

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN KEPUASAN PELANGGAN  
TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN DI PASARAYA JM**

**(JAYA MASAWAN) PALEMBANG**

**SKRIPSI**

**Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan  
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi**



**Nama : ADI TIRTA**

**NIM : 212011126**

**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PALEMBANG**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

**2015**

## PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Adi Tirta

Nim : 21 2011 126

Menyatakan bahwa skripsi ini telah ditulis sendiri dengan sungguh – sungguh dan tidak ada bagian yang merupakan menyelipkan karya orang lain.

Apabila kemudian hari terbukti pernyataan ini tidak benar, maka saya sanggup menerima sanksi berupa pembatalan skripsi dan segala konsekuensinya.

Palembang, Maret 2015

Penulis  
  
Adi Tirta

**Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Universitas Muhammadiyah  
Palembang**

**TANDA PENGESAHAN SKRIPSI**

**Judul : Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan di Pasaraya JM (Jaya Masawan) Palembang.**

**Nama : Adi Tirta**

**Nim : 21 2011 126**

**Fakultas : Ekonomi dan Bisnis**

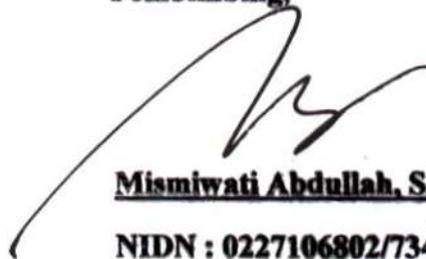
**Program Studi : Manajemen**

**Konsentrasi : Manajemen Pemasaran**

**Diterima dan Disahkan**

**Pada Tanggal .....**

**Pembimbing,**



**Mismiwati Abdullah, S.E., M.P.**  
**NIDN : 0227106802/734559**

**Mengetahui,**

**Dekan**

**dan Ketua Program Studi Manajemen**



**Hi. Maftubah Nurrahmi, S.E., M.Si**  
**NIDN : 0216057001/673839**

**Motto :**

*“Jangan lagi tak peduli sebelum semua terlambat dibatas masa  
kejarlah cita demi sebuah asa”.*

Kaya ini Kupersembahkan Untuk :

- Allah SWT atas ridho-Nya
- Kedua orangtuaku Suradi dan Sri Wiyani
- Pembimbing skripsiku (Mismiwati Abdullah, S.E.,  
M.P)
- Saudara kandungku Budi Setiawan dan Joko Pitoyo
- Sahabat – sahabatku
- Almamater

## PRAKATA

Dengan memanjatkan puji syukur kehadirat Tuhan Yang Maha Esa yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya kepada penulis, sehingga dapat menyelesaikan penyusunan skripsi dengan judul : “Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan di Pasaraya JM (Jaya Masawan) Palembang.” Dalam penyusunan skripsi ini tentunya tidak terlepas dari berbagai kesulitan, namun berkat bimbingan, bantuan dan dorongan dari berbagai pihak maka penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini, dan tentunya saran kritik dari pembaca sangat diharapkan untuk memperbaiki kekurangan pada skripsi ini, dengan kerendahan hati dan rasa ikhlas, perkenalkanlah penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah membantu penulis dalam penyusunan laporan ini, sehingga penulis dapat mengatasi kesulitan dalam pembuatan skripsi ini, tidak lupa penulis mengucapkan terima kasih sebesar-besarnya kepada yang terhormat :

1. Bapak DR. H. Idris, SE., M.Si selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Palembang.
2. Bapak Abid Djazuli, SE., M.M selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang beserta Staf dan Karyawan/Karyawati.
3. Ibu Hj. Maftuhah Nurrahmi, SE., M.Si sebagai Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang.
4. Ibu Diah Isnaini Asiati, SE., M.M selaku Sekretaris Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang.

5. Bapak dan Ibu Dosen beserta Staf dan Karyawan/Karyawati Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang.
6. Dosen pembimbingku yang selalu sabar membantu Mismiwati Abdullah, S.E., M.P
7. Kakak - kakakku Budi Setiawan dan Joko Pitoyo yang telah memberikan semangat motivasi dan dukungannya.
8. Ibu dan bapak yang telah memberikan nasehat dan dukungannya selama ini.
9. Sahabat-sahabatku Devi, Dedi, Fajar, Taufiq, Rudi, Rico, Fandi, Efri, Rofik, Andre, Nurul, Diah, Indah, Tina, Midun, Nita, Kokom, Mira, Yunda, Nussy, Seli, Secyl, Lani, Dwi, Mis, Leni, Ayu, Mimi, Khalid, Milda, teman – teman KKN dan kades Regan Agung (Syarkowi) atas kebaikannya dan bantuannya selama ini.
10. Teman-teman sealmamaterku angkatan 2011.
11. Semua pihak yang telah berpartisipasi yang tidak dapat disebutkan satu persatu.
12. Pihak Pasaraya JM yang bersedia membantu dalam penelitian ini.
13. Semoga Allah SWT membalas budi baik kalian semua. Akhirul kalam dengan segala kerendahan hati, penulis mengucapkan banyak terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu dalam menyelesaikan skripsi ini, semoga amal ibadah yang dilakukan mendapat balasannya dari-Nya. Amin.

Palembang, 2015

Penulis

## DAFTAR ISI

	<b>Halaman</b>
HALAMAN JUDUL	
HALAMAN BEBAS PLAGIAT.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
HALAMAN PERSEMBAHAN MOTTO.....	iii
HALAMAN PRAKATA.....	iv
HALAMAN DAFTAR ISI.....	vi
HALAMAN DAFTAR TABEL.....	ix
HALAMAN LAMPIRAN.....	x
ABSTRAK.....	xi
ABSTRACT.....	xii
<b>BAB I       PENDAHULUAN</b>	
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah.....	6
C. Tujuan Penelitian.....	6
D. Manfaat Penelitian.....	7
<b>BAB II       KAJIAN PUSTAKA</b>	
A. Penelitian Sebelumnya.....	8
B. Landasan Teori.....	9
1. Kualitas Pelayanan.....	9
2. Pengertian Kualitas Pelayanan.....	9
3. Indikator - indikator Kualitas Pelayanan.....	9

4. Karakteristik Jasa.....	10
5. Kepuasan Pelanggan.....	12
6. Pengertian Kepuasan Pelanggan.....	12
7. Faktor - Faktor Kepuasan Pelanggan.....	13
8. Manfaat Program Kepuasan Pelanggan.....	14
9. Teknik Pengukuran Kepuasan.....	15
10. Loyalitas Pelanggan.....	16
11. Pengertian Loyalitas Pelanggan.....	16
12. Keuntungan Perusahaan Mendapat Pelanggan.....	17
Yang Loyal	
13. Karakteristik Loyalitas Pelanggan.....	18
C. Hipotesis.....	18

**BAB III      METODE PENELITIAN**

A. Jenis Penelitian.....	19
B. Lokasi Penelitian.....	19
C. Operasionalisasi Variabel.....	20
D. Populasi dan Sampel.....	21
E. Data yang Diperlukan.....	22
F. Metode Pengumpulan Data.....	22
G. Analisis Data dan Teknik Analisis.....	23
1. Analisis Data.....	23
2. Teknik Analisis.....	24

**BAB IV      HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

## DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran      Kuesioner dan Hasil Jawaban Responden
- Lampiran 1    Tabel r Product Moment dan Frekuensi Jawaban
- Lampiran 2    Uji Validitas
- Lampiran 3    Uji Reliabilitas
- Lampiran 4    Regresi Linear Berganda

## ABSTRAK

Adi Tirta / 212011126 / 2015 / Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan di Pasaraya JM (Jaya Masawan) Palembang / Manajemen Pemasaran.

Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah adakah pengaruh kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan di Pasaraya JM Palembang ? Tujuan penelitian adalah untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan di Pasaraya JM Palembang. Jenis penelitian bersifat asosiatif yang bersifat menanyakan hubungan antara dua variabel atau lebih. Penelitian ini dilakukan di Pasaraya JM Palembang. Variabel penelitian adalah kualitas Pelayanan, kepuasan konsumen dan loyalitas pelanggan. Populasi penelitian ini adalah pengunjung di Pasaraya JM Palembang. Dengan sampel 100 orang dengan teknik accidental sampling. Data yang diperlukan adalah data primer. Teknik pengumpulan data adalah kuesioner. Metode analisis yang digunakan adalah metode kuantitatif dan kualitatif dengan alat analisis linear berganda.

Hasil penelitian  $Y = -1,288 + 0,217X_1 + 0,458X_2$ . Hasil pengujian hipotesis menunjukkan  $F_{hitung} \geq F_{tabel}$   $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima artinya adanya pengaruh yang signifikan antara kualitas pelayanan ( $X_1$ ) dan kepuasan pelanggan ( $X_2$ ) secara simultan dan positif terhadap loyalitas pelanggan ( $Y$ ) di Pasaraya JM Palembang.

**Kata kunci : kualitas pelayanan, kepuasan pelanggan, loyalitas pelanggan.**

## ABSTRACT

Adi Tirta / 212011126/2015 / Effect of Service Quality and Customer Satisfaction on Customer Loyalty in Pasaraya JM (Jaya Masawan) Palembang / Marketing Management.

Formulation of the problem in this research is there any influence of service quality and customer satisfaction on customer loyalty in Pasaraya JM Palembang? The research objective was to determine the effect of service quality and customer satisfaction on customer loyalty in Pasaraya JM Palembang. This type of research is associative nature to question the relationship between two or more variables. This research was conducted in Pasaraya JM Palembang. Variable research is service quality, customer satisfaction and customer loyalty. The population was JM Pasaraya visitors in Palembang. With a sample of 100 people with accidental sampling technique. The data required is the primary data. Data collection techniques are questionnaires. The analytical method used is quantitative and qualitative methods with multiple linear analysis tools.

The research result  $Y = -1.288 + 0,217X1 + 0,458X2$ . Hypothesis testing results show the calculated  $F \geq F$  table  $H_0$  is rejected and  $H_a$  accepted means there is significant between the quality of service ( $X1$ ) and customer satisfaction ( $X2$ ) simultaneously and positif on customer loyalty ( $Y$ ) in Pasaraya JM Palembang.

**Keywords: service quality, customer satisfaction, customer loyalty.**

A. Hasil Penelitian.....	29
1. Gambaran Umum Objek Penelitian.....	29
2. Gambaran Indikator.....	30
B. Pembahasan Hasil Penelitian.....	33
1. Uji Validitas.....	33
2. Uji Reliabilitas.....	36
3. Gambaran Responden.....	36
4. Distribusi Jawaban Responden.....	43
5. Analisis Regresi Linear Berganda.....	51
6. Uji F.....	53
7. Uji t.....	55
8. Koefisien Determinan.....	57
C. Perbandingan Penelitian Sebelumnya dengan Penelitian Sekarang	59

BAB V      SIMPULAN DAN SARAN

A. Simpulan.....	61
B. Saran.....	61

## DAFTAR TABEL

	<b>Halaman</b>
Tabel I.1 Riset Pendahuluan.....	5
Tabel II.1 Penelitian Sebelumnya.....	8
Tabel III.1 Operasionalisasi Variabel.....	20
Tabel IV.1 Hasil Uji Validitas Kualitas Pelayanan.....	34
Tabel IV.2 Hasil Uji Validitas Kepuasan Pelanggan.....	35
Tabel IV.3 Hasil Uji Validitas Loyalitas Pelanggan.....	36
Tabel IV.4 Hasil Uji Reliabilitas Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pelanggan Dan Kepuasan Pelanggan	37
Tabel IV.5 Distribusi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	38
Tabel IV.6 Distribusi Responden Berdasarkan Usia.....	39
Tabel IV.7 Distribusi Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	40
Tabel IV.8 Distribusi Responden Berdasarkan Pendidikan.....	41
Tabel IV.9 Distribusi Responden Berdasarkan Frekuensi.....	42
Tabel IV.10 Distribusi Jawaban Responden Terhadap Kualitas..... Pelayanan	43
Tabel IV.11 Distribusi Jawaban Responden Terhadap Kepuasan..... Pelanggan	46
Tabel IV.12 Distribusi Jawaban Responden Terhadap Loyalitas..... Pelanggan	49
Tabel IV.13 Hasil Uji Regresi Linear Berganda.....	51
Tabel IV.14 Hasil Pengujian Hipotesis F.....	54
Tabel IV.15 Hasil Pengujian Hipotesis t.....	56
Tabel IV.16 Hasil Uji Koefisien Determinan.....	58
Tabel IV.17 Perbandingan Hasil Penelitian Dengan Hasil Penelitian..... Sebelumnya	59



## BAB I

### PENDAHULUAN

#### A. Latar Belakang Masalah

Pada saat ini kompetisi dalam dunia bisnis semakin ketat, pertumbuhan ekonomi dan perkembangan perusahaan diberbagai sektor maupun bidang yang semakin banyak dan bertambah di dunia. Persaingan perusahaan yang semakin ketat pula yang menuntut perusahaan memaksimalkan kegiatan perusahaan untuk mencapai tujuan yang diinginkan oleh perusahaan serta mampu bertahan (*survive*).

Berbagai bidang dari segi perkembangan perusahaan, kini mulai marak atau banyak bermunculan kompetitor di bidang *retail* (eceran). Usaha ini telah menjamur dari waktu ke waktu, usaha eceran ini merupakan salah satu cara pemasaran produk meliputi semua aktivitas yang melibatkan penjualan barang secara langsung ke konsumen akhir. Banyak hal yang harus dilakukan oleh perusahaan *retail* agar dapat bersaing dengan para kompetitor lainnya. Persaingan yang ketat secara tidak langsung akan mempengaruhi suatu perusahaan dalam mempertahankan pangsa pasar.

Adanya persaingan inilah maka perusahaan harus dapat mempertahankan pangsa pasar perusahaan, meningkatkan jumlah pelanggan yang loyal. Dapat dijelaskan bahwa loyalitas lebih mengacu pada wujud perilaku konsumen dari unit-unit pengambilan keputusan secara terus menerus terhadap barang/jasa suatu

perusahaan yang dipilih, untuk membangun hubungan yang kuat dan erat dengan pelanggan adalah mimpi semua perusahaan.

Loyalitas pelanggan tidak bisa tercipta begitu saja, untuk menciptakan dan merancang pelanggan yang loyal, perusahaan harus merancang dengan berbagai strategi yang harus dapat memenuhi kepuasan pelanggan. Dengan menawarkan produk/jasa dan menyenangkan pelanggan serta mampu berinovasi yang membuat para karyawan dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan (*need and interest*) yang menimbulkan kepuasan bagi pelanggan, serta berharap peningkatan jumlah pelanggan yang puas atau terbentuknya tingkat kepuasan pelanggan tinggi, dan pelanggan yang puas cenderung loyal.

Beberapa hal yang merumuskan bahwa kepuasan pelanggan sebagai sikap terhadap keseluruhan barang atau jasa yang telah diperoleh dan pemakainya. Di samping itu, kepuasan pelanggan juga dipandang sebagai salah satu indikator terbaik dan merupakan kunci penting dalam menciptakan loyalitas pelanggan. Banyak manfaat yang diterima oleh perusahaan dengan tercapainya tingkat kepuasan pelanggan yang tinggi, yakni selain dapat meningkatkan loyalitas pelanggan tapi juga dapat mencegah terjadinya perputaran pelanggan, mengurangi sensitivitas pelanggan dan menjadi parameter penting sehingga bisnis dapat terus berkelanjutan.

Berbagai cara yang dilakukan oleh perusahaan eceran dalam menciptakan kepuasan tersebut kepada para pelanggannya. Karena perusahaan eceran atau yang sering disebut pusat perbelanjaan tidak hanya sekedar menjual produk - produk dalam tokonya, akan tetapi melibatkan peningkatan kualitas pelayanan juga.

Kualitas pelayanan merupakan tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan. Memberikan pelayanan yang unggul dengan memahami kebutuhan dan keinginan merupakan salah satu kunci dalam mempertahankan keunggulan atau kualitas perusahaan.

Keputusan perusahaan melakukan tindakan perbaikan pelayanan yang sistematis yang menentukan dalam menindak lanjuti komplain konsumen dari suatu kegagalan sehingga pada akhirnya mampu mengikat loyalitas konsumen. Dengan adanya keadaan seperti ini banyak pusat - pusat perbelanjaan yang bermunculan, untuk menciptakan kepuasan dan loyalitas dari pelanggan tersebut, pihak perusahaan harus memberikan layanan yang memuaskan melalui tingkat layanan yang menjanjikan, maka kualitas pelayanan haruslah diutamakan karena kualitas pelayanan itu sendiri dapat di katakan sebagi tingkat keunggulan yang diharapkan.

Keutamaan dengan adanya pengendalian dan kontrol atas keunggulan kualitas pelayanan tersebut dengan cara memuaskan pelanggan, maka pihak manajemen di tuntutan untuk melakukan perubah pada ketersediaan sumber daya manusia dan mutu pelayanan. dan berusaha melakukan pengembangan kualitas pelayanan secara maksimal sebagai sarana utama ataupun alternatif mereka dalam menciptakan kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan dalam melakukan pembelian.

Salah satu pusat perbelanjaan atau perusahaan eceran yaitu Pasaraya JM (Jaya Masawan) Palembang yang merupakan department store terbesar di

Palembang. Perusahaan ini mempunyai 7 cabang di wilayah kota Palembang. Perusahaan ini yang menjual produk-produk secara eceran. Seperti, pakaian, alat elektronik, produk sehari – hari (*convenience products*), dan lain – lain. Banyaknya para kompetitor yang sudah ada di Palembang. Seperti, PS (*Palembang Square*), PTC (*Palembang Trade Center*), Megahria *Shopping Center*, IP (*international Plaza*), PIM (*Palembang Indah Mall*), *Ramayana Department Store*, Indomaret, Alfamart dan masih banyak lagi.

Persaingan yang dihadapi oleh Pasaraya JM Palembang maka perusahaan tersebut harus dapat membuat para pelanggan menjadi loyal. karena perusahaan membutuhkan loyalitas dari pelanggan guna meningkatkan penjualan atau laba bagi perusahaan, dengan cara memberikan rasa puas serta kualitas pelayanan yang baik yang akan mempengaruhi kepuasan pelanggan yang hubungannya erat sekali dengan loyalitas pelanggan. Akan tetapi disisi lain Pasaraya JM Palembang mendapat keluhan dari para pelanggan. dengan membagikan kuesioner sementara tentang loyalitas pelanggan penulis dapat mengidentifikasi beberapa kekurangan yang ada di Pasaraya JM Palembang, antara lain yaitu untuk variabel kualitas pelayanan seperti fasilitas fisik Seperti, tempat parkir, tingkat kebersihan gedung, dan tangga berjalan yang tidak hidup. Kenyamanan, kemudahan, dan keamanan yang kurang baik dapat membuat konsumen tidak puas. Kualitas pelayanan yang ditawarkan inilah yang masih belum memuaskan membuat konsumen kurang loyal terhadap Pasaraya JM Palembang. Berikut ini ditampilkan hasil jawaban dari riset pendahuluan yang disebarkan peneliti tentang pendapat responden yang

berupa pernyataan (kuesioner) yang terjadi di Pasaraya JM Palembang pada tabel 1 di halaman 5.

**Tabel I.1**  
**Jawaban Responden Tentang Pasaraya JM Palembang**

No	Indikator	Setuju	Tidak Setuju	Jumlah
1	Fasilitas fisik (tangga berjalan), perlengkapan pegawai serta kebersihan di Pasaraya JM Palembang sudah sangat baik (Kualitas Pelayanan).	13 Orang	17 Orang	30 Orang
2	Berbelanja di Pasaraya JM Palembang nyaman dan aman (kepuasan Pelanggan).	10 Orang	20 Orang	30 Orang
3	Kualitas Produk baik berupa barang atau jasa yang ditawarkan JM Palembang tidak diragukan lagi (Kualitas Produk)	23 Orang	7 Orang	30 Orang

Sumber : Hasil kuesioner,2014

Berdasarkan hasil jawaban kuesioner dari tabel I.1 dapat dilihat bahwa responden menjawab setuju pada indikator kualitas pelayanan hanya sebanyak 13 orang, lebih banyak yang menjawab tidak setuju yang berjumlah 17 orang. Kemudian yang menjawab diindikator kepuasan pelanggan yang menjawab setuju hanya 10 orang, lebih banyak responden yang menjawab tidak setuju sebanyak 20 orang. Sedangkan, untuk indikator kualitas produk banyak responden menjawab setuju yaitu sebanyak 23 orang dari pada tidak setuju sebanyak 7 orang. Apabila

hasil jawaban responden ini benar atau signifikan, maka hasil jawaban responden ini dapat dijadikan informasi untuk mempertegas masalah yang ada. Dengan adanya keluhan - keluhan yang maka ada diharapkan pihak Pasaraya JM Palembang mampu memperbaiki dan mengembangkan kualitas pelayanan dan memuaskan pelanggan, yang nantinya akan mempengaruhi pelanggan yang loyal.

Berdasarkan latar belakang yang diuraikan di atas tersebut banyak hubungan yang terjadi dan melihat pentingnya kualitas pelayanan, kepuasan dan loyalitas konsumen maka peneliti tertarik untuk mengkaji penelitian dengan judul Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan di Pasaraya JM Palembang.

### **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan uraian latar belakang yang ada, maka rumusan masalah dalam penelitian ini ialah adakah pengaruh kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan di Pasaraya JM Palembang ?

### **C. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan dari perumusan masalah, maka tujuan dalam penelitian ini ialah untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan di Pasaraya JM Palembang.

**D. Manfaat penelitian**

- a. Bagi penulis, dengan adanya penelitian ini dapat menerapkan ilmu yang didapat selama perkuliahan dan membandingkannya dengan yang ada di lapangan.
- b. Bagi perusahaan, hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai sumber informasi dan merupakan masukan yang berguna terutama dalam hal pengembangan kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan oleh perusahaan Pasaraya JM.
- c. Bagi Almamater, hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai sumber informasi dan referensi untuk melakukan penelitian yang lebih lanjut.



## BAB II

### KAJIAN PUSTAKA

#### A. Penelitian sebelumnya

<b>Nama</b>	Afrizawati (2012)	Afrizawati (2012)	Afrizawati (2012)
<b>Judul</b>	Analisis Pengaruh Kualitas Jasa Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Hotel Arista Palembang.	Analisis Pengaruh Kualitas Jasa Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Hotel Arista Palembang.	Analisis Pengaruh Kualitas Jasa Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Hotel Arista Palembang.
<b>Rumusan masalah</b>	Adakah pengaruh kualitas jasa terhadap kepuasan pelanggan Pada Hotel Arista Palembang ?	Adakah pengaruh kualitas jasa terhadap kepuasan pelanggan Pada Hotel Arista Palembang ?	Adakah pengaruh kualitas jasa terhadap kepuasan pelanggan Pada Hotel Arista Palembang ?
<b>Variabel</b>	Bukti fisik(X1), Daya Tanggap (X2),Kehandalan (X3), Jaminan (X4), Empati (X5),(Y) Kepuasan Pelanggan	Bukti fisik(X1), Daya Tanggap (X2),Kehandalan (X3), Jaminan (X4), Empati (X5),(Y) Kepuasan Pelanggan.	Bukti fisik(X1), Daya Tanggap (X2),Kehandalan (X3), Jaminan (X4), Empati (X5),(Y) Kepuasan Pelanggan
<b>Alat Analisis</b>	Regresi linier berganda	Regresi linier berganda	Regresi linier berganda
<b>Hasil Penelitian</b>	Variabel variabel bukti fisik, daya tanggap, kehandalan, jaminan, dan empati berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.	Variabel variabel bukti fisik, daya tanggap, kehandalan, jaminan, dan empati berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.	Variabel variabel bukti fisik, daya tanggap, kehandalan, jaminan, dan empati berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Sumber : Afrizawati (2012), Elfri Ngutji.Dkk (2014),Sonya Mahami (2010)

## **B. Landasan Teori**

### **1. Kualitas Pelayanan**

#### **a. Pengertian Kualitas Pelayanan**

Menurut Fandy Tjiptono (2007:260), kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan.

Menurut Kotler dan Keller (2009 : 143), kualitas pelayanan (*service quality*) adalah ukuran sejauh mana suatu pelayanan yang diberikan dapat memenuhi harapan pelanggan.

#### **b. Indikator – indikator Kualitas Pelayanan**

Menurut Fandy Tjiptono (2007 : 260), indikator yang digunakan dalam kualitas layanan yaitu :

- 1) Bukti fisik (*tangible*) merupakan meliputi fasilitas fisik, perlengkapan pegawai, dan sarana komunikasi. Hal ini bisa berarti penampilan fasilitas fisik, seperti gedung dan ruangan *front office*, tersedianya tempat parkir, keberhasilan, kerapian dan kenyamanan ruangan, kelengkapan peralatan komunikasi, dan penampilan karyawan.
- 2) Keandalan (*reliability*) merupakan kemampuan memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan segera, akurat dan memuaskan.
- 3) Daya Tanggap (*responsiveness*) merupakan keinginan para staf untuk membantu para konsumen dan memberikan pelayanan

dengan tanggap. Daya tanggap dapat berarti respon atau kesigapan karyawan dalam membantu pelanggan dan memberikan pelayanan yang cepat dan, yang meliputi kesigapan karyawan dalam melayani pelanggan.

- 4) Jaminan (*assurance*) merupakan mencakup pengetahuan, kemampuan, kesopanan, dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki para staf; bebas dari bahaya, risiko atau keragu-raguan. Seperti Faktor *security*, yaitu memberikan rasa aman dan terjamin kepada pelanggan merupakan hal yang penting pula.
- 5) Empati (*empathy*) merupakan kemudahan dalam melakukan hubungan, komunikasi yang baik, perhatian pribadi, dan memahami kebutuhan para konsumen. Setiap anggota perusahaan hendaknya dapat mengelola waktu agar mudah dihubungi, baik melalui telepon ataupun bertemu langsung.

### c. Karakteristik jasa

Menurut Fandy Tjiptono (2007 : 18) terdapat 5 karakteristik yang dimiliki oleh jasa yaitu:

#### 1) *Intangibility*

Jasa berbeda dengan barang. Bila barang merupakan suatu objek, alat atau benda, maka jasa adalah perbuatan, tindakan, pengalaman, proses, kinerja atau usaha. Hal tersebut yang menyebabkan jasa tidak dapat dilihat, dirasa, dicium, didengar,

atau diraba sebelum dibeli dan dikonsumsi. Bagi para pelanggan, ketidakpastian dalam pembelian jasa relatif tinggi, karena terbatasnya *search qualities*, yakni karakteristik fisik yang dapat di evaluasi pembeli sebelum pembelian dilakukan. Sebagai contoh pelanggan dapat melihat rinci bentuk, warna, dan model sebuah mobil untuk dibelinya. Namun, tidak dapat dilakukan hal serupa untuk jasa potong rambut atau dokter gigi umumnya tidak akan diketahui sebelum jasa bersangkutan di konsumsi.

2) *Inseparability*

Barang biasanya diproduksi, kemudian dijual, lalu dikonsumsi. Sedangkan jasa pada umumnya dijual terlebih dahulu, baru kemudian diproduksi dan dikonsumsi pada waktu dan tempat yang sama. Pemeriksaan medis merupakan salah satu contohnya. Dokter tidak dapat memproduksi jasanya tanpa kehadiran pasien. Pasien tersebut juga terlibat secara aktual dalam proses produksi, dengan jalan menjawab pertanyaan – pertanyaan dokter dan menjelaskan gejala penyakit yang dirasakan.

3) *Variability/heterogeneity/inconsistency*

Jasa bersifat sangat variabel karena merupakan *non-standardized output*, artinya banyak variasi bentuk, kualitas, dan jenis, tergantung kepada siapa, kapan, dan di mana jasa tersebut

di produksi. Sebagai contoh, dua kampanye iklan yang dirancang oleh sebuah biro periklanan yang sama maupun dua kali dalam waktu berbeda ke sebuah restoran tidak akan identik dalam hal kinerja yang di hasilkan

4) *Perishability*

*Perishability* Yaitu jasa atau komoditas tidak tahan lama dan tidak dapat disimpan. Karater jasa yang seperti ini membuat jasa yang tidak terpakai pada suatu waktu akan berlalu atau hilang begitu saja.

5) *Lack of ownership*

*Lack of ownership* merupakan perbedaaan dasar antara jasa dan barang. Pada pembelian barang, konsumen memiliki hak penuh atas penggunaan dan manfaat produk yang dibelinya. Mereka bisa mengkonsumsinya, menyimpan dan menjualnya.

## **2. Kepuasan Pelanggan / Konsumen**

### **a. Pengertian Kepuasan Pelanggan**

Menurut Kotler dan Keller (2009 : 139), pengertian kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja yang diharapkan.

### **b. Faktor – faktor Kepuasan Pelanggan**

Menurut Fandy Tjiptono (2008 : 67), faktor – faktor yang bisa dijadikan indikator dalam kepuasan pelanggan yaitu :

- 1) Kinerja (*performance*), karakteristik operasi pokok dari produk inti (*core product*) yang di beli, seperti kecepatan, kapasitas, kemudahan, dan kenyamanan.
- 2) Ciri atau keistimewaan tambahan (*features*), yaitu karakteristik pelengkap rancangan tambahan kemudahan.
- 3) Keandalan (*reliability*), yaitu kemungkinan kecil suatu produk terganggu pemakaiannya.
- 4) Kesesuaian dengan spesifikasi (*conformance to specification*), yaitu sejauh mana karakteristik suatu produk memenuhi standar – standar yang telah ditentukan sebelumnya seperti standar keamanan.
- 5) Daya tahan (*durability*), berkaitan dengan berapa lama produk tersebut dapat digunakan.
- 6) *Serviceability* meliputi kecepatan, kompetensi kenyamanan, mudah diresapi serta penanganan keluhan yang memuaskan.
- 7) Estetika, yaitu daya tarik produk terhadap panca indra, misalnya bentuk fisik.
- 8) Kualitas yang dipersepsikan (*peceived quality*) yaitu citra dan reputasi produk serta tanggung jawab perusahaan terhadapnya.

### c. Manfaat Program Kepuasan Pelanggan

Terlepas dari perdebatan mengenai konsepnya, realisasi kepuasan pelanggan melalui perencanaan, pengimplementasian, dan pengendalian program khusus berpotensi memberikan beberapa manfaat pokok (Fandy Tjiptono, 2007:352), diantaranya sebagai berikut

1) Reaksi terhadap produsen berbiaya rendah

Persaingan dalam banyak industri ditandai dengan *overcapacity* dan *oversupply*. Dalam berbagai kasus, hal ini menyebabkan pemotongan harga menjadi senjata strategis untuk meraih pangsa pasar.

2) Manfaat ekonomis retensi pelanggan versus *perpetual prospecting*

Beberapa studi menunjukkan bahwa mempertahankan dan memuaskan pelanggan saat ini jauh lebih murah dari pada terus-menerus berupaya menarik atau memprospek pelanggan baru.

3) Nilai kumulatif dari relasi berkelanjutan

Berdasarkan konsep *customer lifetime value*, upaya mempertahankan loyalitas pelanggan terhadap produk atau jasa perusahaan selama periode waktu yang lama bisa menghasilkan anuitas yang jauh lebih besar dari pada pembelian individual.

4) Daya persuasif *gethok tular* (*word of mouth*)

Dalam banyak industri terutama dibidang jasa, pendapat/opini positif dari teman dan keluarga jauh lebih persuasif dan kredibel dari pada iklan.

5) Reduksi sensitivitas harga

Pelanggan yang loyal dan puas terhadap sebuah perusahaan cenderung lebih jarang menawar harga untuk setiap pembelian individualnya.

6) Kepuasan pelanggan sebagai indikator kesuksesan bisnis di masa depan.

Pada hakikatnya kepuasan pelanggan merupakan strategi jangka panjang, karena dibutuhkan waktu cukup lama sebelum bisa membangun dan mendapatkan reputasi atas layanan prima.

#### **d. Teknik Pengukuran Kepuasan**

Menurut Rambat Lupioadi (2008 : 158), ada beberapa faktor – faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan mempengaruhi kepuasan pelanggan yaitu sebagai berikut :

1) Kualitas produk, pelanggan akan merasa puas bila hasil evaluasi mereka menunjukkan bahwa produk yang mereka gunakan berkualitas.

- 2) Kualitas pelayanan, pelanggan akan merasa puas bila mereka mendapat pelayanan yang baik atau yang sesuai dengan harapan.
- 3) Emosional, pelanggan akan merasa bangga dan mendapatkan keyakinan bahwa orang lain akan kagum terhadapnya bila menggunakan produk dengan merek tertentu yang cenderung mempunyai tingkat kepuasan lebih tinggi. Kepuasan yang diperoleh bukan hanya karena kualitas dari produk tetapi nilai sosial atau self-sistem yang membuat pelanggan menjadi puas terhadap merek tertentu.
- 4) Harga, pelanggan yang mempunyai kualitas yang sama tetapi menetapkan harga yang relatif murah akan memberikan nilai yang lebih tinggi kepada pelanggannya.
- 5) Biaya, pelanggan yang tidak mengeluarkan biaya tambahan atau tidak perlu membuang waktu untuk mendapatkan suatu produk atau jasa cenderung puas terhadap produk atau jasa itu.

### **3. Loyalitas Pelanggan**

#### **a. Pengertian Loyalitas Pelanggan**

Menurut Griffin (dalam Ratih Hurriyati, 2008 : 20) *loyalty is defined as non random purchase expressed over time by some decision making unit*. Berdasarkan definisi tersebut dapat dijelaskan

bahwa loyalitas lebih mengacu pada wujud perilaku dari unit-unit pengambilan keputusan secara terus menerus terhadap barang/jasa suatu perusahaan yang dipilih.

Menurut Ratih Hurriyati (2008 : 19), loyalitas menunjukkan kondisi dan durasi waktu tertentu dan mensyaratkan bahwa tindakan pembelian terjadi tidak kurang dari dua kali . Perusahaan sangat membutuhkan loyalitas dari para pelanggan guna meningkatkan penjualan / laba bagi perusahaan.

**b. Keuntungan Perusahaan Mendapat Pelanggan yang Loyal**

Menurut Griffin (dalam Ratih Hurriyati, 2008 : 20) adapun keuntungan – keuntungan yang di dapat perusahaan apabila mendapatkan pelanggan yang loyal atau setia, antara lain :

- 1) Dapat mengurangi biaya perusahaan (karena biaya untuk menarik pelanggan baru cukup mahal).
- 2) Dapat mengurangi biaya transaksi.
- 3) Dapat mengurangi biaya *turn over* konsumen (karena biaya penggantian konsumen lebih sedikit).
- 4) Dapat meningkatkan penjualan silang yang akan memperbesar pangsa pasar perusahaan.
- 5) Mendorong *word of mouth* yang lebih positif, dengan asumsi bahwa pelanggan yang loyal juga berarti mereka merasa puas.
- 6) Dapat mengurangi biaya kegagalan.

### c. Karakteristik Loyalitas Pelanggan

Pelanggan yang loyal merupakan suatu aset yang penting bagi perusahaan, hal ini dapat dilihat dari karakteristik yang dimilikinya, sebagaimana menurut Griffin (dalam Ratih Hurriyati 2008 : 22), pelanggan yang loyal memiliki karakteristik sebagai berikut :

- 1) Melakukan pembelian secara teratur (*makes regular repeat purchases*).
- 2) Merekomendasikan produk lain (*Refers Other*).
- 3) Menunjukkan kekebalan dari daya tarik produk sejenis dari pesaing (*demonstrates an immunity to the full of the competition*).

## 6. Hipotesis

Adanya pengaruh kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan di Pasaraya JM Palembang.



## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **A. Jenis Penelitian**

Menurut Sugiyono (2010 : 5) ditinjau dari jenis penelitian dibagi menjadi tiga macam yaitu :

##### **1. Penelitian Deskriptif**

Penelitian dilakukan untuk mengetahui nilai variabel mandiri, baik satu variabel atau lebih tanpa membuat perbandingan atau menghubungkan dengan variabel lain.

##### **2. Penelitian Komperatif**

Penelitian yang bersifat membandingkan keberadaan satu variabel atau lebih pada variabel sampel yang berbeda atau pada waktu yang berbeda.

##### **3. Penelitian Asosiatif**

Penelitian yang bersifat menanyakan hubungan antara dua variabel atau lebih yang akan diteliti.

Jenis penelitian yang dilakukan oleh peneliti adalah penelitian asosiatif.

#### **B. Lokasi Penelitian**

Lokasi penelitian ini dilakukan di Pasaraya JM (Jaya Masawan), yang beralamatkan di jalan Letkol Iskandar No. 578 Palembang 30125.

### C. Operasionalisasi Variabel

**Tabel III.1**

**Variabel, Definisi Variabel dan Indikator**

<b>NO.</b>	<b>Variabel</b>	<b>Definisi Variabel</b>	<b>Indikator</b>
1.	Kualitas Pelayanan (X1)	Tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan di Pasaraya JM Palembang.	<ul style="list-style-type: none"> <li>a. Kenyamanan didalam gedung.</li> <li>b. Kecepatan dalam melayani.</li> <li>c. Ketepatan dalam melayani.</li> <li>d. Keamanan saat berbelanja.</li> <li>e. Keramahan karyawan.</li> </ul>
2.	Kepuasan Pelanggan (X2)	Perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja yang diharapkan di pasaraya JM Palembang.	<ul style="list-style-type: none"> <li>a. Kenyamanan.</li> <li>b. Kecepatan.</li> <li>c. Ketepatan.</li> <li>d. Keamanan.</li> <li>e. Keramahan.</li> </ul>
3.	Loyalitas Pelanggan (Y)	Bentuk perilaku dari unit – unit pengambilan keputusan atau pembelian secara terus – menerus terhadap barang/jasa di pasaraya JM Palembang.	<ul style="list-style-type: none"> <li>a. Membeli/berkunjung &gt; 2 kali</li> <li>b. Merekomendasikan kepada pihak lain</li> <li>c. Kebal akan pengaruh pesaing</li> </ul>

Sumber : Gagasan penulisan berdasarkan teori, 2014.

#### D. Populasi dan Sampel

##### 1. Populasi

Menurut Sugiyono (2012 : 80) Populasi adalah wilayah generalisai yg terdiri atas : obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi yang ada pada penelitian ini yaitu seluruh masyarakat yang berbelanja di Pasaraya JM Palembang yang jumlahnya tidak diketahui atau tidak terbatas(*infinite*).

##### 2. Sampel

Menurut Sugiyono (2012 : 81), Sampel adalah sebagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Karena penelitian ini bersifat *infinite* (tidak terbatas), yang jumlah populasinya sangatlah banyak (susah untuk dipastikan) jumlahnya. Sehingga teknik atau metode pengambilan sampel dalam penelitian ini dipilih secara non probabilitas (*Nonprobability Sampling Methode*). Menurut Sugiyono (2012 : 85), teknik penentuan sampel berdasarkan *accidental* atau kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan/*accidental* bertemu dengan peneliti di lokasi penelitian yang sedang melakukan pembelian dan memiliki kriteria melakukan pembelian atau kunjungan lebih dari 2 kali dapat digunakan sebagai sampel. Pada penelitian ini sampel yang di ambil sebanyak 100 responden, menurut Husein (81 : 2004), sampel

yang lebih dari 30 ( $n \geq 30$ ), sudah cukup mewakili responden yang ada.

### **E. Data yang diperlukan**

Menurut Husein Umar (2002 : 130) data yang diperlukan adalah:

#### 1. Data Primer

Data primer merupakan data yang didapat dari sumber pertama baik individu atau perseorangan.

#### 2. Data Skunder

Data skunder merupakan data primer yang telah diolah lebih lanjut dan disajikan baik oleh pihak pengumpul data atau pihak lain.

Dalam penelitian ini data yang digunakan adalah data primer, yang berupa jawaban dari para responden terhadap daftar pertanyaan yang diedarkan melalui kuesioner.

### **F. Metode Pengumpulan Data**

Metode pengumpulan data menurut (Sugiyono, 2010 : 402 - 425)

1. Pengamatan (observasi) adalah pengumpulan data dengan cara melakukan pengamatan langsung kepada objek penelitian
2. Wawancara adalah pengumpulan data dengan cara melakukan wawancara langsung maupun tidak langsung kepada sumber-sumber data.

3. Kuesioner adalah salah satu cara pengumpulan data dengan memberikan atau menyebarkan pertanyaan kepada responden.
4. Dokumentasi adalah pengumpulan data melalui dokumen-dokumen dan laporan yang ada diperusahaan dan memiliki relevansi dengan penelitian.

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner yang berhubungan dengan indikator – indikator yang digunakan.

## **G. Analisis Data dan Teknik Analisis**

### **1. Analisis Data**

Menurut Mudrajad (2009 : 146-148) terdapat 2 analisis data yaitu :

- a. Analisis Kualitatif adalah data yang tidak dapat diukur dalam suatu skala numerik (angka).
- b. Analisis Kuantitatif adalah data yang diukur dalam suatu skala numerik (angka).

Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis kualitatif dan analisis kuantitatif. Secara kualitatif dengan skala Likert dengan pilihan jawaban responden sebagai berikut yang dikuantitatifkan :

Sangat Setuju	= SS
Setuju	= S
Netral	= N

Tidak Setuju = TS

Sangat Tidak Setuju = STS

kemudian data kualitatif dikuantitatifkan sebagai berikut :

Sangat Setuju = 5

Setuju = 4

Netral = 3

Tidak Setuju = 2

Sangat Tidak Setuju = 1

## 2. Teknik Analisis

### a. Uji Validitas

Menurut Sugiyono (2010 : 456), validitas merupakan derajat ketepatan antara data yang sesungguhnya terjadi pada objek penelitian dengan data yang dapat dilaporkan oleh peneliti. Uji validitas dilakukan dengan membandingkan nilai  $r_{hitung}$  dengan nilai  $r_{tabel}$ , nilai  $r$  untuk  $n = 100$  dengan taraf signifikan 5% adalah 0,195.

- 1) Hasil  $r_{hitung} \geq r_{tabel}(0,195) = \text{valid}$
- 2) Hasil  $r_{hitung} < r_{tabel}(0,195) = \text{tidak valid}$

**b. Uji Reliabilitas**

Menurut Sugiyono (2012 : 277), reliabilitas adalah data untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pertanyaan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. SPSS memberikan fasilitas untuk mengukur reliabilitas dengan uji statistik *Cronbach Alpha* ( $\alpha$ ). Suatu variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai  $> (\alpha) 0,60$ .

**c. Regresi Linier Berganda**

Menurut Muhammad (2008 : 269) analisis regresi linier ganda digunakan peneliti, bila peneliti bermaksud meramalkan bagaimana keadaan variabel dependen, bila dua atau lebih variabel independen sebagai faktor prediktor dimanipulasi jadi analisis ganda akan dilakukan jika variabel independennya minimal 2. Dalam analisis ini dapat dilihat bagaimana variabel bebas, yaitu kualitas layanan ( $X_1$ ), kepuasan pelanggan ( $X_2$ ) mempengaruhi (secara positif atau negatif) variabel terikat, yaitu loyalitas pelanggan ( $Y$ ). Menurut Muhammad (2008 : 269) Bentuk matematisnya adalah sebagai berikut :

Rumus :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e$$

Keterangan :

Y = Loyalitas pelanggan

a = Konstanta

$b_1$  = Koefisien regresi variabel kualitas pelayanan ( $X_1$ )

$b_2$  = Koefisien regresi variabel kepuasan pelanggan ( $X_2$ )

$X_1$  = Kualitas pelayanan

$X_2$  = Kepuasan pelanggan

e = Error/residual

#### d. Uji Hipotesis

##### 1) Uji F

Menurut Sugiyono (2009 : 207), uji F pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel bebas yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel terikat. Dalam penelitian ini apakah variabel independen nya yaitu kualitas pelayanan, kepuasan pelanggan berpengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen nya yaitu loyalitas pelanggan.

##### a) Menentukan hipotesis

$H_0$  : Tidak ada pengaruh yang signifikan antara kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan di Pasaraya JM Palembang.

$H_a$  : Ada pengaruh yang signifikan antara kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan di Pasaraya JM Palembang.

b) Menentukan F-tabel dengan tingkat keyakinan 95% tingkat kesalahan ( $\alpha$ ) = 5% = 0,05 dan derajat kebebasan (df) = n-k-1.

3) Uji statistik

Dengan menggunakan program SPSS 16.

d) Menarik kesimpulan

$H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima apabila F-hitung  $\geq$  F- tabel.

$H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak apabila F-hitung  $<$  F- tabel.

## 2) Uji-t

Menurut Sugiyono (2009 : 211), uji-t pengujian hipotesis secara parsial/individu merupakan pengujian hipotesis koefisien regresi berganda dengan hanya satu. Uji t menunjukkan seberapa jauh pengaruh variabel independennya. Langkah – langkah untuk menentukan uji t adalah sebagai berikut :

a) Menentukan hipotesis

$H_0$  : Tidak ada pengaruh yang signifikan antara kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan secara parsial terhadap loyalitas pelanggan di Pasaraya JM Palembang.

Ha : Ada pengaruh yang signifikan antara kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan secara parsial terhadap loyalitas pelanggan di Pasaraya JM Palembang.

b) Menentukan nilai t-tabel dengan tingkat keyakinan 95% tingkat kesalahan  $(\alpha) = 5\% = 0,05$  dan derajat kebebasan  $(df) = n-2$

c) Menarik kesimpulan

Ho ditolak dan Ha diterima apabila  $t\text{-hitung} \geq t\text{-tabel}$ .

Ho diterima dan Ha ditolak apabila  $t\text{-hitung} < t\text{-tabel}$ .

#### e. Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui uraian yang dapat diterangkan oleh persamaan regresi yaitu untuk mengetahui seberapa besar variabel yang dapat diterangkan oleh variabel X. Rumus koefisien determinan dapat ditunjukkan sebagai berikut : menurut M.Iqbal Hasan (2009:236)

$$R = (r)^2 \times 100 \%$$

Dimana :

R = Koefisien Determinan

r = Koefisien Korelasi

Ha : Ada pengaruh yang signifikan antara kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan secara parsial terhadap loyalitas pelanggan di Pasaraya JM Palembang.

b) Menentukan nilai t-tabel dengan tingkat keyakinan 95% tingkat kesalahan  $(\alpha) = 5\% = 0,05$  dan derajat kebebasan  $(df) = n-2$

c) Menarik kesimpulan

Ho ditolak dan Ha diterima apabila  $t\text{-hitung} \geq t\text{-tabel}$ .

Ho diterima dan Ha ditolak apabila  $t\text{-hitung} < t\text{-tabel}$ .

#### e. Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui uraian yang dapat diterangkan oleh persamaan regresi yaitu untuk mengetahui seberapa besar variabel yang dapat diterangkan oleh variabel X. Rumus koefisien determinan dapat ditunjukkan sebagai berikut : menurut M.Iqbal Hasan (2009:236)

$$R = (r)^2 \times 100 \%$$

Dimana :

R = Koefisien Determinan

r = Koefisien Korelasi



## BAB IV

### HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

#### A. Hasil Penelitian

##### 1. Gambaran Umum Objek Penelitian

PT. Jaya Masawan Putra sejahtera adalah sebuah perusahaan yang bergerak dibidang *ritel* (eceran) yang cukup terkenal dan sedang berkembang di masyarakat Palembang yang memperkenalkan konsep ritel itu sendiri, yang di sebut dengan JM Group. JM Group merupakan salah satu perusahaan ritel yang berkembang di Palembang. Berikut ini adalah profil singkat cabang - cabang JM Group yang ada di Palembang :

- a. JM Sukarami, yang berlokasi di jalan.Kol.H.Burlian No. 1917/1895 RT.32 Sukarami km8 Palembang.
- b. Grand JM, yang berlokasi di jalan Angkatan 45 kompleks Palembang Square Mall Blok R.18 Palembang.
- c. JM Kenten, yang beralokasi di jalan MP. Mangkunegara No.8 Bukit Sangkal Palembang 30114.
- d. Toserba Gaya Baru, yang beralokasi di jalan TP. Rustam Effendy No.38 Palembang 30125.
- e. Pasaraya Bandung, yang beralokasi di jalan TP. Rustam Effendy No.30 Palembang 30125.

- f. Pasaraya JM, yang berlokasi di jalan Letkol Iskandar No.578 Palembang 30125.
- g. JM Plaju, yang berlokasi di jalan Letjen di Panjaitan, Palembang.

Pasaraya JM Palembang Launcing pada tanggal 19 bulan 7 tahun 2003. Dengan konsep yang digunakan yakni mengutamakan berbelanja ekonomis dengan menyediakan barang – barang lengkap.

## 2. Gambaran Indikator

- a. Indikator yang digunakan untuk mengevaluasi dalam kualitas pelayanan terhadap Pasaraya JM Palembang adalah sebagai berikut:

### 1) Kenyamanan di dalam gedung

Kenyamanan di dalam gedung merupakan bukti fisik yang penting, sehingga para konsumen maupun pelanggan merasa nyaman dan tenang saat berbelanja. Untuk kenyamanan Pasaraya JM Palembang memberikan fasilitas seperti : CCTV, tersedianya tempat informasi, ruangan berbelanja *full AC*, dan tempat parkir kendaraan, dll.

### 2) Kecepatan dalam melayani

Setiap karyawan dituntut untuk memberikan pelayanan yang maksimal kepada semua para pelanggan dan melayani dengan cepat.

### 3) Ketepatan dalam melayani

Ketepatan dalam melayani para pelanggan merupakan salah satu hal yang penting, dengan memahami, memberikan pelayanan yang sigap dan tepat terhadap informasi mengenai produk Pasaraya JM yang dibutuhkan pelanggan saat berbelanja dengan respon yang baik.

### 4) Keamanan saat berbelanja

Keamanan saat berbelanja di Pasaraya JM Palembang merupakan salah satu hal yang membuat para pelanggan merasa aman artinya bebas dari resiko bahaya. Dalam hal ini Pasaraya JM Palembang sudah menyiapkan beberapa petugas keamanan (*security*).

### 5) Keramahan karyawan

Keramahan karyawan merupakan sikap yang sopan serta cara berkomunikasi yang baik dalam membantu semua keperluan pelanggan.

## b. Indikator – indikator yang digunakan dalam kepuasan pelanggan Pasaraya JM Palembang.

### 1) Kenyamanan

Pasaraya JM Palembang memberikan fasilitas yang nyaman di dalam gedung.

2) Kecepatan

Pasaraya JM Palembang memberikan kecepatan dalam melayani pelanggan.

3) Ketepatan

Pasaraya JM Palembang mengutamakan ketepatan dalam melayani pelanggan, agar pelanggan mendapatkan pelayanan yang sesuai dengan keinginan mereka.

4) Keamanan

Keamanan yang ada di Pasaraya JM Palembang sudah tidak diragukan lagi dengan adanya petugas keamanan (*security*).

5) Keramahan

Setiap karyawan di Pasaraya JM Palembang mengutamakan sikap yang ramah terhadap pelanggan, karena karyawan berhadapan langsung dengan pelanggan yang berbelanja sehingga harus menjadi karyawan yang baik dan ramah (*sopan*).

c. Indikator – indikator yang digunakan dalam loyalitas pelanggan Pasaraya JM Palembang.

1) Membeli atau berkunjung  $\geq 2$  kali

Membeli atau berkunjung  $\geq 2$  kali merupakan salah satu ciri bahwa pelanggan melakukan pembelian secara teratur di Pasaraya JM Palembang.

2) Merekomendasikan kepada pihak lain

Merekomendasikan kepada pihak lain untuk berbelanja di Pasaraya JM Palembang artinya pelanggan yang pernah berbelanja menyarankan/merekomendasikan kepada orang lain dan mengatakan hal yang baik untuk ikut serta aktif melakukan transaksi – transaksi pembelian di tempat tersebut.

### 3) Kebal akan pengaruh pesaing

Kebal akan pengaruh pesaing merupakan pilihan pertama pelanggan untuk berbelanja yang akan melakukan pembelian hanya di Pasaraya JM Palembang dan tidak akan pindah ke tempat perbelanjaan yang lain.

## **B. Pembahasan**

### **1. Uji validitas**

Uji validitas dilakukan untuk mengetahui tingkat kevalidan indikator yang digunakan sebagai alat ukur variabel. Pengujian validitas menggunakan korelasi *bivariat* pada SPSS yang dilakukan dengan menghitung korelasi antara skor masing-masing butir pertanyaan dengan total skor variabel, dengan ketentuan  $n=100$  dengan taraf signifikansi 5%, maka nilai  $r$ -tabel sebesar 0,195. Apabila  $r$ -hitung  $>$   $r$ -tabel maka suatu indikator dinyatakan valid. Sedangkan,  $r$ -hitung  $\leq$   $r$ -tabel maka suatu indikator dinyatakan tidak valid Berikut ini hasil uji validitas masing-masing indikator pada tabel IV.1 :

**Tabel IV.1**  
**Hasil Uji Validitas**

Variabel		r-hitung dan r-tabel	Hasil Uji
<b>Kualitas Pelayanan</b>			
<b>X1</b>	Indikator X <sub>1.1</sub>	0,785 > 0,195	Valid
	Indikator X <sub>1.2</sub>	0,866 > 0,195	Valid
	Indikator X <sub>1.3</sub>	0,914 > 0,195	Valid
	Indikator X <sub>1.4</sub>	0,839 > 0,195	Valid
	Indikator X <sub>1.5</sub>	0,854 > 0,195	Valid

Sumber : Data diolah, 2015 (Lampiran 2)

Berdasarkan tabel IV.1, hasil uji validitas di atas dapat diketahui bahwa semua indikator hasil jawaban responden Pasaraya JM Palembang pada setiap pernyataan/indikator variabel independen yaitu kualitas pelayanan (X<sub>1</sub>), dengan nilai r-hitung pada indikator X<sub>1.1</sub> = 0,875, Indikator X<sub>1.2</sub> = 0,866, Indikator X<sub>1.3</sub> = 0,914, Indikator X<sub>1.4</sub> = 0,839, Indikator X<sub>1.5</sub> = 0,854 > r-tabel = 0,195. Dinyatakan valid karena hasil dari r-hitung > r-tabel.

**Tabel IV.2**  
**Hasil Uji Validitas**

Variabel		r-hitung dan r-tabel	Hasil Uji
<b>Kepuasan Pelanggan</b>			
<b>X2</b>	Indikator X <sub>2.1</sub>	0,851 > 0,195	Valid
	Indikator X <sub>2.2</sub>	0,903 > 0,195	Valid
	Indikator X <sub>2.3</sub>	0,798 > 0,195	Valid
	Indikator X <sub>2.4</sub>	0,825 > 0,195	Valid
	Indikator X <sub>2.5</sub>	0,852 > 0,195	Valid

Sumber : Data yang diolah, 2015 (Lampiran 2)

Berdasarkan tabel VI.2 hasil uji validitas di atas dapat diketahui bahwa semua indikator hasil jawaban responden Pasaraya JM Palembang pada setiap pernyataan/indikator variabel independen yaitu kepuasan pelanggan (X<sub>2</sub>), dengan nilai r-hitung pada indikator X<sub>2.1</sub> = 0,851, Indikator X<sub>2.2</sub> = 0,903, Indikator X<sub>2.3</sub> = 0,798, Indikator X<sub>2.4</sub> = 0,825, Indikator X<sub>2.5</sub> = 0,852 > r-tabel = 0,195. Dinyatakan valid karena hasil dari r-hitung > r-tabel.

**Tabel IV.3**  
**Hasil Uji Validitas**

Variabel		r-hitung dan r-tabel	Hasil Uji
<b>Loyalitas Pelanggan</b>			
<b>Y</b>	Indikator Y <sub>1.1</sub>	0,903 > 0,195	Valid
	Indikator Y <sub>1.2</sub>	0,923 > 0,195	Valid
	Indikator Y <sub>1.3</sub>	0,923 > 0,195	Valid

Sumber : Data diolah, 2015 (Lampiran 2)

Berdasarkan tabel IV.3 hasil uji validitas di atas dapat diketahui bahwa semua indikator hasil jawaban responden Pasaraya JM Palembang pada setiap pernyataan/indikator variabel dependen yaitu loyalitas pelanggan ( $X_1$ ), dengan nilai r-hitung pada indikator  $Y_{1.1} = 0,903$ , Indikator  $Y_{1.2} = 0,923$ , Indikator  $Y_{1.3} = 0,923 > r\text{-tabel} = 0,195$ . Dinyatakan valid karena hasil dari r-hitung  $> r\text{-tabel}$ .

## 2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk mengetahui apakah instrumen/indikator yang digunakan dapat dipercaya atau handal sebagai alat ukur variabel. Apabila nilai *cronbach's alpha* ( $\alpha$ ) suatu variabel  $> 0,60$  maka indikator yang digunakan oleh variabel tersebut reliabel, sedangkan nilai *cronbach's alpha* ( $\alpha$ ) suatu variabel  $\leq 0,60$

maka indikator yang digunakan oleh variabel tersebut tidak reliabel.

Hasil uji reliabilitas adalah sebagai berikut pada tabel IV.4 :

**Tabel IV.4**

**Hasil Uji Reliabilitas**

No.	Variabel	<i>Cronbach's Alpha</i>	Keterangan
1	Kualitas Pelayanan ( $X_1$ )	0,899 > 0,60	Reliabil
2	Kepuasan Pelanggan( $X_2$ )	0,900 > 0,60	Reliabil
3	Loyalitas Pelanggan (Y)	0,899 > 0,60	Reliabil

Sumber : Data diolah, 2015 (Lampiran 3)

Hasil uji reliabilitas pada tabel IV.4 memperlihatkan nilai *cronbach's alpha* semua variabel yaitu variabel kualitas pelayanan ( $X_1$ ) = 0,899, variabel kepuasan pelanggan ( $X_2$ ) = 0,900, variabel loyalitas pelanggan (Y) = 0,899 > 0,60, sehingga dapat disimpulkan indikator yang digunakan oleh variabel independen kualitas pelayanan ( $X_1$ ), variabel independen kepuasan pelanggan ( $X_2$ ), dan variabel dependen loyalitas pelanggan (Y) dapat di percaya atau handal (Reliabil) untuk digunakan sebagai alat ukur variabel.

### 3. Gambaran Responden

Untuk mengetahui kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan, peneliti telah membagikan kuesioner yang telah dibuat kepada para responden di Pasaraya JM Palembang.

Tabel IV.5

**Distribusi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin**

<b>No.</b>	<b>Jenis Kelamin</b>	<b>Jumlah Orang</b>	<b>Peresentase (%)</b>
1	Laki – laki	32	32 %
2	Perempuan	68	68 %
<b>Jumlah</b>		<b>100</b>	<b>100 %</b>

Sumber : Data diolah 2015

Berdasarkan hasil kuesioner pada tabel IV.5, distribusi responden berdasarkan jenis kelamin yang telah diolah, dari total 100 responden Pasaraya JM Palembang terdapat 68 orang (68%) responden yang berjenis kelamin perempuan dan sisanya yaitu responden laki – laki sebanyak 32 orang (32%). Jadi responden terbanyak adalah perempuan. Hasil ini dikarenakan perempuan memiliki hobi berbelanja yang tinggi dibandingkan dengan pria.

**Tabel IV.6**  
**Distribusi Responden Berdasarkan Usia**

No.	Usia (Tahun)	Jumlah Orang	Peresentase (%)
1	16 – 19	11	11 %
2	20 – 30	43	43 %
3	31 – 40	27	27 %
4	41 ke atas	19	19 %
<b>Jumlah</b>		<b>100</b>	<b>100%</b>

Sumber : Data diolah 2015

Berdasarkan hasil kuesioner pada tabel IV.6 di atas, distribusi responden berdasarkan usia yang telah diolah, dari total 100 responden Pasaraya JM Palembang terdiri dari usia 16 – 19 tahun sebanyak 11 orang (11%), usia 20 – 30 tahun sebanyak 43 (orang 43%), usia 31 – 40 tahun sebanyak 27 orang (27%) sedangkan, untuk usia 41 tahun ke atas sebanyak 19 orang (19%). Jadi responden yang tebanyak adalah pada usia 20 – 30 tahun sebanyak 43 orang. Hal ini dikarenakan pada usia 20 – 30 tahun mahasiswa, sehingga memiliki kebutuhan yang banyak.

Tabel IV.7

**Distribusi Responden Berdasarkan Pekerjaan**

<b>No .</b>	<b>Pekerjaan</b>	<b>Jumlah Orang</b>	<b>Peresentase (%)</b>
1	Pegawai Negeri	20	20 %
2	Wiraswata	22	22 %
3	Pegawai Swasta	28	28 %
4	Mahasiswa/Pelajar	30	30 %
Jumlah		100	100%

Sumber : Data diolah 2015

Berdasarkan hasil kuesioner pada tabel IV.7 di atas, distribusi responden berdasarkan pekerjaan yang telah diolah, dari total 100 responden Pasaraya JM Palembang terdapat 20 orang (20%) yang memiliki pekerjaan sebagai pegawai negeri, yang memiliki pekerjaan sebagai wiraswata sebanyak 22 orang (22%), dan pekerjaan sebagai pegawai swasta sebanyak 28 orang (28%), dan untuk mahasiswa/pelajar sebanyak 30 orang (30%). Jadi jumlah reponden terbanyak adalah mahasiswa/pelajar. Hasil jawaban responden menjelaskan bahwa masyarakat yang berbelanja mayoritas orang terpelajar.

**Tabel IV.8****Distribusi Responden Berdasarkan Pendidikan**

No.	Tingkat Pendidikan	Jumlah Orang	Peresentase (%)
1	SD	0	0 %
2	SMP	5	5 %
3	SMA	58	58 %
4	Perguruan Tinggi	37	37 %
<b>Jumlah</b>		<b>100</b>	<b>100%</b>

Sumber : Data diolah 2015

Berdasarkan hasil kuesioner pada tabel IV.8 di atas, distribusi responden berdasarkan pendidikan yang telah diolah, dari total 100 responden Pasaraya JM Palembang yang berpendidikan terakhir SMP hanya sebanyak 5 orang (5%), yang berpendidikan SMA sebanyak 58 orang (58%), dan yang berpendidikan terakhir perguruan tinggi sebanyak 37 orang (37%). Sedangkan untuk yang memiliki pendidikan terakhir SD tidak ada. Jadi jumlah responden yang terbanyak berpendidikan terakhir sebanyak 58 orang (58%) adalah SMA. Hal ini menggambarkan bahwa masyarakat yang berbelanja di Pasaraya JM Palembang, mayoritas berpendidikan menengah atas.

Tabel IV.9

**Distribusi Responden Berdasarkan Frekuensi**

No.	Frekuensi	Jumlah Orang	Peresentase (%)
1	1 – 2 kali	17	17 %
2	3 – 4 kali	16	16 %
3	Lebih dari 4 kali	67	67 %
<b>Jumlah</b>		<b>100</b>	<b>100%</b>

Sumber : Data diolah 2015

Berdasarkan hasil kuesioner pada tabel IV.9 di atas, distribusi responden berdasarkan frekuensi berkunjung dalam 1 bulan, dari total 100 responden Pasaraya JM Palembang terdiri dari 1 – 2 kali berkunjung sebanyak 17 orang (17%), dan 3 – 4 orang kali berkunjung sebanyak 16 orang (16%), dan sisanya lebih dari 67 orang berkunjung lebih dari 4 kali sebanyak 67 orang (67%). Jadi jumlah frekuensi berkunjung responden terbanyak adalah lebih dari 4 kali. Hal ini dikarenakan mereka yang sudah pernah berbelanja di Pasaraya JM Palembang merasa puas sehingga ingin mengulangi lagi.

#### 4. Distribusi Jawaban Responden

##### a. Distribusi Jawaban Responden terhadap kualitas pelayanan

Tabel IV.10

##### Distribusi Jawaban Responden terhadap Kualitas Pelayanan

No	Indikator	SS		S		N		TS		STS	
		Org	%	Org	%	Org	%	Org	%	Org	%
1	Kenyamanan gedung	45	45,0	22	22,0	7	7,0	25	25,0	1	1,0
2	Kecepatan pelayanan	27	27,0	39	39,0	22	22,0	10	10,0	2	2,0
3	Ketepatan pelayanan	27	27,0	39	39,0	24	24,0	8	8,0	2	2,0
4	Keamanan berbelanja	30	30,0	29	29,0	33	33,0	7	7,0	1	1,0
5	Keramahan karyawan	27	27,0	35	35,0	25	25,0	11	11,0	2	2,0

Sumber : Data yang diolah 2015

Berdasarkan tabel IV.10, menjelaskan bahwa indikator kualitas pelayanan sebagai berikut :

##### 1) Kenyamanan Gedung

Hasil jawaban responden terhadap kenyamanan gedung terlihat bahwa mayoritas responden menjawab ke arah positif, yaitu yang menjawab sangat setuju sebanyak 45 orang, yang menjawab setuju sebanyak 22 orang, jawaban netral sebanyak 7 orang, jawaban tidak setuju sebanyak 25 orang dan jawaban sangat tidak setuju hanya 1 orang. Dari jawaban responden tersebut menjelaskan bahwa mayoritas responden

menyetujui kenyamanan di dalam gedung pada Pasaraya JM Palembang memiliki keadaan gedung yang bersih, ruangan yang sejuk, dan nyaman.

## 2) Kecepatan Pelayanan

Hasil jawaban responden terhadap kenyamanan gedung terlihat bahwa mayoritas responden menjawab ke arah positif, yaitu yang menjawab sangat setuju sebanyak 27 orang, jawaban setuju sebanyak 39 orang dan jawaban netral sebanyak 22 orang, jawaban tidak setuju sebanyak 10 orang dan hanya 2 orang menjawab sangat tidak setuju. Dari jawaban responden tersebut menjelaskan bahwa mayoritas responden menyetujui kecepatan pelayanan, di Pasaraya JM Palembang karyawan melayani pelanggan dengan cepat tidak di ragukan lagi saat pelanggan membutuhkan bantuan informasi layanan.

## 3) Ketepatan Pelayanan

Hasil jawaban responden terhadap kenyamanan gedung terlihat bahwa mayoritas responden menjawab ke arah positif, yaitu sangat setuju sebanyak 27 orang, jawaban setuju sebanyak 39 orang dan jawaban netral sebanyak 24 orang, jawaban tidak setuju sebanyak 8 orang dan hanya 2 orang menjawab sangat tidak setuju. Dari jawaban responden tersebut menjelaskan bahwa mayoritas responden menyetujui ketepatan pelayanan di Pasaraya JM Palembang karyawan melayani kebutuhan

dan keinginan dengan tepat akan informasi mengenai spesifikasi produk tidak diragukan lagi.

#### 4) Keamanan Berbelanja

Hasil jawaban responden terhadap kenyamanan gedung terlihat bahwa mayoritas responden menjawab ke arah positif, yaitu sangat setuju sebanyak 30 orang, jawaban setuju sebanyak 29 orang dan jawaban netral sebanyak 33 orang, jawaban tidak setuju sebanyak 7 orang dan hanya 1 orang menjawab sangat tidak setuju. Dari jawaban responden tersebut menjelaskan bahwa mayoritas responden menyetujui keamanan berbelanja di Pasaraya JM Palembang memiliki keadaan yang nyaman yaitu adanya camera CCTV dan keberadaan petugas keamanan (*security*) membuat aman saat berbelanja tidak diragukan lagi.

#### 5) Keramahan Karyawan

Hasil jawaban responden terhadap kenyamanan gedung terlihat bahwa mayoritas responden menjawab ke arah positif, yaitu sangat setuju sebanyak 27 orang, jawaban setuju sebanyak 35 orang dan jawaban netral sebanyak 25 orang, jawaban tidak setuju sebanyak 11 orang dan hanya 2 orang menjawab sangat tidak setuju. Dari jawaban responden tersebut menjelaskan bahwa mayoritas responden menyetujui keramahan karyawan di Pasaraya JM Palembang pelayanan yang

diberikan karyawan sudah bersikap ramah/sopan dan baik sudah tidak diragukan lagi.

#### b. Distribusi Jawaban Responden terhadap Kepuasan Pelanggan

Tabel IV.11

#### Distribusi Jawaban Responden terhadap Kepuasan Pelanggan

No	Indikator	SS		S		N		TS		STS	
		Org	%	Org	%	Org	%	Org	%	Org	%
1	Kenyamanan	29	29,0	26	26,0	17	17,0	27	27,0	1	1,0
2	Kecepatan	22	22,0	38	38,0	19	19,0	20	20,0	1	1,0
3	Ketepatan	20	20,0	39	39,0	29	29,0	9	9,0	3	3,0
4	Keamanan	25	25,0	34	34,0	28	28,0	9	9,0	4	4,0
5	Keramahan	25	25,0	30	30,0	27	27,0	14	14,0	4	4,0

Sumber : Data yang diolah 2015

Berdasarkan tabel IV.11, menjelaskan bahwa indikator kepuasan pelanggan adalah sebagai berikut :

##### 1) Kenyamanan

Hasil jawaban responden terhadap kenyamanan gedung terlihat bahwa mayoritas responden menjawab ke arah positif, yaitu sangat setuju sebanyak 29 orang, jawaban setuju sebanyak 26 orang dan jawaban netral sebanyak 17 orang, jawaban tidak setuju sebanyak 27 orang dan hanya 1 orang menjawab sangat tidak setuju. Dari jawaban responden tersebut menjelaskan bahwa mayoritas responden menyetujui

kenyamanan di Pasaraya JM Palembang sangat baik dilihat dari fasilitas yang diberikan membuat nyaman pelanggan.

## 2) Kecepatan

Hasil jawaban responden terhadap kenyamanan gedung terlihat bahwa mayoritas responden menjawab ke arah positif, yaitu sangat setuju sebanyak 22 orang, jawaban setuju sebanyak 38 orang dan jawaban netral sebanyak 19 orang, jawaban tidak setuju sebanyak 20 orang dan hanya 1 orang menjawab sangat tidak setuju. Dari jawaban responden tersebut menjelaskan bahwa mayoritas responden menyetujui kecepatan di Pasaraya JM Palembang pelayanan yang diberikan karyawan sangat cepat.

## 3) Ketepatan

Hasil jawaban responden terhadap kenyamanan gedung terlihat bahwa mayoritas responden menjawab ke arah positif, yaitu sangat setuju sebanyak 20 orang, jawaban setuju sebanyak 39 orang dan jawaban netral sebanyak 29 orang, jawaban tidak setuju sebanyak 9 orang dan hanya 3 orang menjawab sangat tidak setuju. Dari jawaban responden tersebut menjelaskan bahwa mayoritas responden menyetujui ketepatan di Pasaraya JM Palembang pelayanan yang diberikan karyawan dalam melayani kebutuhan dan keinginan pelanggan dengan sangat tepat.

4) Keamanan

Hasil jawaban responden terhadap kenyamanan gedung terlihat bahwa mayoritas responden menjawab ke arah positif, yaitu sangat setuju sebanyak 25 orang, jawaban setuju sebanyak 34 orang dan jawaban netral sebanyak 28 orang, jawaban tidak setuju sebanyak 9 orang dan hanya 4 orang menjawab sangat tidak setuju. Dari jawaban responden tersebut menjelaskan bahwa mayoritas responden menyetujui keamanan berbelanja di Pasaraya JM Palembang memiliki keadaan yang sangat aman saat berbelanja.

5) Keramahan

Hasil jawaban responden terhadap kenyamanan gedung terlihat bahwa mayoritas responden menjawab ke arah positif, yaitu sangat setuju sebanyak 25 orang, jawaban setuju sebanyak 30 orang dan jawaban netral sebanyak 27 orang, jawaban tidak setuju sebanyak 14 orang dan hanya 4 orang menjawab sangat tidak setuju. Dari jawaban responden tersebut menjelaskan bahwa mayoritas responden menyetujui keramahan berbelanja di Pasaraya JM Palembang. Pelayanan karyawan yang bersikap sangat ramah.

**c. Distribusi Jawaban Responden terhadap Loyalitas Pelanggan**

**Tabel IV.12**

**Distribusi Jawaban Responden terhadap Loyalitas Pelanggan**

No	Indikator	SS		S		N		TS		STS	
		Org	%								
1	Berkunjung > 2 kali	45	45,0	14	14,0	18	18,0	13	13,0	10	10,0
2	Merekomend asikan ke orang lain	40	40,0	20	20,0	21	21,0	18	18,0	1	1,0
3	Kebal pengaruh pesaing	46	46,0	7	7,0	21	21,0	13	13,0	13	13,0

Sumber : Data yang diolah 2015

Berdasarkan tabel IV.12, menjelaskan bahwa indikator loyalitas pelayanan adalah sebagai berikut :

1) Bekunjung > 2 kali

Hasil jawaban responden terhadap berkunjung > 2 kali ke Pasaraya JM Palembang terlihat bahwa mayoritas responden menjawab ke arah positif, yaitu sangat setuju sebanyak 45 orang, jawaban setuju sebanyak 14 orang dan jawaban netral sebanyak 18 orang, jawaban tidak setuju sebanyak 13 orang dan hanya 10 orang menjawab sangat tidak setuju.

Berdasarkan jawaban responden tersebut menjelaskan bahwa mayoritas responden melakukan pembelian atau transaksi secara teratur > 2 kali dalam 1 bulan di Pasaraya JM Palembang.

2) Merekomendasikan ke orang lain

Hasil jawaban responden terhadap merekomendasikan ke orang lain terlihat bahwa mayoritas responden menjawab ke arah positif, yaitu sangat setuju sebanyak 40 orang, jawaban setuju sebanyak 20 orang dan jawaban netral sebanyak 21 orang, jawaban tidak setuju sebanyak 18 orang dan hanya 1 orang menjawab sangat tidak setuju. Berdasarkan jawaban responden tersebut menjelaskan bahwa mayoritas responden merekomendasikan orang lain untuk berbelanja di Pasaraya JM Palembang.

3) Kebal pengaruh pesaing

Hasil jawaban responden terhadap kebal pengaruh pesaing terlihat bahwa mayoritas responden menjawab ke arah positif, yaitu sangat setuju sebanyak 46 orang, jawaban setuju sebanyak 7 orang dan jawaban netral sebanyak 21 orang, jawaban tidak setuju sebanyak 13 orang dan hanya 13 orang menjawab sangat tidak setuju. Berdasarkan jawaban responden tersebut menjelaskan bahwa mayoritas responden kebal akan pengaruh pesaing dan akan terus berbelanja di Pasaraya JM Palembang.

## 5. Analisis Regresi Linear Berganda

Pada penelitian ini teknik analisa data yang digunakan adalah regresi linear berganda. Teknik analisa ini digunakan untuk mengetahui besarnya pengaruh antara kualitas pelayanan ( $X_1$ ) dan kepuasan pelanggan ( $X_2$ ) terhadap loyalitas pelanggan di Pasaraya JM Palembang yang akan di tampilkan pada tabel IV.13 dengan pengolahan SPSS versi 16.00 sebagai berikut :

**Tabel IV.13**  
**Hasil Uji Regresi Linear Berganda**

Coefficients <sup>a</sup>					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	-1.288	1.143		-1.127	.263
Kualitas Pelayanan	.217	.070	.262	3.100	.000
Kepuasan Pelanggan	.458	.068	.568	6.736	.003

a. Dependent Variable: LoyalitasPelanggan

Sumber : Hasil Pengolahan Data dengan Program SPSS Versi 16.00.2015

(Lampiran 4)

Berdasarkan tabel IV.13, diperoleh koefisien regresi masing – masing variabel yaitu nilai konstanta (*constant*) sebesar -1,288, nilai koefisien regresi variabel kualitas pelayanan ( $X_1$ ) sebesar 0,217 dan variabel kepuasan pelanggan ( $X_2$ ) dengan nilai koefisien regresi sebesar

0,458. Dari koefisien – koefisien tersebut dapat di bentuk persamaan regresi yaitu sebagai berikut :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e$$

$$Y = -1,288 + 0,217X_1 + 0,458X_2$$

$a$  = Bilangan konstanta mempunyai nilai  $-1,288$ , artinya apabila variabel kualitas pelayanan ( $X_1$ ) dan kepuasan pelanggan ( $X_2$ ) sama dengan 0 atau tidak ada, maka loyalitas pelanggan  $Y = a$ . Nilai tersebut merupakan pengaruh dari variabel yang tidak dimasukkan dalam model regresi linear atau tergabung dalam dalam variabel residual ( $e$ ). Tanpa adanya variabel kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan, maka akan menurunkan loyalitas pelanggan di Pasaraya JM Palembang.

$b_1$  = Apabila koefisien variabel independen kualitas pelayanan ( $X_1$ ) meningkat maka akan diikuti dengan peningkatan variabel dependen loyalitas pelanggan ( $Y$ ) dengan asumsi variabel independen kepuasan pelanggan ( $X_2$ ) tetap. Begitu juga sebaliknya, apabila koefisien variabel kualitas pelayanan ( $X_1$ ) menurun maka akan di ikuti dengan penurunan variabel loyalitas pelanggan ( $Y$ ) dengan asumsi variabel kepuasan pelanggan ( $X_2$ ) tetap. Dan jika salah satu indikator kualitas pelayanan yaitu kenyamanan dalam gedung, kecepatan dalam melayani, ketepatan dalam melayani, keamanan saat berbelanja, dan keramahan karyawan meningkat, maka meningkat pula rasa keinginan pelanggan untuk tetap loyal berbelanja di Pasaraya JM Palembang.

$b_2$  = Apabila koefisien variabel independen kepuasan pelanggan ( $X_2$ ) meningkat maka akan diikuti dengan peningkatan variabel dependen loyalitas pelanggan ( $Y$ ) dengan asumsi variabel independen kualitas pelayanan ( $X_1$ ) tetap. Begitu juga sebaliknya, apabila koefisien variabel kepuasan pelanggan ( $X_2$ ) menurun maka akan diikuti dengan penurunan variabel loyalitas pelanggan ( $Y$ ) dengan asumsi variabel kualitas pelayanan ( $X_1$ ) tetap. Dan jika salah satu indikator kepuasan pelanggan yaitu kenyamanan, kecepatan, ketepatan, keamanan dan keramahan meningkat, maka meningkat rasa puas pelanggan dan meningkat pula keinginan pelanggan untuk loyal dan terus berbelanja di Pasaraya JM Palembang.

## 6. Uji F

Anova (Uji F) bertujuan untuk mengetahui apakah variabel kualitas pelayanan ( $X_1$ ) dan kepuasan pelanggan ( $X_2$ ) (secara simultan) berpengaruh terhadap variabel loyalitas pelanggan ( $Y$ ).

### a. Menentukan hipotesis

$H_0$  : Tidak ada pengaruh yang signifikan antara kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan di Pasaraya JM Palembang.

$H_a$  : Ada pengaruh yang signifikan antara kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan di Pasaraya JM Palembang.

b. Menentukan F-tabel dengan tingkat keyakinan 95% tingkat kesalahan ( $\alpha$ ) = 5% = 0,05 dengan penyebut  $df = n-k-1 = (100-2-1)=97$  dan pembilang ( $k=2$ ) adalah sebesar 3,09

c. F hitung

Hasil analisis F hitung dengan program SPSS 16.00, dapat dilihat nilai F hitung sebesar 66,020.

d. Menarik kesimpulan

Jika  $F_{hitung} \geq F_{tabel}$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, sedangkan jika  $F_{hitung} < F_{tabel}$  maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak.

Adapun hasilnya dapat dilihat pada tabel IV.14 berikut ini :

**Tabel IV.14**

**Hasil Pengujian Hipotesis F**

**ANOVA<sup>b</sup>**

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	797.748	2	398.874	66.020	.000 <sup>a</sup>
	Residual	586.042	97	6.042		
	Total	1383.790	99			

a. Predictors: (Constant), KualitasPelayanan(X1), KepuasanPelanggan(X2)

b. Dependent Variable: LoyalitasPelanggan(Y)

Sumber : Hasil Pengolahan Data dengan SPSS versi.16.00.2015

Berdasarkan tabel IV.14 Anova tersebut, dapat dilihat bahwa nilai  $F_{hitung}$  adalah sebesar 66,020. Sedangkan  $F_{tabel}$  dengan taraf nyata ( $\alpha$ ) =

5 % dengan penyebut  $(n-k-1) = (100-2-1) = 97$  dan pembilang  $(k=2)$  adalah sebesar 3,09.

Pada penelitian ini  $F_{hitung} (66,020) > F_{tabel} (3,09)$ , maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Hal tersebut berarti bahwa adanya pengaruh yang signifikan antara variabel independen yaitu kualitas pelayanan ( $X_1$ ) dan kepuasan pelanggan ( $X_2$ ) secara simultan terhadap loyalitas pelanggan di Pasaraya JM Palembang.

## 7. Uji t

Uji t bertujuan untuk mengetahui apakah variabel independen (kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan) secara parsial berpengaruh terhadap variabel dependen (loyalitas pelanggan) di Pasaraya JM Palembang.

### a. Menentukan hipotesis

$H_0$  : Tidak ada pengaruh yang signifikan antara kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan secara parsial terhadap loyalitas pelanggan di Pasaraya JM Palembang.

$H_a$  : Ada pengaruh yang signifikan antara kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan secara parsial terhadap loyalitas pelanggan di Pasaraya JM Palembang.

### b. t tabel

Menentukan nilai t-tabel dengan taraf nyata  $(\alpha) = 5\% = 0,05$  dan derajat kebebasan  $df = (n-2) = (100-2) = 98$ , adalah sebesar 1,984.

## c. t hitung

Hasil analisis t hitung dengan menggunakan program SPSS versi 16.00. Diperoleh hasil t hitung untuk variabel kualitas pelayanan sebesar = 3,100 dan untuk variabel kepuasan pelanggan sebesar = 6,736. Untuk jelasnya dapat dilihat pada tabel IV.15.

## d. Menarik kesimpulan

Jika t hitung  $\geq$  t tabel maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, sedangkan jika t hitung  $<$  t tabel, maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak.

Tabel IV.15

## Hasil Pengujian Hipotesis t

Coefficients <sup>a</sup>					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	-1.288	1.143		-1.127	.263
KepuasanPelanggan	.458	.068	.568	6.736	.000
KualitasPelayanan	.217	.070	.262	3.100	.003

a. Dependent Variable: LoyalitasPelanggan

Sumber : Hasil Pengolahan Data dengan SPSS versi 16.00.2015

Pada tabel IV.15 nilai t tabel dengan taraf nyata ( $\alpha$ ) = 5% dan df (n-2) = (100 - 2) = 98, adalah sebesar 1,984. Maka dapat dijelaskan pengaruh masing – masing variabel kualitas pelayanan ( $X_1$ ) dan kepuasan pelanggan ( $X_2$ ) secara parsial berpengaruh terhadap variabel loyalitas pelanggan (Y) di Pasaraya JM Palembang sebagai berikut :

**1) Pengaruh Variabel Kualitas Pelayanan secara parsial terhadap loyalitas pelanggan.**

Berdasarkan tabel IV.15, maka dapat dilihat bahwa nilai  $t$  hitung untuk variabel kualitas pelayanan ( $X_1$ ) terhadap loyalitas pelanggan ( $Y$ ) adalah sebesar 3,100. Hal ini berarti  $t\text{-tabel} = (1,984) < t\text{-hitung} = (3,100)$ , maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Berarti ada pengaruh antara kualitas pelayanan ( $X_1$ ) terhadap loyalitas pelanggan ( $Y$ ).

**2) Pengaruh Variabel Kepuasan Pelanggan secara Parsial terhadap Loyalitas Pelanggan.**

Berdasarkan tabel *coefficients* di atas, dapat dilihat bahwa nilai  $t$  hitung untuk variabel Kepuasan Pelanggan ( $X_2$ ) terhadap Loyalitas Pelanggan ( $Y$ ) adalah sebesar 6,736. Hal ini berarti  $t\text{-tabel} = (1,984) < t\text{-hitung} = (6,736)$ , maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Berarti ada pengaruh antara variabel kepuasan pelanggan ( $X_2$ ) terhadap loyalitas Pelanggan ( $Y$ ) di Pasaraya JM Palembang.

**8. Koefisien Determinan**

Uji koefisien ini digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel bebas, yaitu kualitas pelayanan ( $X_1$ ) dan kepuasan pelanggan ( $X_2$ ) secara simultan terhadap variabel terikat yaitu loyalitas pelanggan ( $Y$ ) di Pasaraya JM Palembang, sebagai berikut :

Tabel IV.16

## Hasil Uji Koefisien Determinan

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.759 <sup>a</sup>	.576	.568	2.458

a. Predictors: (Constant), KualitasPelayanan(X1), KepuasanPelanggan(X2)

Sumber : Hasil Pengolahan Data dengan Program SPSS versi 16.00.2015 (Lampiran 4)

Berdasarkan tabel IV.16, dapat dilihat bahwa nilai *R Square* ( $R^2$ ) sebesar 0,576 (57,6%). Angka tersebut menggambarkan bahwa loyalitas pelanggan di Pasaraya JM Palembang, dapat dijelaskan oleh kualitas pelayanan (X1) dan kepuasan pelanggan sebesar 57,6%. Sedangkan sisanya 42,4% dipengaruhi oleh faktor – faktor lain yang tidak masuk dalam persamaan tersebut.

### C. Perbandingan Hasil Penelitian dengan Hasil Penelitian Sebelumnya

**Tabel IV.17**

	Afrizawati (2012)	Elfri Ngutji, Dkk (2014)	Sonya Mahanani (2010)	Adi Tirta (2015)
Teknik Pengumpulan data	Kuesioner	Kuesioner	Kuesioner	Kuesioner
Analisis Regresi	Regresi linear berganda	Regresi linear berganda	Regresi linear berganda	Regresi linear berganda
Populasi	Konsumen Hotel Arista Palembang.	Konsumen KFC Megamall	Pelanggan PT. PLN (Persero) UPJ Semarang Barat.	Pelanggan Pasaraya JM Palembang
Teknik pengambilan sampel	<i>Accidental Sampling</i>	<i>Accidental Sampling</i>	<i>Accidental Sampling</i>	<i>Accidental Sampling</i>
Lokasi	Hotel Arista Palembang	KFC Megamall Menado	PT. PLN (Persero) UPJ Semarang Barat.	Pasaraya JM Palembang
Variabel	Berwujud, Keandalan, Daya Tanggap, Jaminan, Empati dan Kepuasan Pelanggan.	Kualitas Pelayanan, Kepuasan Konsumen dan Kesetiaan Merek	Bukti Fisik, Keandalan, Daya Tanggap, Jaminan, Empati dan Kepuasan Pelanggan.	Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Pelanggan
Hasil	Variabel Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel kepuasan konsumen. $Y = 2,058 + 0,356X_1 + 0,09X_2 + 0,089X_3 + 0,250X_4 + 0,329X_5$	Variabel Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Konsumen berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel Kesetiaan Merek. $Y = 0,077 + 0,243X_1 + 0,743X_2$	Variabel Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel kepuasan Pelanggan. $Y = 0,595 + 0,263X_1 + 0,209X_2 + 0,248X_3 + 0,372X_4 + 0,191X_5$	Variabel Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan berpengaruh positif terhadap variabel Loyalitas Pelanggan. $Y = -1,288 + 0,217X_1 + 0,458X_2$

Sumber : Afrizawati (2012), Elfri Ngutji.Dkk (2014), Sonya Mahanani (2010),

Adi Tirta (2015)

Pada tabel IV.17, hasil perbandingan menunjukkan adanya kesamaan dan perbedaan antara penelitian sebelumnya dengan hasil penelitian ini yaitu mempunyai kesamaan pada teknik pengumpulan data dengan kuesioner, analisis menggunakan regresi linear berganda, Afrizawati (2012)  $Y = 2,058 + 0,356X_1 + 0,09X_2 + 0,089X_3 + 0,250X_4 + 0,329X_5$ , Elfri Ngutji (2014)  $Y = 0,077 + 0,243X_1 + 0,743X_2$ , Sonya Mahanani (2010)  $Y = 0,595 + 0,263X_1 + 0,209X_2 + 0,248X_3 + 0,372X_4 + 0,191X_5$ , dan Adi Tirta (2015)  $Y = -1,288 + 0,217X_1 + 0,458X_2$ , dan pada penelitian sebelumnya dan penelitian ini semua variabel independen berpengaruh positif terhadap variabel dependen. Teknik pengambilan sampel dengan *Accidental Sampling*. Perbedaan antara penelitian sebelumnya dengan penelitian ini yaitu hanya pada lokasi penelitian.



## BAB V

### SIMPULAN DAN SARAN

#### A. Simpulan

Berdasarkan hasil analisis regresi linear berganda diperoleh bahwa, adanya pengaruh antara Kualitas Pelayanan ( $X_1$ ) dan Kepuasan Pelanggan ( $X_2$ ) secara simultan terhadap Loyalitas Pelanggan ( $Y$ ) di Pasaraya JM Palembang. Dengan persamaan  $Y = -1,288 + 0,217X_1 + 0,458X_2$ . Berdasarkan hasil uji t menunjukkan bahwa variabel Kualitas Pelayanan ( $X_1$ ) secara parsial berpengaruh positif terhadap Loyalitas Pelanggan ( $Y$ ) dan Kepuasan Pelanggan ( $X_2$ ) secara parsial berpengaruh positif terhadap Loyalitas Pelanggan ( $Y$ ) di Pasaraya JM Palembang.

#### B. Saran

Berdasarkan penelitian yang ada, peneliti mencoba memberikan saran yaitu hendaknya mempertahankan dan lebih meningkatkan lagi kualitas pelayanan karena faktor ini yang paling kecil berpengaruh terhadap peningkatan loyalitas pelanggan. Seperti, ketepatan dalam memberikan informasi terhadap produk yang ada dan kenyamanan tata letak (*layout*) di dalam gedung harus diperbaiki jarak antara 1 rak dengan rak yang lain, sehingga pelanggan merasa puas dan akan setia untuk terus berbelanja di Pasaraya JM Palembang.

## DAFTAR PUSTAKA

- Afrizawati .(2012). *Analisis Pengaruh Kualitas Jasa Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Hotel Arista Palembang*. Jurnal Diterbitkan. Palembang: Politeknik Negeri Sriwijaya.
- Elfri Ngutji. Dkk .(2007). *Kualitas Pelayanan dan Kepuasan konsumen Terhadap Kesetiaan Merek KFC Megamall Manado*. Jurnal Diterbitkan. Manado: Universitas Ratulangi.
- Fandy Tjiptono. (2007). *Pemasaran Jasa*. Edisi Pertama. Malang : Bayumedia Publising.
- \_\_\_\_\_. (2008b). *Strategi Pemasaran*. jilid 1, Penerbit CV Andi Ofsset, Yogyakarta.
- \_\_\_\_\_. (2009c). *Manajemen Jasa*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Kotler, Philip.,& Kevin Lane.(2009). *Manajemen Pemasaran*. Ahli Bahasa Benyamin Molan. 2007. Edisi 13, Jilid 1, Jakarta : Penerbit Erlangga.
- Mudrajad Kuncoro. (2009). *Metode Riset Untuk Bisnis dan Ekonomi*. Edisi ketiga. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- M Iqbal Hasan. (2008). *Satistik I*. Edisi kedua, Jakarta: Bumi Aksara.
- Rambat Lupiyoadi. (2008). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: PT Salemba Empat.
- Ratih Hurriyati. (2008). *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*.Cetakan kedua, Bandung: Alfabeta.
- Sa'adah Siddik. Dkk. (2014). *Pedoman Penulisan Usulan Penelitian Dan Skripsi*. Cetakan keempat. Palembang : Universitas Muhammadiyah Palembang.
- Sonia Mahanani.(2010). *Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Dalam Pembayaran Rekening Listrik( Studi Pada Unit Pelayanan Pelanggan Semarang Barat)*. Jurnal Diterbitkan .Semarang: Universitas Diponegoro semarang.
- Sugiyono. (2010a). *Metode Penelitian Bisnis*. Cetakan kelimabelas. Bandung : Alfabeta.

\_\_\_\_\_. (2012b). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D*. Cetakan ketujuhbelas. Bandung : Alfabeta.

Umar Husein. (2004). *Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen*. Cetakan Keempat. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.

LAMPPIRAN



**Responden yang terhormat,**

Kami adalah peneliti dari **Universitas Muhammadiyah Palembang** yang sedang mengadakan penelitian tentang **“Pengaruh Kualitas Layanan dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan di Pasaraya JM Palembang”** untuk rujukkan di jadikan skripsi . Agar dapat meluangkan waktunya untuk mengisi kuisisioner berikut ini.

**A. Petunjuk**

1. Isilah pernyataan dibawah ini dengan pilihan yang sudah tersedia sesuai dengan pendapat saudara, dengan memberikan tanda (√) pada jawaban yang anda pilih.
2. Demi tercapainya hasil yang diinginkan, kami sangat mengharapkan Bapak/Ibu/Saudara dapat mengisi daftar pertanyaan ini secara lengkap dan benar.
3. Penelitian ini sifatnya hanya untuk kegiatan ilmiah dan tidak untuk dipublikasikan.

**B. Identitas Responden**

1. Jenis kelamin anda :  Pria  Wanita
2. Usia anda saat ini :  
 16 – 19 tahun  31 – 40 tahun  
 20 – 30 tahun  41 tahun ke atas
3. Pekerjaan anda :  
 Pegawai Negeri  Pegawai Swasta  
 Wiraswata  Mahasiswa / Pelajar
4. Pendidikan terakhir :  
 SD  SMA  
 SMP  Perguruan Tinggi
5. Anda sudah berapa kali berkunjung ke Pasaraya JM :  
 1 – 2 kali  lebih dari 4 kali  
 3 – 4 kali

**Keterangan :**

- SS (5) = Sangat Setuju.  
S (4) = Setuju.  
N (3) = Netral.  
TS (2) = Tidak Setuju.  
STS (1) = Sangat Tidak Setuju.

### KUESIONER SKRIPSI

No.	Indikator  Kualitas Layanan	Nilai				
		SS	S	N	TS	STS
		5	4	3	2	1
1.	Keadaan yang nyaman saat berbelanja didalam gedung Pasaraya JM Palembang tidak diragukan lagi.					
2.	Karyawan Pasaraya JM Palembang melayani pelanggan dengan cepat tidak diragukan lagi.					
3.	Karyawan Pasaraya JM Palembang melayani kebutuhan dan keinginan konsumen dengan tepat tidak diragukan lagi.					
4.	Keadaan yang aman saat berbelanja di Pasaraya JM Palembang sudah tidak diragukan lagi.					
5.	Pelayanan yang diberikan karyawan Pasaraya JM Palembang sudah bersikap ramah tidak diragukan lagi.					

No.	Indikator  Kepuasan Pelanggan	Nilai				
		SS	S	N	TS	STS
		5	4	3	2	1
1.	Keadaan didalam gedung di Pasaraya JM Palembang yang sangat nyaman.					
2.	Pelayanan yang di berikan karyawan di Pasaraya JM Palembang yang sangat cepat.					
3.	Pelayanan yang diberikan karyawan di Pasaraya JM Palembang dalam melayani kebutuhan dan keinginan konsumen dengan sangat tepat.					
4.	Saat berbelanja di Pasaraya JM Palembang sangatlah aman.					
5.	Pelayanan karyawan yang bersikap sangat ramah saat berbelanja di Pasaraya JM Palembang.					

No.	Indikator  Loyalitas Pelanggan	Nilai				
		SS	S	N	TS	STS
		5	4	3	2	1
1.	Saya melakukan pembelian atau melakukan transaksi secara teratur lebih dari $\geq 2$ kali di pasaraya JM dalam 1 bulan.					
2.	Saya akan merekomendasikan atau menyarankan orang lain untuk berbelanja di pasaraya JM.					
3.	Saya tidak ingin pindah ke pusat perbelanjaan lainnya.					

### Hasil Jawaban Responden

No	Kualitas Pelayanan (X1)						total	Kepuasan Pelanggan (X2)					total	Loyalitas Pelanggan (y)			
	1	2	3	4	5	1		2	3	4	5	1		2	3	total	
1	2	3	2	3	2	12	2	2	2	3	2	11	1	2	1	4	
2	5	4	5	5	4	23	5	5	4	5	5	24	5	5	5	15	
3	5	5	5	5	5	25	1	1	1	1	1	5	2	2	2	6	
4	2	3	3	3	3	14	2	2	2	3	2	11	2	2	1	5	
5	2	3	3	3	2	13	2	2	3	3	2	12	1	2	1	4	
6	4	4	3	2	3	16	4	5	4	5	5	23	4	5	5	14	
7	2	3	2	3	2	12	2	2	3	3	3	13	1	2	1	4	
8	3	3	3	3	3	15	3	4	3	4	3	17	3	3	3	9	
9	5	5	5	5	5	25	4	5	4	5	4	22	5	5	5	15	
10	2	3	3	2	3	13	2	2	3	3	3	13	1	2	1	4	
11	2	2	2	3	2	11	2	3	2	3	2	12	1	2	1	4	
12	2	3	3	3	2	13	2	2	2	3	2	11	2	2	2	6	
13	2	2	3	3	3	13	2	2	3	3	2	12	1	2	1	4	
14	5	4	4	4	4	21	5	4	4	4	4	21	5	4	5	14	
15	5	4	4	4	4	21	3	2	4	1	4	14	1	5	1	7	
16	5	4	4	4	4	21	4	3	3	3	3	16	2	4	5	11	
17	5	5	5	5	4	24	5	5	5	5	5	25	5	5	5	15	
18	2	4	4	3	4	17	2	4	4	3	4	17	5	3	3	11	
19	5	4	4	3	5	21	3	4	4	3	3	17	4	5	5	14	
20	3	3	4	4	5	19	5	4	5	4	3	21	5	5	5	15	
21	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25	5	5	5	15	
22	5	5	5	5	5	25	4	4	4	4	5	21	5	5	5	15	
23	4	5	4	5	4	22	4	4	4	5	4	21	4	4	4	12	
24	3	4	5	5	4	21	5	5	4	5	5	24	4	5	5	14	
25	4	4	4	3	3	18	4	4	4	3	3	18	2	2	3	7	
26	5	5	5	5	5	25	4	5	4	5	4	22	5	5	5	15	
27	5	1	2	3	3	14	3	3	3	3	3	15	5	5	5	15	
28	5	4	5	4	4	22	4	4	3	4	4	19	5	5	5	15	
29	5	5	4	4	4	22	5	4	3	4	3	19	5	5	5	15	
30	3	4	3	5	3	18	3	4	4	5	5	21	5	5	5	15	
31	5	4	4	4	4	21	5	5	5	5	5	25	5	5	5	15	
32	4	4	4	4	4	20	3	4	2	5	3	17	5	5	5	15	
33	5	5	5	5	5	25	4	4	5	1	1	15	5	5	5	15	
34	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20	4	3	3	10	
35	5	3	4	3	4	19	4	2	5	4	3	18	5	5	5	15	
36	4	4	4	3	4	19	2	3	4	4	4	17	3	3	3	9	
37	2	1	1	1	1	6	2	2	2	2	2	10	2	2	2	6	
38	2	3	4	3	3	15	2	3	3	2	3	13	2	3	3	8	
39	4	3	3	4	3	17	5	3	4	3	3	18	2	3	2	7	
40	4	4	3	5	3	19	4	3	4	4	3	18	4	4	2	10	
41	5	4	3	2	1	15	5	4	3	4	4	20	4	5	5	14	
42	2	3	3	3	3	14	3	3	3	3	3	15	3	3	2	8	
43	2	2	2	3	3	12	2	2	2	3	3	12	2	2	2	6	
44	2	3	3	3	2	13	2	2	3	3	2	12	1	2	1	4	

45	5	4	5	4	4	4	3	4	4	5	22	22	5	4	4	20	5	5	15
46	5	5	5	5	5	5	5	5	5	25	25	5	5	5	5	25	5	5	15
47	5	4	3	3	4	3	4	4	3	18	18	3	3	3	2	17	2	3	7
48	4	4	4	4	3	3	3	3	4	18	18	3	3	3	3	16	3	3	9
49	4	3	3	3	4	4	4	4	3	16	16	4	4	4	2	19	2	3	7
50	5	5	5	5	5	2	5	4	5	23	23	5	4	5	5	21	5	5	14
51	4	3	4	4	4	4	3	4	4	20	20	4	4	5	3	19	3	3	9
52	5	4	3	3	3	3	4	3	3	18	18	3	3	3	3	16	5	5	15
53	4	4	4	4	5	4	5	5	4	23	23	4	5	4	4	23	4	5	14
54	4	4	4	4	4	4	4	4	4	20	20	4	4	4	3	20	3	3	9
55	2	4	4	4	2	4	2	4	4	17	17	2	4	3	4	14	4	2	9
56	5	5	5	4	4	5	4	5	5	22	22	5	4	4	5	23	5	5	14
57	4	3	3	3	4	4	3	4	4	16	16	3	3	3	3	19	3	4	12
58	5	5	5	5	3	3	3	3	3	25	25	5	5	5	5	15	5	5	15
59	5	4	4	4	4	4	4	4	4	21	21	4	4	4	3	21	3	5	13
60	5	4	4	4	3	4	3	4	4	22	22	4	4	5	5	18	4	3	12
61	5	5	5	5	5	5	5	5	5	25	25	5	5	5	3	25	4	5	12
62	5	5	5	5	5	4	5	5	5	25	25	5	5	5	4	23	4	4	12
63	4	4	4	4	4	4	4	4	4	20	20	4	4	4	3	20	3	3	9
64	4	4	4	4	4	4	3	4	4	20	20	3	4	4	3	17	3	3	9
65	5	4	5	5	5	4	5	4	3	24	24	5	5	5	5	21	3	5	13
66	5	4	4	4	2	1	2	1	1	21	21	2	4	4	1	7	1	1	3
67	4	5	4	4	5	4	4	4	5	22	22	5	4	4	4	22	5	3	12
68	2	3	3	3	2	2	2	3	2	14	14	2	3	3	3	11	4	2	9
69	2	3	2	2	2	2	2	2	2	11	11	2	2	2	4	10	3	2	9
70	3	3	3	3	2	3	3	3	2	14	14	2	3	3	3	13	3	3	9
71	2	3	4	4	3	4	4	4	4	16	16	4	4	3	3	20	3	3	10
72	2	2	2	2	3	2	3	3	3	11	11	2	2	3	1	13	1	1	4
73	5	5	5	4	5	4	5	5	5	23	23	5	4	5	5	24	5	5	15
74	5	4	4	4	3	4	3	4	3	21	21	4	5	4	2	18	4	5	11
75	5	4	4	4	4	4	4	3	4	23	23	5	4	5	5	21	5	5	15
76	4	4	4	4	4	4	3	4	4	20	20	4	4	4	3	19	3	3	9
77	4	4	4	4	4	4	4	4	5	22	22	5	5	5	5	23	5	4	14
78	5	4	5	3	4	2	3	3	2	21	21	2	4	3	1	10	5	5	11
79	5	3	4	4	3	3	3	3	3	20	20	4	4	4	5	15	5	5	15
80	2	5	4	4	2	4	4	4	5	19	19	3	4	4	5	21	5	5	14
81	3	5	3	2	3	2	4	3	3	18	18	5	5	2	5	18	5	2	9
82	1	2	3	4	2	4	4	4	4	15	15	5	4	4	5	21	5	5	15
83	4	4	4	5	4	4	4	4	4	22	22	3	5	4	3	19	3	3	9
84	2	2	2	2	3	3	4	4	4	12	12	2	3	3	2	16	2	3	7
85	5	5	4	4	4	4	4	5	4	21	21	3	4	4	5	20	5	5	15
86	2	2	3	3	2	3	3	2	2	12	12	2	3	3	4	12	4	2	9
87	2	2	3	3	2	2	2	2	2	12	12	2	2	2	3	10	3	3	8
88	4	3	3	3	4	5	4	5	4	16	16	4	3	3	5	23	5	5	14
89	5	4	5	5	4	5	5	5	4	23	23	5	5	5	5	24	5	4	14
90	5	5	4	4	4	4	4	4	4	22	22	4	4	4	4	21	5	5	14
91	5	5	5	5	4	22	4	4	4	25	25	4	5	5	4	22	4	4	12

<b>92</b>	2	4	4	4	5	19	2	4	4	4	5	19	5	4	1	10
<b>93</b>	3	2	1	2	2	10	2	4	1	5	5	17	5	5	5	15
<b>94</b>	5	5	4	4	4	22	3	3	3	3	3	15	3	3	3	9
<b>95</b>	4	3	4	2	3	16	2	2	3	5	5	17	5	4	4	13
<b>96</b>	2	5	5	5	5	22	5	5	5	4	5	24	5	4	5	14
<b>97</b>	5	5	5	5	5	25	5	4	5	3	3	20	5	4	5	14
<b>98</b>	5	4	5	4	5	23	5	5	5	5	5	25	5	5	5	15
<b>99</b>	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25	5	5	5	15
<b>100</b>	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25	5	5	5	15

### Tabel r Product Moment

Pada Sig.0,05 (Two Tail)

N	r	N	r	N	r	N	r	N	r	N	r
1	0.997	41	0.301	81	0.216	121	0.177	161	0.154	201	0.138
2	0.95	42	0.297	82	0.215	122	0.176	162	0.153	202	0.137
3	0.878	43	0.294	83	0.213	123	0.176	163	0.153	203	0.137
4	0.811	44	0.291	84	0.212	124	0.175	164	0.152	204	0.137
5	0.754	45	0.288	85	0.211	125	0.174	165	0.152	205	0.136
6	0.707	46	0.285	86	0.21	126	0.174	166	0.151	206	0.136
7	0.666	47	0.282	87	0.208	127	0.173	167	0.151	207	0.136
8	0.632	48	0.279	88	0.207	128	0.172	168	0.151	208	0.135
9	0.602	49	0.276	89	0.206	129	0.172	169	0.15	209	0.135
10	0.576	50	0.273	90	0.205	130	0.171	170	0.15	210	0.135
11	0.553	51	0.271	91	0.204	131	0.17	171	0.149	211	0.134
12	0.532	52	0.268	92	0.203	132	0.17	172	0.149	212	0.134
13	0.514	53	0.266	93	0.202	133	0.169	173	0.148	213	0.134
14	0.497	54	0.263	94	0.201	134	0.168	174	0.148	214	0.134
15	0.482	55	0.261	95	0.2	135	0.168	175	0.148	215	0.133
16	0.468	56	0.259	96	0.199	136	0.167	176	0.147	216	0.133
17	0.456	57	0.256	97	0.198	137	0.167	177	0.147	217	0.133
18	0.444	58	0.254	98	0.197	138	0.166	178	0.146	218	0.132
19	0.433	59	0.252	99	0.196	139	0.165	179	0.146	219	0.132
20	0.423	60	0.25	100	0.195	140	0.165	180	0.146	220	0.132
21	0.413	61	0.248	101	0.194	141	0.164	181	0.145	221	0.131
22	0.404	62	0.246	102	0.193	142	0.164	182	0.145	222	0.131
23	0.396	63	0.244	103	0.192	143	0.163	183	0.144	223	0.131
24	0.388	64	0.242	104	0.191	144	0.163	184	0.144	224	0.131
25	0.381	65	0.24	105	0.19	145	0.162	185	0.144	225	0.13
26	0.374	66	0.239	106	0.189	146	0.161	186	0.143	226	0.13
27	0.367	67	0.237	107	0.188	147	0.161	187	0.143	227	0.13
28	0.361	68	0.235	108	0.187	148	0.16	188	0.142	228	0.129
29	0.355	69	0.234	109	0.187	149	0.16	189	0.142	229	0.129
30	0.349	70	0.232	110	0.186	150	0.159	190	0.142	230	0.129
31	0.344	71	0.23	111	0.185	151	0.159	191	0.141	231	0.129
32	0.339	72	0.229	112	0.184	152	0.158	192	0.141	232	0.128
33	0.334	73	0.227	113	0.183	153	0.158	193	0.141	233	0.128
34	0.329	74	0.226	114	0.182	154	0.157	194	0.14	234	0.128
35	0.325	75	0.224	115	0.182	155	0.157	195	0.14	235	0.127
36	0.32	76	0.223	116	0.181	156	0.156	196	0.139	236	0.127
37	0.316	77	0.221	117	0.18	157	0.156	197	0.139	237	0.127
38	0.312	78	0.22	118	0.179	158	0.155	198	0.139	238	0.127
39	0.308	79	0.219	119	0.179	159	0.155	199	0.138	239	0.126
40	0.304	80	0.217	120	0.178	160	0.154	200	0.138	240	0.126

# LAMPIRAN 1

## Frequencies

### Statistics

		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5
N	Valid	100	100	100	100	100
	Missing	0	0	0	0	0

FREQUENCIES VARIABLES=X2.1 X2.2 X2.3 X2.4 X2.5

/ORDER=ANALYSIS.

### X1.1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	1	1.0	1.0	1.0
	2	25	25.0	25.0	26.0
	3	7	7.0	7.0	33.0
	4	22	22.0	22.0	55.0
	5	45	45.0	45.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

### X1.2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	2	2.0	2.0	2.0
	2	10	10.0	10.0	12.0
	3	22	22.0	22.0	34.0
	4	39	39.0	39.0	73.0
	5	27	27.0	27.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

# DAFTAR NILAI

NAMA : ADI TIRTA  
NIM : 212011126

NO	NAMA SURAT	SKOR NILAI
1	AL-FAJR	75
2	AL-BALAD	85
3	ASY-SYAM	70
4	AL-LAIL	80
5	AD-DHUHA	100
6	AL-INSYIRAH	100
7	AT-TIN	100
8	AL-ALAQ	100
9	AL-QADAR	100
10	AL-BAIYINAH	65
11	AL-ZALZALAH	75
12	AL-ADYAT	75
13	AL-QARI'AH	70
14	AT-TAKATSUR	80
15	AL-ASHR	90
16	AL-HUMAZAH	90
17	AL-FIIL	90
18	QURAI SY	90
19	AL-MA'UN	90
20	AL-KAUTSAR	90
21	AL-KAFIRUN	90
22	AN-NASHR	90
23	AL-LAHAB	90
24	AL-IKHLAS	90
25	AL-FALAQ	90
26	AN-NAS	90
<b>NILAI RATA - RATA</b>		<b>87</b>

**PREDIKAT = MEMUASKAN**



PT. JAYA MASAWAN PUTRA SEJAHTERA

PASARAYA JM PALEMBANG

Jalan Letkol Iskandar No. 578 Palembang 30125.

Telp.(0711) 421787. 421867 Fax.(0711) 420283

---

Palembang, 15 Februari 2015

Nomor : 031/190/SDM/KL/2015.

Kepada

Lampiran : -

Yth.Dekan Fakultas Ekonomi

Perihal : Izin Bantuan Data

Universitas Muhammadiyah

di-

Palembang

Sehubungan dengan surat saudara nomer 596/H-5/FEB-UMP/II/2015, tanggal 15 Februari 2015 perihal Mohon Bantuan Data atas nama

Nama : ADI TIRTA

Nim : 212011126

Jurusan : Manajemen

Dengan ini diberitahukan kepada saudara bahwa terhadap mahasiswa tersebut diatas diberikan izin untuk melakukan pengambilan data di Pasaraya JM Palembang.

Demikianlah atas perhatian kami ucapkan terimakasih.

Kabag HR/GA

Pasaraya JM Palembang

Yedi Sugarda, S.E



بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

# KARTU AKTIVITAS BIMBINGAN USULAN PENELITIAN

MAHASISWA : Adi Tirta	PEMBIMBING
: 21.2011.126	KETUA : Mismiwati Abdullah, SE.M.P
PROGRAM STUDI : Manajemen Pemasaran	ANGGOTA :
TITEL SKRIPSI : Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan di Pasaraya JM (Jaya Masawan) Palembang	

TGL/BL/TH KONSULTASI	MATERI YANG DIBAHAS	PARAF PEMBIMBING		KETERANGAN
		KETUA	ANGGOTA	
5 Des 2014	Kuesioner	<i>[Signature]</i>		
26 Nov 2014	Teori	<i>[Signature]</i>		
18 Nov 2014	Operasionalisasi Variabel	<i>[Signature]</i>		
9 Nov 2014	Daftar Pustaka	<i>[Signature]</i>		
				Acc, Seminar Senin Sesi II tgl 08 Des 2014
				<i>[Signature]</i>

**PETUNJUK :**

Mahasiswa diberikan waktu menyelesaikan skripsi, 6 bulan terhitung sejak tanggal ditetapkan

Dikeluarkan di : Palembang
Pada tanggal : / /
<i>[Signature]</i> Hj. Mafiah Nurrahmi, S.E., M.Si





**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PALEMBANG  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

AKREDITASI  
 INSTITUSI PERGURUAN TINGGI  
 PROGRAM STUDI MANAJEMEN (S1)  
 PROGRAM STUDI AKUNTANSI (S1)  
 PROGRAM STUDI MANAJEMEN PEMASARAN (D3)

Nomor : 027/SK/BAN-PT/Akred/PT/I/2014 (B)  
 Nomor : 044/SK/BAN-PT/Akred/S/I/2014 (B)  
 Nomor : 044/SK/BAN-PT/Ak-XIII/S1/II/2011 (B)  
 Nomor : 005/BAN-PT/Ak-X/Dpl-III/VI/2010 (B)

mpalembang.net/feump

Email : feumplg@gmail.com

alamat : Jalan Jenderal Ahmad Yani 13 Ulu Palembang 30263 Telp. (0711) 511433 Faximile (0711) 518018

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

**LEMBAR PERSETUJUAN PERBAIKAN SKRIPSI**

Hari/Tanggal : Jum'at, 27 Maret 2015  
 Pukul : 13.00-17.00 WIB  
 Nama : ADI TIRTA  
 NIM : 21 2011 126  
 Jurusan : Manajemen  
 Bidang Skripsi : Pemasaran  
 Judul : **PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN KEPUASAN PELANGGAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN DI PASARAYA JM (JAYA MASAWAN) PALEMBANG**

**TELAH DIPERBAIKI DAN DISETUJUI OLEH TIM PENGUJI DAN PEMBIMBING SKRIPSI DAN DIPERKENANKAN UNTUK MENGIKUTI WISUDAH**

NO	NAMA DOSEN	JABATAN	TANGGAL PERSETUJUAN	TANDA TANGAN
1	Mismiwati Abdullah, S.E.,M.P	Pembimbing		
2	DR Sri Rahayu, Hj, S.E., M.M	Ketua Penguji	30/3 - 2015	
3	Mismiwati Abdullah, S.E.,M.P	Penguji I		
4	Amidi, S.E, M.Si	Penguji II		

Palembang, Maret 2015  
 Mengetahui  
 u.p. Ketua Program Studi Manajemen  
  
 (Hj. Maftuhah Nurrahmi, S.E., M.Si)  
 NIDN/NBM : 0216057001/673.839

**ANOVA<sup>b</sup>**

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	797.748	2	398.874	66.020	.000 <sup>a</sup>
	Residual	586.042	97	6.042		
	Total	1383.790	99			

a. Predictors: (Constant), KualitasPelayanan, KepuasanPelanggan

b. Dependent Variable: LoyalitasPelanggan

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

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-1.288	1.143		-1.127	.263
	KepuasanPelanggan	.458	.068	.568	6.736	.000
	KualitasPelayanan	.217	.070	.262	3.100	.003

a. Dependent Variable: LoyalitasPelanggan

```

REGRESSION
  /MISSING LISTWISE
  /STATISTICS COEFF OUTS R ANOVA
  /CRITERIA=PIN(.05) POUT(.10)
  /NOORIGIN
  /DEPENDENT LoyalitasPelanggan

  /METHOD=ENTER KepuasanPelanggan KualitasPelayanan.

```

## Regresi Linear Berganda

[DataSet0]

**Model Summary**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.759 <sup>a</sup>	.576	.568	2.458

a. Predictors: (Constant), KualitasPelayanan, KepuasanPelanggan

**Variables Entered/Removed<sup>b</sup>**

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	KualitasPelayanan , KepuasanPelanggan <sup>a</sup>		Enter

a. All requested variables entered.

b. Dependent Variable: LoyalitasPelanggan



## Reliability

### LOYALITAS PELANGGAN

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	100	100.0
	Excluded <sup>a</sup>	0	.0
	Total	100	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.899	.905	3

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Y1.1	7.40	6.444	.775	.610	.878
Y1.2	7.31	7.226	.844	.715	.835
Y1.3	7.51	5.909	.807	.673	.856

Scale Statistics

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
11.11	13.978	3.739	3

## Reliability

### KEPUASAN PELANGGAN

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	100	100.0
	Excluded <sup>a</sup>	0	.0
	Total	100	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.900	.900	5

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X2.1	14.49	13.465	.747	.619	.880
X2.2	14.44	13.663	.842	.717	.858
X2.3	14.40	15.091	.695	.527	.890
X2.4	14.37	14.437	.724	.601	.884
X2.5	14.46	13.847	.758	.618	.876

Scale Statistics

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
18.04	21.493	4.636	5

## Reliability

### KUALITAS PELAYANAN

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	100	100.0
	Excluded <sup>a</sup>	0	.0
	Total	100	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.899	.906	5

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X1.1	15.14	12.889	.631	.438	.912
X1.2	15.20	13.333	.789	.633	.869
X1.3	15.18	13.058	.864	.777	.854
X1.4	15.19	13.772	.751	.590	.878
X1.5	15.25	13.321	.767	.687	.874

Scale Statistics

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
18.99	20.232	4.498	5

# LAMPIRAN 3

CORRELATIONS

/VARIABLES=X2.1 X2.2 X2.3 X2.4 X2.5 KepuasanPelanggan  
/PRINT=TWOTAIL NOSIG

/MISSING=PAIRWISE.

CORRELATIONS

/VARIABLES=Y1.1 Y1.2 Y1.3 LoyalitasPelanggan  
/PRINT=TWOTAIL NOSIG

/MISSING=PAIRWISE.

**LOYALITAS PELANGGAN**

Correlations

		Y1.1	Y1.2	Y1.3	LoyalitasPelanggan n
Y1.1	Pearson Correlation	1	.760**	.718**	.903**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100
Y1.2	Pearson Correlation	.760**	1	.803**	.923**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100
Y1.3	Pearson Correlation	.718**	.803**	1	.923**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100
LoyalitasPelanggan	Pearson Correlation	.903**	.923**	.923**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100

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

## CORRELATIONS

/VARIABLES=X2.1 X2.2 X2.3 X2.4 X2.5 KepuasanPelanggan

/PRINT=TWOTAIL NOSIG

/MISSING=PAIRWISE.

**Kepuasan Pelanggan****Correlations**

		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	KepuasanPelanggan
X2.1	Pearson Correlation	1	.753**	.663**	.573**	.582**	.851**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
X2.2	Pearson Correlation	.753**	1	.655**	.708**	.702**	.903**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
X2.3	Pearson Correlation	.663**	.655**	1	.490**	.598**	.798**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
X2.4	Pearson Correlation	.573**	.708**	.490**	1	.717**	.825**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
X2.5	Pearson Correlation	.582**	.702**	.598**	.717**	1	.852**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100	100	100
Kepuasan Pelanggan	Pearson Correlation	.851**	.903**	.798**	.825**	.852**	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).

**Uji Validitas**  
**Kualitas Pelayanan**

**Correlations**

		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	KualitasPelayanan
X1.1	Pearson Correlation	1	.618**	.612**	.527**	.491**	.785**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
X1.2	Pearson Correlation	.618**	1	.760**	.653**	.673**	.866**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
X1.3	Pearson Correlation	.612**	.760**	1	.736**	.813**	.914**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
X1.4	Pearson Correlation	.527**	.653**	.736**	1	.698**	.839**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
X1.5	Pearson Correlation	.491**	.673**	.813**	.698**	1	.854**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100	100	100
KualitasPelayanan	Pearson Correlation	.785**	.866**	.914**	.839**	.854**	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).

# LAMPIRAN 2

Y1.3

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1	13	13.0	13.0	13.0
2	13	13.0	13.0	26.0
3	21	21.0	21.0	47.0
4	7	7.0	7.0	54.0
5	46	46.0	46.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

CORRELATIONS

/VARIABLES=X1.1 X1.2 X1.3 X1.4 X1.5 KualitasPelayanan  
/PRINT=TWOTAIL NOSIG

/MISSING=PAIRWISE.

## Frequencies

### Statistics

		Y1.1	Y1.2	Y1.3
N	Valid	100	100	100
	Missing	0	0	0

FREQUENCIES VARIABLES=Y1.1 Y1.2 Y1.3 /ORDER=ANALYSIS.

### Y1.1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	10	10.0	10.0	10.0
	2	13	13.0	13.0	23.0
	3	18	18.0	18.0	41.0
	4	14	14.0	14.0	55.0
	5	45	45.0	45.0	100.0
Total		100	100.0	100.0	

### Y1.2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	1	1.0	1.0	1.0
	2	18	18.0	18.0	19.0
	3	21	21.0	21.0	40.0
	4	20	20.0	20.0	60.0
	5	40	40.0	40.0	100.0
Total		100	100.0	100.0	

**X2.3**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	3	3.0	3.0	3.0
	2	9	9.0	9.0	12.0
	3	29	29.0	29.0	41.0
	4	39	39.0	39.0	80.0
	5	20	20.0	20.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

**X2.4**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	4	4.0	4.0	4.0
	2	9	9.0	9.0	13.0
	3	28	28.0	28.0	41.0
	4	34	34.0	34.0	75.0
	5	25	25.0	25.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

**X2.5**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	4	4.0	4.0	4.0
	2	14	14.0	14.0	18.0
	3	27	27.0	27.0	45.0
	4	30	30.0	30.0	75.0
	5	25	25.0	25.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

## Frequencies

### Statistics

		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5
N	Valid	100	100	100	100	100
	Missing	0	0	0	0	0

FREQUENCIES VARIABLES=X2.1 X2.2 X2.3 X2.4 X2.5

/ORDER=ANALYSIS.

### X2.1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	1	1.0	1.0	1.0
	2	27	27.0	27.0	28.0
	3	17	17.0	17.0	45.0
	4	26	26.0	26.0	71.0
	5	29	29.0	29.0	100.0
Total		100	100.0	100.0	

### X2.2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	1	1.0	1.0	1.0
	2	20	20.0	20.0	21.0
	3	19	19.0	19.0	40.0
	4	38	38.0	38.0	78.0
	5	22	22.0	22.0	100.0
Total		100	100.0	100.0	

**X1.3**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	2	2.0	2.0	2.0
	2	8	8.0	8.0	10.0
	3	24	24.0	24.0	34.0
	4	39	39.0	39.0	73.0
	5	27	27.0	27.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

**X1.4**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	1	1.0	1.0	1.0
	2	7	7.0	7.0	8.0
	3	33	33.0	33.0	41.0
	4	29	29.0	29.0	70.0
	5	30	30.0	30.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

**X1.5**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	2	2.0	2.0	2.0
	2	11	11.0	11.0	13.0
	3	25	25.0	25.0	38.0
	4	35	35.0	35.0	73.0
	5	27	27.0	27.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	



UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PALEMBANG  
FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN  
**LABORATORIUM BAHASA**

Jl. Jendral Ahmad Yani 13 Ulu Palembang Telp. (0711) 512637

TEST OF ENGLISH ABILITY SCORE RECORD

Name : Adi Tirta  
Place/Date of Birth : Batu Raja, December 20th, 1993  
Test Times Taken : +1  
Test Date : February 17th, 2015

Scaled Score

Listening Comprehension : 50  
Structure Grammar : 41  
Reading Comprehension : 48  
OVERALL SCORE : 463

Palembang, March 5th, 2015  
  
Rini Susanti, S.Pd., M.A.  
NBM/NIDN. 1164932/0210098402