

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

**Yuli amalia Nur Amanah<sup>1</sup>, Hesti Widianti<sup>2</sup>, Arifia Yasmin<sup>3</sup>**

<sup>1</sup>Program Studi D-III Akuntansi Politeknik Harapan Bersama,

Korespondensi email: [amalianura21@gmail.com](mailto:amalianura21@gmail.com)

## **Abstract**

*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, Heterokedastisitas, 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*

## **The Effect of Service Quality on Consumer Satisfaction and Customer Loyalty at Banjaran Basa Department Store**

### **Abstract**

*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 Banjaran Basa Department Store. The population off all consumers of the Banjaran 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 ( $R^2$ ). 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 ( $X_1$ ) and Consumer Satisfaction ( $X_2$ ) 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

## PENDAHULUAN

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>[1]</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>[3]</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>[3]</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 ketidakcocokan yang akan memutus ikatan kuat antara pelanggan dan

perusahaan. Loyalitas pelanggan berkaitan terhadap kualitas pelayanan dan kepuasan atau ketidakpuasan yang dialami pelanggan (Krisdayanti, 2017)<sup>[4]</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>[4]</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>[4]</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>[4]</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>[4]</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>[6]</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>[7]</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>[8]</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 *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**”

#### **Perumusan Masalah**

Berdasarkan uraian latar belakang masalah di atas, maka permasalahan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

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 ?

#### **Tujuan Penelitian**

Berdasarkan uraian latar belakang masalah diatas, maka tujuan dari permasalahan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

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

#### **METODE PENELITIAN**

##### **Lokasi Penelitian**

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

##### **Waktu Penelitian**

Penelitian dilaksanakan kurang lebih 2 (dua) bulan, terhitung dari tanggal 1 Maret 2021 sampai dengan 1 Juni 2021.

##### **Jenis Data**

Jenis data yang digunakan dalam penelitian adalah sebagai berikut :

1. Data Kualitatif  
Data kualitatif menurut Sugiyono (2017)<sup>[9]</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>[9]</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

### Sumber Data

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

#### 1. Data Primer

Data primer menurut Sugiyono (2017)<sup>[9]</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>[9]</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. Populasi

Menurut Sugiyono (2017)<sup>[9]</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)

#### 4. Sampel

Menurut Sugiyono (2017)<sup>[9]</sup> merupakan bagian atau jumlah dari karakteristik yang dimiliki oleh populasi yang diteliti. Cara menghitung jumlah sampel menggunakan rumus slovin sebagai berikut :

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

### Teknik Pengumpulan Data

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

#### 1. Kuesioner

Menggunakan kuisisioner ke para pelanggan Toserba Basa Banjaran yang bersedia menjadi responden dan mengisi kuesioner. Pengertian kuesioner menurut Sugiyono (2017)<sup>[9]</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>[9]</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

### 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>[10]</sup> adalah sebagai berikut :

#### 1. Analisis Deskriptif

Menurut Sugiyono (2017)<sup>[9]</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>[10]</sup>.

### b. Uji Reliabilitas

Ghozali (2016)<sup>[10]</sup> menyatakan bahwa reliabilitas adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk

## 3. 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>[10]</sup>.

### b. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas 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>.

### c. Uji Heterokedasitas

Uji heterokedasitas bertujuan untuk menguji suatu terjadinya variance

residual suatu periode pengamatan yang lain (Sujarweni V.W, 2016)<sup>[9]</sup>

### d. Uji Autokorelasi

Menurut Sugiyono (2017)<sup>[9]</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).

## 4. Analisis Linear Berganda

Analisis regresi digunakan dalam mengukur kekuatan hubungan anatara dua variabel atau lebih dan juga menunjukkan arah hubungan antara variabel dependen dengan variabel independen.

## 5. Pengujian Hipotesis

### a. Uji T (Uji Parsial)

Menurut Priyatno (2014)<sup>[11]</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

### b. Uji F (Simultan)

Menurut Priyatno (2014)<sup>[11]</sup> Uji F atau Uji koefisien regresi serentak dilakukan untuk mengetahui apakah secara simultan variabel bebas berpengaruh secara signifikan atau tidak terhadap variabel terikat.

## Koefisien Determinasi Adj $R^2$

Menurut Sugiyono (2017)<sup>[9]</sup> koefisien determinasi =  $R^2$  (koefisien korelasi pangkat dua) yaitu besarnya sumbangan /andil (share) dan X terhadap variabel (naik turunnya) Y.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Uji Instrumen Data

#### a. Uji Validitas

Hasil Uji Validitas dalam penelitian ini dapat dilihat pada tabel 1.1 berikut ini:

Tabel 1.1 Uji Validitas

Variabel	Person Corelations	Sig(2-tailed)	Keterangan
<b>Kualitas Pelayanan</b>			
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
<b>Kepuasan Konsumen</b>			
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
<b>Loyalitas Pelanggan</b>			
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 yang diolah (2021)

Berdasarkan tabel 1.1 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.

#### b. Uji Reliabilitas

Hasil Uji reliabilitas dalam penelitian ini dapat dilihat pada tabel 1.2 berikut ini:

Tabel 1.2 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 yang diolah (2021)

Berdasarkan tabel 1.2 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).

#### Uji Asumsi Klasik

##### a. Uji Normalitas

Hasil uji normalitas dapat dilihat pada tabel 1.3 berikut ini :

Tabel 1.3 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 Positive	.078
	Negative	-.059
Test Statistic		.078
Asymp. Sig. (2-tailed)		.160 <sup>c</sup>

Sumber : Data yang diolah (2021)

Uji Normalitas menggunakan uji statistik *One-Sampel Kolmogrov-Smirnov* dilakukan dengan melihat nilai  $\text{sig.} > 0,05$ . Berdasarkan data pada tabel 4.4 diatas menunjukkan nilai *Asymp. Sig (2-tailed)* sebesar  $0,160 > 0,05$  maka dapat disimpulkan data berdistribusi normal.

##### b. Uji Multikolinearitas

Hasil Uji Multikolinearitas dalam penelitian ini dapat dilihat pada tabel 1.4 berikut ini :

Tabel 1.4 Hasil Uji Multikolinearitas

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	(Constant)		
	kualitaspelayanan	.952	1.051
	kepuasankonsumen	.952	1.051

Sumber : Data yang diolah (2021)

Berdasarkan data pada tabel 1.4 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.

c. Uji Heterokedastisitas

Hasil Uji heterokedastisitas dapat dilihat pada tabel 1.5 berikut ini :

Tabel 1.5 Hasil Uji Heterokedastisitas

Model	T	Sig.
(Constant)	1.223	.224
kualitaspelayanan	1.131	.261
kepuasankonumen	-.892	.375

Sumber : Data yang diolah (2021)

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.

d. Uji Autokorelasi

Hasil Uji autokorelasi dapat dilihat pada tabel 1.6 berikut ini :

Tabel 1.6 Hasil 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

Sumber : Data yang diolah (2021)

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

**Analisis Regresi Linier Berganda**

Hasil uji regresi linear berganda dapat dilihat pada tabel 1.7 berikut ini:

Tabel 1.7 Analisis Regresi Linier Berganda

Model	Unstandardized Coefficients	
	B	Std. Error
(Constant)	6.187	2.015
kualitaspelayanan1	.290	.075
kepuasankonumen	.370	.096

Sumber : Data yang diolah (2021)

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.

### Uji Hipotesis

#### a. Uji t

Hasil uji dapat dilihat pada tabel 1.8 berikut ini:

Tabel 1.8 Hasil Uji t

Model	t	Sig.
(Constant)	3.071	.003
kualitas pelayanan 1	3.868	.000
kepuasan konsumen	3.868	.000

Sumber : Data yang diolah (2021)

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.

#### b. Uji F

Hasil Uji F dalam penelitian ini dapat dilihat pada tabel 1.9 berikut ini :

Tabel 1.9 Hasil Uji F

Model	F	Sig.
Regression	19.173	.000 <sup>b</sup>
Residual		
Total		

Sumber : Data yang diolah (2021)

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 Banjaran.

### Koefisien Determinasi

Hasil uji koefisien determinasi dalam penelitian ini dapat dilihat pada tabel 1.10 berikut ini :

Tabel 1.10 Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.283	.269	2.064

Sumber : Data yang diolah (2021)

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.

## SIMPULAN DAN SARAN

### Simpulan

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%.

### **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

### **UCAPAN TERIMA KASIH**

Terimakasih kepada semua pihak yang berperan dalam penelitian ini, sehingga

penelitian ini dapat dituangkan dalam bentuk tulisan

### **DAFTAR PUSTAKA**

- Qomar, Nurul. 2019. *Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Loyalitas Konsumen (Studi Pada Konsumen Sardo Swalayan Kota Malang)*. Skripsi. Universitas Muhammadiyah Malang.
- 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.
- 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.
- 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.
- 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.
- 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.
- Ghozali, I. 2016. *Aplikasi Multivariete dengan Program IM SPSS 23 (Edisi 8).* Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Cetakan 8. ugiyono. 2017. *Metode Penelitian Kualitatif Untuk Penelitian yang bersifat eksploratif, enterpretif, interaktif, konstruktif.* Bandung: Alfabeta.
- Priyatno, D. 2014. *SPSS 22 Pengolahan Data Terpraktis.* Yogyakarta : CV Andi Offset.
- Sujarweni, V.W. 2016. *Pengantar Akuntansi.* Yogyakarta: Penerbit Buku Press