Toserba Basa adalah perempuan sebanyak 80 responden atau 80%, sedangkan responden laki-laki 20 responden atau 20%. Pelanggan dan konsumen pekerjaan pegawai 28 responden atau 28%, pedagang 13 responden atau 13%, Ibu rumah tangga 40 responden atau 40%, pelajar 5 responden atau 5%, dan wiraswasta 14 atau 14%. Pada tabel umur <30 terdapat 42 responden atau 42%, umur 30-45 terdapat 50 orang atau 50%, umur >45 terdapat 8 responden atau 8%.

#### 4.1.3 Hasil Uji Instrumen

##### 4.1.3.1 Hasil Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau validnya tiap indikator pada suatu kuisioner. Hasil Uji Validitas dalam penelitian ini dapat dilihat pada tabel 4.2 berikut ini:

Tabel 4.2 Hasil Uji Validitas

Variabel	Person Corelations	Sig(2-tailed)	Keterangan
Kualitas Pelayanan			
X1.1	0,807	0,000	Valid
X1.2	0,703	0,000	Valid
X1.3	0,612	0,000	Valid
X1.4	0,862	0,000	Valid
X1.5	0,898	0,000	Valid
Kepuasan Konsumen			
X2.1	0,430	0,000	Valid
X2.2	0,556	0,000	Valid



X2.3	0,468	0,000	Valid
X2.4	0,379	0,000	Valid
X2.5	0,782	0,000	Valid
Loyalitas Pelanggan			
Y1.1	0,452	0,000	Valid
Y1.2	0,316	0,000	Valid
Y1.3	0,431	0,000	Valid
Y1.4	0,371	0,000	Valid
Y1.5	0,710	0,000	Valid

Sumber : Data Primer yang diolah

Berdasarkan tabel 4.2 diatas maka dapat diketahui bahwa nilai korelasi masing-masing indikator (pertanyaan) yaitu memiliki nilai signifikansi yang  $<0,05$ . Hal ini berarti semua butir pertanyaan dalam variabel dinyatakan valid.

#### 4.1.3.2 Hasil Uji Reliabilitas

Uji Realibilitas merupakan alat untuk menguji konsistensi alat ukur, apakah hasilnya tetap konsisten jika pengukuran diulang. Uji reabilitas dilakukan dengan uji statistik cronbach alpha ( $\alpha$ ) yaitu apabila reliable (layak) jika cronbach alpha  $> 0,60$  dan tidak reliable jika  $<0,60$ . Hasil Uji reliabilitas dalam penelitian ini dapat dilihat pada tabel 4.3 berikut ini:

Tabel 4.2 Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	N of items	Keterangan
Kualitas Pelayanan	0,823	6	Reliabel
Kepuasan Konsumen	0,783	6	Reliabel
Loyalitas Pelanggan	0,786	6	Reliabel

*Sumber: Data Primer yang diolah*

Pengukuran Reliabilitas dilakukan dengan menggunakan uji CronbachAlpha. Suatu variabel dinyatakan reliabel apabila memiliki nilai CronbachAlpha  $> 0,6$ . Berdasarkan tabel 4.3 diatas maka dapat diketahui bahwa nilai CronbachAlpha Kualitas Pelayanan  $0,823 > 0,6$ . Hal ini dinyatakan reliabel (dapat diterima). Nilai CronbachAlpha Kepuasan Konsumen  $0,783 > 0,6$  Hal ini dinyatakan reliabel (dapat diterima). Nilai CronbachAlpha Kualitas Pelayanan  $0,786 > 0,6$ . Hal ini dinyatakan reliabel (dapat diterima).

#### 4.1.4 Uji Asumsi Klasik

##### 4.1.4.1 Uji Normalitas

Uji Normalitas bertujuan untuk mengetahui distribusi data normal atau tidak. Uji normalitas menggunakan uji statistik *One Sample Kolmogorov Smirnow* dilakukan dengan melihat nilai sig.  $> 0,05$  data terdistribusi normal. Hasil uji normalitas dapat dilihat pada tabel 4.4 berikut ini :

Tabel 4.4 Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Standardized Residual
N		98
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	.98963703
Most Extreme Differences	Absolute	.078
	Positive	.078
	Negative	-.059
Test Statistic		.078
Asymp. Sig. (2-tailed)		.160 <sup>c</sup>

Sumber: Data Primer yang diolah

Uji Normalitas menggunakan uji statistik One-Sampe Kolmogorov-Smirnov dilakukan dengan melihat nilai sig.> 0,05. Berdasarkan data pada tabel 4.4 diatas menunjukkan nilai Asymp. Sig (2-tailed) sebesar 0,160 > 0,05 maka dapat disimpulkan data berdistribusi normal.

#### 4.1.4.2 Hasil Uji Multikolinearitas

Uji Multikolinearitas digunakan untuk mengetahui korelasi linear yang mendekati sempurna antar dua atau lebih variabel independen. Uji Multikolinearitas menggunakan uji TOL dan VIF dilakukan dengan melihat nilai tolerance  $\geq 0,10$  atau sama dengan VIF  $\leq 10$  maka tidak terkena gejala Multikolinearitas. Hasil Uji Multikolinearitas dalam penelitian ini dapat dilihat pada tabel 4.5 berikut ini :

Tabel 4.5 Hasil Uji Multikolinearitas

Coefficients <sup>a</sup>								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	6.187	2.015		3.071	.003		
	kualitas pelayanan	.290	.075	.341	3.868	.000	.952	1.051
	kepuasan konsumen	.370	.096	.341	3.868	.000	.952	1.051

a. Dependent Variable: loyalitas pelanggan

Sumber : Data Primer yang diolah

Berdasarkan data pada tabel 4.5 Coefficients diatas , menunjukkan bahwa nilai VIF variabel kualitas pelayanan sebesar 1.051. Variabel kepuasan konsumen sebesar 1.501. Nilai VIF kedua variabel tersebut <10 sehingga dapat disimpulkan tidak terjadi multikolinearitas. Dapat dilihat juga pada nilai tolerance. Variabel kualitas pelayanan 0,952. Variabel kepuasan konsumen 0,952. Nilai tolerance kedua variabel tersebut > 0,10 maka dapat disimpulkan bebas dari gejala multikoleniaritas.

#### 4.1.4.3 Uji Heterokedastisitas

Uji Heteroskedastiditas digunakan untuk mengetahui apakah varian dari variabel pada model regresi sama atau tidak. Uji Heteroskedastiditas menggunakan uji statistik *Glejser* dilakukan dengan melihat masing-masing variabel independen memiliki nilai sig. > alpha 0,05 (dengan dependen variabel yang sudah ditransform) maka model regresi tidak terkena gejala heterokedastisitas (varian data homogen). Hasil Uji heterokedastisitas dapat dilihat pada tabel 4.6 berikut ini :

Tabel 4.6 Hasil Uji Heterokedastisitas

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.575	1.288		1.223	.224
	kualitaspelayanan	.054	.048	.117	1.131	.261
	kepuasankonumen	-.055	.061	-.092	-.892	.375

Sumber: Data yang diolah

Uji Heterokedastisitas menggunakan uji park dilakukan dengan melihat masing-masing variabel independen memiliki nilai sig  $>0,05$  maka model regresi tidak terkena gejala Heterokedastisitas. Berdasarkan tabel 4.6 diatas dapat diketahui bahwa nilai sig variabel kualitas pelayanan  $0,261 > 0,05$ , nilai sig variabel kepuasan konsumen  $0,375 > 0,05$ . Hal ini dapat dinyatakan bahwa tidak terjadi gejala Heterokedastisitas.

#### 4.1.4.4 Uji Autokorelasi

Uji Autokorelasi digunakan untuk mengetahui apakah terdapat korelasi antara amgota serangkaian data observasi yang diuraikan menurut waktu (*time series*) atau ruang (*cross section*). Hasil Uji Autokorelasi dapat dilihat pada tabel 4.6 berikut ini :

Tabel 4.6 Hasil Autokorelasi

Runs Test	
	Unstandardized Residual
Test Value <sup>a</sup>	-.08250
Cases < Test Value	50
Cases >= Test Value	50
Total Cases	100
Number of Runs	45
Z	-1.206
Asymp. Sig. (2-tailed)	.228

Uji Autokorelasi dengan menggunakan uji Runs Test dengan melihat nilai sig. > 0,05 data tidak mengalami atau mengandung autokorelasi. Berdasarkan hasil analisis uji autokorelasi menggunakan uji Runs Test menunjukkan nilai Asymp. Sig.(2-tailed) 0,228 > 0,05 maka data tidak mengalami atau mengandung autokorelasi

#### 4.1.5 Uji Regresi Linear Berganda

Hasil Uji regresi Linear Berganda dapat dilihat pada tabel 4.7 berikut ini:

Tabel 4.7 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

		Coefficients <sup>a</sup>				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
Model		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	6.187	2.015		3.071	.003
	kualitaspelayanan1	.290	.075	.341	3.868	.000
	kepuasankonsumen	.370	.096	.341	3.868	.000

a. Dependent Variable: loyalitaspelanggan

Berdasarkan tabel 4.8 diatas dapat diketahui dari koefisien regresi untuk masing-masing variabel yang dapat digunakan dimana nilai

koefisien tersebut dapat dibentuk dalam persamaan regresi linear berganda dengan rumus sebagai berikut:

$$Y = a + b_1.X_1 + b_2.X_2 + e$$

$$Y = 6,187 + 0,290X_1 + 0,370X_2 + e$$

Koefisien regresi yang terdapat pada persamaan diatas dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Nilai konstanta sebesar 6,187 yang menunjukkan bahwa jika kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen sebesar 0 satuan maka loyalitas pelanggan sebesar 8,661.
2. Nilai koefisien regresi sebesar 0,290 menunjukkan bahwa setiap peningkatan kualitas pelayanan 1 satuan dapat menyebabkan peningkatan loyalitas pelanggan sebesar 0,290.
3. Nilai koefisien regresi sebesar 0,370 menunjukkan bahwa setiap peningkatan kepuasan konsumen 1 satuan dapat menyebabkan peningkatan kualitas pelayanan 0,370.

#### **4.1.6 Hasil Uji Hipotesis**

##### **4.1.6.1 Hasil Uji T**

Pengujian hipotesis pada analisis linear berganda digunakan untuk mengetahui pengaruh secara parsial atau individu variabel independen terhadap variabel dependen. Hasil uji dapat dilihat pada tabel 4.8 berikut ini:

Tabel 4.8 Hasil Uji t

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	6.187	2.015		3.071	.003
	kualitaspelayanan1	.290	.075	.341	3.868	.000
	kepuasankonsumen	.370	.096	.341	3.868	.000

a. Dependent Variable: loyalitaspelanggan

Berdasarkan tabel 4.8 dapat diketahui :

$H_0$  : Tidak ada pengaruh yang signifikan dari variabel independen terhadap variabel dependen

$H_a$  : Ada pengaruh yang signifikan dari variabel independen terhadap variabel dependen

(1) Pengujian  $X_1$  terhadap Y

Variabel Kualitas Pelayanan memiliki nilai sig.  $0,000 < 0,05$  maka  $H_0$  ditolak ( $H_a$  diterima). Dari hasil analisis tersebut menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh secara parsial terhadap loyalitas pelanggan pada Toserba Basa Banjaran.

(2) Pengujian  $X_2$  terhadap Y

Variabel kepuasan konsumen memiliki nilai sig.  $0,000 < 0,05$  maka  $H_0$  ditolak ( $H_a$  diterima). Dari hasil analisis tersebut menunjukkan bahwa terdapat pengaruh secara parsial terhadap loyalitas pelanggan.



#### 4.1.6.2 Hasil Uji F

Pengujian hipotesis pada analisis linear berganda digunakan untuk menguji pengaruh secara simultan atau bersama variabel independen terhadap variabel dependen. Hasil Uji F dalam penelitian ini dapat dilihat pada tabel 4.9 berikut ini :

Tabel 4.9 Hasil Uji F

ANOVA <sup>a</sup>						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	163.373	2	81.687	19.173	.000 <sup>b</sup>
	Residual	413.267	97	4.260		
	Total	576.640	99			

*Sumber : Data Yang Diolah*

Berdasarkan tabel 4.9 diatas dapat diketahui dari nilai sig. Pada uji F yaitu sebesar  $0,000 < 0,05$  maka  $H_0$  ditolak ( $H_a$  diterima). Hal ini dapat dinyatakan bahwa terdapat pengaruh signifikan antara kualitas pelayanan,kepuasan konsumen terhadap loyalitas pelanggan pada Toserba Basa Banjara.

#### 4.2.6.3 Hasil Uji Koefisien Determinasi

Pengujian hipotesis pada analisis linear berganda merupakan besarnya kontribusi variabel independen terhadap variabel dependennya. Semakin tinggi koefisien determinasi, semakin tinggi kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variasi perubahan pada variabel dependennya. Hasil uji koefisien determinasi dalam penelitian ini dapat dilihat pada tabel 4.10 berikut ini :

Tabel 4.10 Hasil Uji Determinasi

Model Summary <sup>b</sup>				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.532 <sup>a</sup>	.283	.269	2.064

Sumber : Data yang diolah

Berdasarkan tabel 4.10 diatas dapat diketahui bahwa Nilai Adjusted R Square pada tabel diatas sebesar 0,269. Angka ini menunjukkan bahwa sebanyak 26,9% dijelaskan oleh variabel kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen. Sedangkan 73,1% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dijelaskan oleh peneliti.

## 4.2 Pembahasan

Hasil pembahasan masing-masing variabel mengenai uji hipotesis dalam penelitian dapat dijelaskan sebagai berikut :

### 1. Pengaruh Kualitas Pelayanan (X<sub>1</sub>) Terhadap Loyalitas Pelanggan(Y)

Hasil pengujian hipotesis variabel kualitas pelayanan (X<sub>1</sub>) secara parsial diperoleh nilai sig. 0,000 < 0,05 maka H<sub>0</sub> ditolak ( H<sub>a</sub>diterima). Hal ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh secara parsial terhadap loyalitas pelanggan di Toserba Basa Banjaran dengan memiliki tingkat pengaruh sebesar 100%.

Kualitas pelayanan merupakan segala sesuatu yang diharapkan oleh konsumen agar perusahaan dapat memenuhi keinginan dan kebutuhan konsumen.

Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh (Vera Lusiana, 2015)<sup>[17]</sup> yang menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas pelanggan Larissa *Aesthetic Centre* Semarang.

### 2. Pengaruh Kepuasan Konsumen (X<sub>2</sub>) Terhadap Loyalitas Pelanggan (Y)

Hasil pengujian hipotesis variabel kepuasan konsumen (X<sub>2</sub>) secara parsial diperoleh nilai sig. 0,000 < 0,05 maka H<sub>0</sub> ditolak (H<sub>a</sub>diterima). Hal ini menunjukkan bahwa kepuasan konsumen berpengaruh secara

parsial terhadap loyalitas pelanggan di Toserba Basa Banjaran dengan memiliki tingkat pengaruh sebesar 100%.

Kepuasan Konsumen merupakan perasaan senang atau kecewa yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja (atau hasil) yang diharapkan.

Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh (Helisia Krisdayanti,2017)<sup>[2]</sup> yang menunjukkan bahwa kepuasan konsumen berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada minimarket Kertapati Jaya Indah, Palembang

### 3. Pengaruh Kualitas Pelayanan ( $X_1$ ) dan Kepuasan Konsumen ( $X_2$ ) dan Loyalitas Pelanggan (Y)

Hasil pengujian diatas dapat diketahui dari nilai sig. Pada Uji F yaitu sebesar  $0,000 < 0,05$  maka  $H_0$  ditolak ( $H_a$  diterima). Hal ini dapat dinyatakan bahwa terdapat pengaruh signifikan antara kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen terhadap loyalitas pelanggan di Toserba Basa Banjaran dengan memiliki tingkat pengaruh sebesar 100%.

Dengan adanya kualitas pelayanan maka berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen dan loyalitas pelanggan pada Toserba Basa Banjaran.

Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Helisia Krisdiyanti (2017)<sup>[2]</sup> yang menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen berpengaruh terhadap dan loyalitas pelanggan.

## **BAB V**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

#### **5.1 Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, maka dapat disimpulkan:

1. Kualitas pelayanan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Hal ini dapat diartikan kualitas pelayanan di Toserba Basa Banjaran sudah baik sehingga konsumen merasa puas dan nyaman berbelanja di Toserba Basa dengan memiliki tingkat pengaruh 100%.
2. Kepuasan Konsumen secara parsial berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan, Hal ini dapat diartikan para pelanggan memiliki kepuasan yang tinggi dengan menggunakan produk atau jasa tersebut secara terus menerus dan cenderung timbul rasa untuk merekomendasikan kepada orang lain agar mereka dapat merasakan kepuasan saat menggunakan produk atau jasa sehingga terbentuknya loyalitas pelanggan dengan tingkat pengaruh 100%.
3. Kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen secara simultan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada Toserba Basa Banjaran dengan tingkat pengaruh 100%.

#### **5.2 Saran**

Berdasarkan hasil penelitian, berikut ini beberapa saran yang dapat dipertimbangkan untuk kemajuan dan perkembangan pada Toserba Basa Banjaran:

1. Disarankan kepada Toserba Basa Banjaran untuk mempertahankan dan meningkatkan kualitas pelayanan sehingga kepuasan konsumen dan loyalitas pelanggan pada Toserba Basa semakin mengalami peningkatan dengan cara selalu menjaga kesopanan, kesabaran, dan mencari solusi yang tepat untuk para konsumen.
2. Para karyawan hendaknya membantu tanpa diminta pelanggan, memberikan informasi dan berusaha memberikan lebih dari apa yang

dibutuhkan konsumen. Dengan cara memberikan pelayanan yang cepat dan tanggap serta mendengarkan keluhan para pelanggan. Dengan begitu, konsumen akan merasa diperhatikan dan akhirnya akan memberikan kepuasan tersendiri bagi konsumen

## DAFTAR PUSTAKA

- [1] Kotler, Philip. 2002. *Marketing Management*. Edisi Milenium, Prentice Hall Intl, Inc New Jersey.
- [2] Helisia, Krisdayanti. 2017. *Pengaruh Kualitas Layanan dan Kepuasan Konsumen Terhadap Loyalitas Konsumen Pada Minimarket Kertapati Jaya Indah Palembang*. Skripsi. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. Jurusan Ekonomi Islam. Universitas Islam Negeri Raden Fatah Palembang.
- [3] Muchlisin, Riyadi. 2013. Pengertian, Faktor dan Pengukuran Kepuasan Konsumen. <https://www.kajianpustaka.com/2013/04/pengertian-faktor-pengukuran-kepuasan-konsumen.html> Diakses pada 20 Maret 2021
- [4] Sodexo. 2019. 6 Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan. <https://www.sodexo.co.id/faktor-kepuasan-pelanggan/> Diakses pada 20 Maret 2021
- [5] Rusli, Tommy Setiawan. 2016. *Identifikasi Kepuasan Konsumen Ditinjau Dari Segi Harga dan Kualitas Pada Restoran Abuba Steak di Greenville*. Jurnal. Fakultas Ekonomi. Universitas Taruma Negara.
- [6] Sari, Novita et al. 2017. *Pengaruh Keragaman Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen di PB Swalayan Metro*. Jurnal Manajemen Magister. Vol 03 No 02. Institut Informatika Dan Bisnis Darmajaya.
- [7] Henriawan, Desan. 2015. *Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi Kasus Pada Toko Cabang Mufin Wilayah Bandung Timur)*. Jurnal Manajemen dan Ekonomi Bisnis. Universitas Sebelas April.
- [8] Qomar, Nurul. 2019. *Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Loyalitas Konsumen (Studi Pada Konsumen Sardo Swalayan Kota Malang)*. Skripsi. Universitas Muhammadiyah Malang.
- [9] Siahaan, Josua Andryanto. 2017. *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepercayaan dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan*

*Departemen Store & Supermarker Gardena Yogyakarta. Skripsi. Fakultas Bisnis Program Studi Manajemen. Universitas Kristen Duta Wacana. Yogyakarta.*

- [10] Indriyani, Eka Candra and Ir. Irmawati. 2017. *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pelanggan, Dan Citra Perusahaan Terhadap Loyalitas Pelanggan Di Supermarket Superindo Adisucipto*. Skripsi. Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- [11] Hadian, Arief et al. 2019. *Pengaruh Kualitas Pelayanan Retail Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Swalayan Mart 212 Kota Medan. Jurnal Ekonomi dan Bisnis Manajemen*. Universitas Muslim Nusantara Al Washliyah. Sumatera Utara.
- [12] Ghozali, I. 2016. *Aplikasi Multivariete dengan Program IM SPSS 23* (Edisi 8). Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro. Cetakan 8.
- [13] Priyatno, D. 2014. *SPSS 22 Pengolahan Data Terpraktis*. Yogyakarta : CV Andi Offset.
- [14] Sujarweni, V.W. 2016. *Pengantar Akuntansi*. Yogyakarta: Penerbit Buku Press
- [15] Ghozali, I. 2013. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21 Update PLS Regresi*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- [16] Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Kualitatif Untuk Penelitian yang bersifat eksploratif, enterpretif, interaktif, konstruktif*. Bandung: Alfabeta.
- [17] Lusiana, Vera. 2015. *Pengaruh Kualitas Layanan dan Kepercayaan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan dengan Kepuasan Pelanggan sebagai Variabel Mediasi (Studi Pada Larissa Aesthetic Center Semarang)*. Skripsi. Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Semarang

# LAMPIRAN



## 1. Kuesioner

### **PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DAN LOYALITAS PELANGGAN PADA TOSERBA BASA KABUPATEN TEGAL**

Saya Yuli Amalia Nur Amanah, mahasiswi dari Politeknik Harapan Bersama Kota Tegal Jurusan Akuntansi. Yang saat ini sedang melakukan penelitian tentang “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Dan Loyalitas Pelanggan Pada Toserba Basa Kabupaten Tegal”. Saya memohon kesediaan bapak/ibu untuk membantu saya dalam penelitian ini dengan cara mengisi kuesioner ini dengan sejujur-jujurnya. Hasil survey ini semata-mata hanya digunakan untuk tujuan penelitian dan bukan untuk tujuan komersial.

#### **Identitas Responden**

Pertanyaan berkenaan dengan biodata saudara. Mohon isi dengan menjawab pertanyaan dibawah ini.

1. Nama :
2. Jenis kelamin : Pria/Wanita\*
3. Usia :
4. Pekerjaan :
5. Alamat :

\*Coret yang tidak perlu

#### **Petunjuk Pengisian :**

Pilihlah salah satu jawaban yang menurut anda anggap paling tepat dengan cara memberi tanda check list (√) atau (X) pada setiap butir pertanyaan. Setiap butir pertanyaan berikut ini terdiri atas 5 pilihan jawaban :

- Angka 1 : Sangat tidak setuju  
Angka 2 : Tidak Setuju

Angka 3 : Kurang Setuju

Angka 4 : Setuju

Angka 5 : Sangat setuju

#### KUALITAS PELAYANAN

No	Pernyataan	Sangat Tidak Setuju	Tidak Setuju	Netral	Setuju	Sangat Setuju
		1	2	3	4	5
1.	Basa Toserba Banjaran tidak pernah mengecewakan pelanggan.					
2.	Karyawan Basa Toserba Banjaran sangat antusias dalam membantu pelanggan.					
3.	Karyawan Basa Toserba Banjaran mendengarkan keluhan pelanggan dan berbicara menggunakan Bahasa yang mudah dimengerti					
4.	Karyawan Basa Toserba Banjaran sopan dan berkompeten dibidangnya.					
5.	Karyawan Basa Toserba Banjaran memberikan pelayanan yang cepat dan tanggap dalam melayani kebutuhan pelanggan.					

#### KEPUASAN KONSUMEN

No	Pernyataan	Sangat Tidak Setuju	Tidak Setuju	Netral	Setuju	Sangat Setuju
		1	2	3	4	5
1.	Pelayanan yang diberikan oleh Basa Toserba					

	Banjaran sesuai dengan keinginan pelanggan.					
2.	Pegawai Basa Toserba Banjaran memiliki pengetahuan dan informasi tentang produk yang dibutuhkan oleh pelanggan.					
3.	Pelayanan yang diberikan Basa Toserba Banjaran melebihi harapan pelanggan.					
4.	Pegawai Basa Toserba Banjaran cepat dan tanggap dalam memberikan pelayanan					
5.	Basa Toserba Banjaran memiliki fasilitas yang cukup baik sehingga nyaman untuk berbelanja.					

#### LOYALITAS PELANGGAN

No	Pernyataan	Sangat Tidak Setuju	Tidak Setuju	Netral	Setuju	Sangat Setuju
		1	2	3	4	5
1.	Saya tidak akan berfikir dua kali untuk berbelanja di Basa Toserba Banjaran					
2.	Saya akan menjadi pelanggan setia Basa Toserba Banjaran					
3.	Saya akan memberitahukan hal baik tentang Basa Toserba Banjaran kepada orang lain					
4.	Saya akan melakukan lebih banyak transaksi dengan Basa Toserba Banjaran					
5.	Saya berbelanja rutin hanya di Basa Toserba Banjaran					

## 2. Data Statistik Responden

**Statistics**

		umur	jeniskelamin	pekerjaan
N	Valid	100	100	100
	Missing	0	0	0
Mean		1.66	1.80	2.64
Std. Error of Mean		.062	.040	.132
Median		2.00	2.00	3.00
Mode		2	2	3
Std. Deviation		.623	.402	1.322
Variance		.388	.162	1.748
Range		2	1	4
Minimum		1	1	1
Maximum		3	2	5
Sum		166	180	264

**Umur**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	42	42.0	42.0	42.0
	2	50	50.0	50.0	92.0
	3	8	8.0	8.0	100.0
Total		100	100.0	100.0	

**Jeniskelamin**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	20	20.0	20.0	20.0
	2	80	80.0	80.0	100.0
Total		100	100.0	100.0	

**Pekerjaan**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	28	28.0	28.0	28.0
	2	13	13.0	13.0	41.0

3	40	40.0	40.0	81.0
4	5	5.0	5.0	86.0
5	14	14.0	14.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

### 3. Tabulasi Data Kuesioner

No	Kualitas Pelayanan					Jumlah
	1	2	3	4	5	
1	3	3	3	3	3	15
2	3	3	3	3	3	15
3	4	4	4	4	4	20
4	3	3	3	3	3	15
5	4	3	3	3	3	16
6	3	3	3	3	3	15
7	4	4	4	4	4	20
8	5	5	5	5	5	25
9	4	3	3	5	3	18
10	3	3	3	3	3	15
11	4	4	4	4	4	20
12	4	4	3	3	3	17
13	3	3	3	3	3	15
14	4	4	3	4	4	19
15	3	3	3	3	3	15
16	3	4	2	4	3	16
17	3	3	3	3	3	15
18	5	5	5	5	5	25
19	3	4	3	5	4	19
20	4	4	4	4	4	20
21	4	4	4	4	4	20
22	3	4	4	4	3	18
23	4	4	3	4	4	19
24	3	3	4	4	3	17
25	4	4	4	4	4	20
26	4	3	3	4	4	18
27	3	3	3	4	3	16
28	4	4	4	5	4	21
29	3	3	3	3	3	15
30	4	4	4	4	4	20
31	3	3	3	3	3	15
32	4	3	3	4	4	18

33	4	4	4	4	4	20
34	3	3	3	3	3	15
35	4	3	4	4	4	19
36	4	4	4	4	4	20
37	3	3	3	3	3	15
38	4	4	4	4	4	20
39	3	3	3	3	3	15
40	4	4	4	4	4	20
41	5	5	5	5	5	25
42	3	3	3	3	3	15
43	3	4	4	4	3	18
44	4	4	4	4	4	20
45	3	3	3	3	3	15
46	4	3	3	4	4	18
47	3	3	3	4	3	16
48	4	4	4	4	4	20
49	4	4	4	4	4	20
50	3	3	3	3	3	15
51	4	4	4	4	4	20
52	3	3	3	3	3	15
53	3	3	3	3	3	15
54	3	3	4	5	3	18
55	3	3	3	3	3	15
56	4	4	4	4	4	20
57	3	3	3	5	3	17
58	4	3	4	4	4	19
59	4	4	4	4	4	20
60	3	3	4	4	4	18
61	4	4	4	4	4	20
62	3	3	3	3	3	15
63	4	4	4	4	4	20
64	5	5	5	5	5	25
65	4	4	4	4	4	20
66	4	4	4	5	4	21
67	3	3	3	3	3	15
68	4	4	4	4	4	20
69	3	3	3	3	3	15
70	4	4	4	4	4	20
71	3	3	3	3	3	15
72	5	5	5	5	5	25
73	4	4	4	4	4	20

74	5	5	5	5	5	25
75	4	4	4	4	4	20
76	3	3	3	3	3	15
77	3	4	4	4	4	19
78	4	4	4	4	4	20
79	3	3	3	3	3	15
80	3	3	3	3	3	15
81	4	4	4	3	3	18
82	4	4	4	4	4	20
83	4	4	4	4	4	20
84	3	3	3	3	3	15
85	4	4	3	5	4	20
86	5	5	5	5	5	25
87	4	4	3	5	4	20
88	3	3	3	3	3	15
89	4	4	4	4	4	20
90	4	4	3	4	4	19
91	3	3	3	3	3	15
92	5	5	4	4	4	22
93	4	4	4	4	4	20
94	4	3	4	4	4	19
95	3	3	4	5	4	19
96	4	4	4	4	4	20
97	4	5	4	4	4	21
98	5	4	3	4	4	20
99	4	4	4	3	4	19
100	5	4	4	4	4	21

No	Kepuasan Konsumen					Jumlah
	1	2	3	4	5	
1	3	4	3	3	4	17
2	4	4	2	3	5	18
3	3	3	3	3	3	15
4	3	3	2	3	4	15
5	3	3	3	3	3	15
6	4	3	3	3	4	17
7	4	4	2	3	4	17
8	3	3	2	3	4	15
9	3	3	3	3	5	17
10	3	4	3	3	5	18
11	3	3	3	3	4	16

12	4	4	4	4	4	20
13	3	4	3	4	5	19
14	3	4	3	4	5	19
15	4	3	3	4	5	19
16	4	4	4	4	4	20
17	4	4	3	4	5	20
18	3	4	3	4	4	18
19	4	4	3	3	4	18
20	4	5	4	3	5	21
21	5	5	5	5	5	25
22	3	4	3	4	4	18
23	5	4	4	4	5	22
24	4	4	3	4	4	19
25	4	4	4	5	5	22
26	3	4	4	3	5	19
27	3	3	3	3	3	15
28	3	3	3	3	3	15
29	4	4	3	4	4	19
30	4	4	4	4	4	20
31	3	4	2	3	5	17
32	4	4	3	5	4	20
33	4	4	4	4	4	20
34	4	4	3	4	5	20
35	4	3	4	4	5	20
36	3	4	3	3	4	17
37	4	4	3	3	5	19
38	4	3	3	4	4	18
39	3	3	3	4	5	18
40	3	3	3	4	4	17
41	4	4	3	4	5	20
42	3	4	3	3	4	17
43	3	3	3	4	5	18
44	4	4	3	4	5	20
45	3	4	2	3	4	16
46	3	4	3	4	3	17
47	3	4	3	3	4	17
48	4	4	4	4	4	20
49	3	4	2	3	4	16
50	3	3	3	3	4	16
51	4	4	3	3	4	18
52	4	4	3	3	5	19



53	3	3	2	3	4	15
54	3	3	3	4	4	17
55	4	4	3	3	5	19
56	4	3	3	3	4	17
57	4	3	3	4	4	18
58	4	4	4	4	5	21
59	3	3	3	3	3	15
60	3	4	3	3	4	17
61	4	4	3	3	5	19
62	3	4	2	4	4	17
63	3	4	3	4	4	18
64	4	4	4	4	4	20
65	4	4	3	3	4	18
66	4	4	3	4	5	20
67	4	4	3	4	4	19
68	4	4	3	4	5	20
69	3	3	3	4	4	17
70	4	4	3	3	4	18
71	3	3	3	3	3	15
72	4	4	3	4	5	20
73	5	5	5	5	5	25
74	4	4	4	5	5	22
75	3	4	3	4	4	18
76	4	4	4	4	4	20
77	4	4	3	3	4	18
78	4	4	4	4	5	21
79	3	4	3	4	3	17
80	4	4	3	4	5	20
81	5	5	5	5	5	25
82	4	4	3	4	5	20
83	4	3	4	5	4	20
84	4	5	4	4	4	21
85	3	5	4	4	5	21
86	4	4	4	4	4	20
87	4	4	3	5	4	20
88	4	4	3	4	4	19
89	3	3	3	3	3	15
90	4	3	3	4	4	18
91	4	4	4	4	4	20
92	4	4	4	4	5	21
93	4	3	3	5	4	19

94	4	3	3	3	5	18
95	4	4	4	4	4	20
96	5	5	5	5	5	25
97	4	4	4	3	3	18
98	4	3	3	3	5	18
99	5	4	3	4	4	20
100	4	4	4	4	4	20
	Loyalitas Pelanggan					
No	1	2	3	4	5	Jumlah
1	4	4	4	4	4	20
2	3	4	3	4	3	17
3	3	3	4	3	2	15
4	3	2	3	2	3	13
5	3	3	4	3	2	15
6	3	4	4	3	4	18
7	4	3	4	3	3	17
8	4	4	4	4	4	20
9	4	4	3	2	3	16
10	3	4	4	3	3	17
11	4	3	3	3	4	17
12	3	3	3	3	3	15
13	3	4	3	3	3	16
14	3	4	2	2	3	14
15	3	4	4	3	4	18
16	5	4	3	3	3	18
17	4	4	4	4	4	20
18	5	5	5	5	5	25
19	4	5	3	4	4	20
20	5	4	4	3	4	20
21	4	4	4	4	4	20
22	4	4	3	3	4	18
23	4	4	4	4	4	20
24	4	3	4	4	3	18
25	5	4	4	3	4	20
26	3	3	3	3	3	15
27	4	3	4	3	3	17
28	5	3	4	3	3	18
29	3	3	3	3	3	15
30	5	5	5	5	5	25
31	4	3	3	3	4	17

32	4	3	4	3	3	17
33	4	4	4	4	4	20
34	4	4	4	4	4	20
35	4	5	3	3	4	19
36	3	3	4	4	4	18
37	4	3	3	3	3	16
38	3	4	4	3	3	17
39	5	4	3	4	3	19
40	3	3	3	3	3	15
41	4	4	3	4	3	18
42	4	3	5	3	3	18
43	4	5	4	3	4	20
44	4	4	3	4	4	19
45	3	3	3	2	3	14
46	4	4	4	4	4	20
47	3	4	4	3	3	17
48	4	5	3	3	3	18
49	4	4	4	4	4	20
50	4	4	4	4	4	20
51	5	4	4	4	3	20
52	4	4	3	3	4	18
53	5	4	3	4	3	19
54	3	3	4	3	4	17
55	4	4	3	3	4	18
56	4	4	3	3	4	18
57	3	3	3	3	3	15
58	3	3	5	3	3	17
59	4	3	3	4	3	17
60	3	3	3	3	3	15
61	4	4	4	2	3	17
62	5	3	4	3	3	18
63	4	4	3	4	4	19
64	5	5	4	4	4	22
65	5	5	4	3	3	20
66	5	4	4	3	4	20
67	4	4	4	4	4	20
68	4	5	5	4	3	21
69	4	4	4	3	3	18
70	4	3	3	3	3	16
71	4	3	4	3	3	17
72	5	5	5	5	5	25

73	4	4	5	4	4	21
74	4	4	4	4	4	20
75	4	4	4	4	3	19
76	3	3	3	3	3	15
77	3	3	3	3	4	16
78	5	5	5	5	5	25
79	4	3	5	3	3	18
80	5	3	4	3	3	18
81	4	4	5	4	4	21
82	4	4	3	3	3	17
83	4	4	4	4	3	19
84	5	4	4	4	4	21
85	4	4	4	4	4	20
86	4	5	4	3	4	20
87	5	5	5	5	5	25
88	4	4	3	3	3	17
89	3	3	3	3	3	15
90	4	5	4	4	3	20
91	4	4	4	3	3	18
92	4	3	4	4	4	19
93	5	4	4	3	4	20
94	4	4	3	3	4	18
95	4	4	3	4	3	18
96	5	4	3	4	4	20
97	4	4	3	4	3	18
98	4	4	4	4	4	20
99	5	4	4	4	3	20
100	4	4	4	4	4	20

#### 4. Hasil Uji Instrumen

##### a. Uji Validitas

##### Variabel Kualitas Pelayanan (X<sub>1</sub>)

##### Correlations

		kualitaspelayanan 1	kualitaspelayanan 2	kualitaspelayanan 3	kualitaspelayanan 4	kualitaspelayanan 5	kualitaspelayanan 6
kualitaspelayanan1	Pearson Correlation	1	.807**	.703**	.612**	.862**	.898**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
kualitaspelayanan2	Pearson Correlation	.807**	1	.743**	.624**	.807**	.898**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
kualitaspelayanan3	Pearson Correlation	.703**	.743**	1	.610**	.796**	.868**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
kualitaspelayanan4	Pearson Correlation	.612**	.624**	.610**	1	.737**	.815**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
kualitaspelayanan5	Pearson Correlation	.862**	.807**	.796**	.737**	1	.947**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100	100	100

kualitaspelayanan6	Pearson Correlation	.898**	.898**	.868**	.815**	.947**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

### Variabel Kepuasan Konsumen (X<sub>2</sub>)

#### Correlations

		kepuasankonsum en1	kepuasankonsum en2	kepuasankonsum en3	kepuasankonsum en4	kepuasankonsum en5	totalkepuasankon sumen
kepuasankonsumen1	Pearson Correlation	1	.430**	.556**	.468**	.379**	.782**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
kepuasankonsumen2	Pearson Correlation	.430**	1	.462**	.319**	.344**	.695**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.001	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
kepuasankonsumen3	Pearson Correlation	.556**	.462**	1	.541**	.204*	.778**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.041	.000
	N	100	100	100	100	100	100
kepuasankonsumen4	Pearson Correlation	.468**	.319**	.541**	1	.256*	.729**
	Sig. (2-tailed)	.000	.001	.000		.010	.000
	N	100	100	100	100	100	100
kepuasankonsumen5	Pearson Correlation	.379**	.344**	.204*	.256*	1	.609**

	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.041	.010		.000
	N	100	100	100	100	100	100
Totalkepuasankonsumen	Pearson Correlation	.782**	.695**	.778**	.729**	.609**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

\* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

### Variabel Loyalitas Pelanggan (Y)

#### Uji validitas loyalitas pelanggan

##### Correlations

		loyalitaspelangga n1	loyalitaspelangga n2	loyalitaspelangga n3	loyalitaspelangga n4	loyalitaspelangga n5	tptal_loyalitaspela nggan
loyalitaspelanggan1	Pearson Correlation	1	.452**	.316**	.431**	.371**	.710**
	Sig. (2-tailed)		.000	.001	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
loyalitaspelanggan2	Pearson Correlation	.452**	1	.255*	.475**	.492**	.738**
	Sig. (2-tailed)	.000		.010	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
loyalitaspelanggan3	Pearson Correlation	.316**	.255*	1	.443**	.331**	.647**

	Sig. (2-tailed)	.001	.010		.000	.001	.000
	N	100	100	100	100	100	100
loyalitaspelanggan4	Pearson Correlation	.431**	.475**	.443**	1	.541**	.796**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
loyalitaspelanggan5	Pearson Correlation	.371**	.492**	.331**	.541**	1	.744**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.001	.000		.000
	N	100	100	100	100	100	100
tptal_loyalitaspelanggan	Pearson Correlation	.710**	.738**	.647**	.796**	.744**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

\* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).



**b. Uji Reliabilitas**

**Variabel Kualitas Pelayanan (X<sub>1</sub>)**

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.823	.956	6

**Variabel Kepuasan Konsumen (X<sub>2</sub>)**

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.783	.859	6

**Variabel Loyalitas Pelanggan (Y)**

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.786	.865	6

## 5. Hasil Uji Asumsi Klasik

### 5.1 Uji Normalitas

**One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

		Standardized Residual
N		100
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	.98984745
Most Extreme Differences	Absolute	.076
	Positive	.076
	Negative	-.055
Test Statistic		.076
Asymp. Sig. (2-tailed)		.160 <sup>c</sup>

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

### 5.2 Uji Heterokedasitas

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.575	1.288		1.223	.224
	kualitaspelayanan	.054	.048	.117	1.131	.261
	kepuasankonumen	-.055	.061	-.092	-.892	.375

a. Dependent Variable: abres

### 5.3 Uji Multikolinearitas

<b>Coefficients<sup>a</sup></b>							
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Tolerance
		B	Std. Error	Beta			

1	(Constant)	6.187	2.015		3.071	.003	
	kualitaspelayanan	.290	.075	.341	3.868	.000	
	kepuasankonsumen	.370	.096	.341	3.868	.000	

a. Dependent Variable: loyalitaspelanggan

## 5.4 Uji Autokorelasi

### Runs Test

	Unstandardized Residual
Test Value <sup>a</sup>	-.08250
Cases < Test Value	50
Cases >= Test Value	50
Total Cases	100
Number of Runs	45
Z	-1.206
Asymp. Sig. (2-tailed)	.228

a. Median

## 6. Pengujian Hipotesis

### a. Uji T

#### X<sub>1</sub> terhadap Y

### Coefficients<sup>a</sup>

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
		1	(Constant)	6.187		
	kualitaspelayanan1	.290	.075	.341	3.868	.000
	kepuasankonsumen	.370	.096	.341	3.868	.000

a. Dependent Variable: loyalitaspelanggan

#### X<sub>2</sub> terhadap Y

### Coefficients<sup>a</sup>

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
		1	(Constant)	6.187		

kualitaspelayanan1	.290	.075	.341	3.868	.000
kepuasankonsumen	.370	.096	.341	3.868	.000

a. Dependent Variable: loyalitaspelanggan

### b. Uji F

ANOVA<sup>a</sup>

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	163.373	2	81.687	19.173	.000 <sup>b</sup>
	Residual	413.267	97	4.260		
	Total	576.640	99			

a. Dependent Variable: loyalitaspelanggan

b. Predictors: (Constant), kepuasankonsumen, kualitaspelayanan1

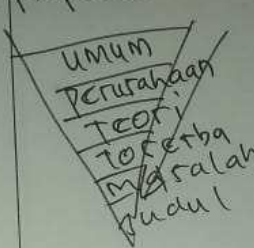
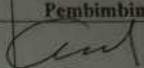
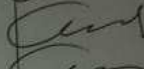




## 7. Koefisien Determinasi

Model Summary<sup>b</sup>

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.532 <sup>a</sup>	.283	.269	2.064



a. Predictors: (Constant), kepuasankonsumen, kualitaspelayanan1

b. Dependent Variable: loyalitaspelanggan

No	Hari / Tanggal	Substansi / Uraian Konsultasi	Tanda Tangan Pembimbing I
	28/03 - 2021	Pengajuan judul Acc judul Proposal  /kutf arahan!	  
	23 - 05 - 21	Acc proposal rapikan TA Bab I - III	
	6 - 6 - 21	Bab I Petri Bab II - lengkapi PPT - buat kesimpulan - Hip (rujukan) Bab III - pengelompokan populasi, sample	 
	9/06, 21	Bab I Acc Bab II Hip (Acc) Bab III pilih salah 1 cara pengambilan sampel	

- Catatan :
1. Harus Selalu Dibawa Saat Bimbingan dengan Dosen Pembimbing
  2. Bimbingan Minimal 12 kali sampai Disetujui Untuk Tugas Akhir (TA)
  3. Dilampirkan Pada Saat Penjilidan Tugas Akhir (TA)

2021-8-26 22:01

No	Hari / Tanggal	Substansi / Uraian Konsultasi	Tanda Tangan Pembimbing I
	24/06 - 21	Revisi Bab IV, 3 (lihat catatan)	
	26/06 - 21	Bab IV, 1 Acc siapkan TA lengkap	

- Catatan :
1. Harus Selalu Dibawa Saat Bimbingan dengan Dosen Pembimbing
  2. Bimbingan Minimal 12 kali sampai Disetujui Untuk Tugas Akhir (TA)
  3. Dilampirkan Pada Saat Penjilidan Tugas Akhir (TA)

2021-8-26 22:02

No	Hari / Tanggal	Substansi / Uraian Konsultasi	Tanda Tangan Pembimbing II
	20 April 2021	Pengajuan Proposal	
	16 Mei 2021	Revisi Proposal	
	5 Juni 2021	Pengajuan TA Bab 1-3	
	8 Juni 2021	Revisi TA Bab 1-3	
	23 Juni 2021	Pengajuan Bab 4-5	

- Catatan :**
1. Harus Selalu Dibawa Saat Bimbingan dengan Dosen Pembimbing
  2. Bimbingan Minimal 12 kali sampai Disetujui Untuk Tugas Akhir (TA)
  3. Dilampirkan Pada Saat Penjilidan Tugas Akhir (TA)

2021-8-26 22:02