



# STABILITY

## Journal of Management & Business

Vol 4 No 1 Tahun 2021  
ISSN :2621-850X E-ISSN : 2621-9565



<http://journal.upgris.ac.id/index.php/stability>

### PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN KEPUASAN PELANGGAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN SWALAYAN ANEKA JAYA BOJA

Riyono<sup>1</sup>, Hesti Ristanto<sup>2</sup>, Yuli Anisah Fitriani<sup>3</sup>

Institut Teknologi dan Bisnis (ITB) Semarang

#### Info Artikel

Sejarah Artikel:  
Diterima 2021-06-25  
Disetujui 2021-07-28  
Dipublikasikan 2021-07-29

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

#### Abstrak

Kondisi persaingan usaha saat ini terutama dalam dunia usaha retail sangatlah ketat hal membuat pelanggan rentan untuk berubah – ubah, sehingga setiap perusahaan harus berupaya menarik pelanggan dan menjaga hubungan dengan pelanggan sebaik mungkin. Penelitian ini bertujuan menganalisis tentang kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan dan pengaruhnya terhadap loyalitas pelanggan di Swalayan Aneka Jaya Boja. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan populasi pelanggan di Swalayan Aneka Jaya Boja. Metode yang digunakan adalah metode *purposive sampling*. Sampel yang digunakan adalah 100 orang pembeli dari pelanggan di Swalayan Aneka Jaya Boja. Alat uji dalam penelitian ini menggunakan regresi linier berganda dan Uji Hipotesis. Hasil penelitian ini adalah kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan, kualitas layanan berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan, kepuasan pelanggan berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan. Kualitas layanan mempengaruhi kepuasan pelanggan yang berdampak positif terhadap loyalitas pelanggan.

---

## THE EFFECT OF QUALITY OF SERVICE AND CUSTOMER SATISFACTION ON CUSTOMER LOYALTY OF ANEKA JAYA BOJA STORE

---

### Abstract

Keywords:

Service Quality, Customer Satisfaction, and Customer Loyalty

*The current conditions of business competition, especially in the retail business world, are very tight, making customers vulnerable to change, so every company must try to attract customers and maintain the best possible relationship with customers. This study aims to analyze the quality of service and customer satisfaction and their effect on customer loyalty at Aneka Jaya Boja supermarket. In this study, researchers used a population of customers at the Aneka Jaya Boja supermarket. The method used is purposive sampling method. The sample used is 100 buyers from customers at the Aneka Jaya Boja supermarket. The test equipment in this study used multiple linear regression and hypothesis testing. The results of this study are service quality has a positive effect on customer satisfaction, service quality has a positive effect on customer loyalty, customer satisfaction has a positive effect on customer loyalty. Service quality affects customer satisfaction which has a positive impact on customer loyalty.*

---

✉Alamat korespondensi :

Jl. Sidodadi Timur Nomor 24 – Dr Cipto  
Semarang- Indonesia 50125  
Kampus UPGRIS

E-mail: [riyono8474@gmail.com](mailto:riyono8474@gmail.com), [hestiristanto@gmail.com](mailto:hestiristanto@gmail.com), [yulif148@gmail.com](mailto:yulif148@gmail.com)

ISSN

2621-850X (cetak)

2621-9565 (online)

## PENDAHULUAN

Industri retail terus berkembang secara terus menerus mengikuti perkembangan jaman dan tuntutan masyarakat. Swalayan adalah salah satu tempat berbelanja yang paling dekat dan mudah dijangkau oleh masyarakat. Swalayan memberikan penawaran berbagai jenis kebutuhan pelanggan, sehingga mempermudah pelanggan untuk menentukan pilihan barang yang dibutuhkan. Pelanggan dapat memenuhi kebutuhan, keinginan, dan manfaat barang.

Toko Aneka Jaya adalah perusahaan yang bergerak dibidang retail, dimana jumlah produk yang dijual adalah satuan. Pada perusahaan retail Aneka Jaya mekanismenya adalah dengan membeli produk dalam jumlah besar dari supplier untuk dijual lagi kepada pelanggan dalam hitungan satuan. Perusahaan Aneka Jaya menjual bermacam - macam produk kebutuhan dari mulai sembilan bahan pokok, barang pecah belah, fashion bayi, anak-anak, dewasa, perempuan, dan dewasa laki-laki. Pada umumnya perusahaan beradaptasi dengan lingkungan yang berubah cepat dan rumit. Dengan adanya persaingan – persaingan yang terjadi dalam bidang retail, pengusaha harus berkomitmen meningkatkan pendapatan dan tetap unggul dalam persaingan dibanding dengan kompetitornya. Apabila suatu perusahaan retail berhasil mendapatkan pelanggan, langkah selanjutnya adalah mengarahkan supaya pelanggan dapat menjadi pelanggan tetap untuk berbelanja di swalayan tersebut secara terus menerus dengan memberikan rangsangan kualitas pelayanan yang baik, menjadikan sebuah keuntungan bagi perusahaan. Jika pelayanan yang diberikan dan diterima oleh pelanggan

sesuai dengan yang diinginkan maka kualitas pelayanan dianggap baik. Tetapi jika pelayanan yang diterima pelanggan tidak sesuai diinginkan maka kualitas pelayanan tersebut dianggap buruk. Baik tidaknya kualitas pelayanan tergantung pada perusahaan sebagai penyedia dalam memenuhi keinginan pelanggan secara konsisten. Dalam memberikan pelayanan dari usaha yang dijalankan, baik berupa barang atau jasa, tentu dimaksimalkan secara kualitas. Jadi dapat disimpulkan kualitas pelayanan merupakan usaha yang dilakukan perusahaan dengan memberikan pelayanan sebaik mungkin untuk memenuhi kebutuhan pelanggannya dan akan menimbulkan kepuasan kepada pelanggan sehingga mempengaruhi loyalitas pelanggan. Kepuasan pelanggan merupakan hal terpenting yang digunakan untuk menarik minat pembeli di masa sekarang ini. Kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa dari pelanggan yang berasal dari perbandingan antara kinerja dari perusahaan dengan harapan pelanggan. Pelanggan yang puas akan melakukan pembelian ulang dan mereka akan merekomendasikan pada orang lain atas apa yang mereka rasakan. Kepuasan pelanggan merupakan faktor yang sangat menentukan citra perusahaan, dan sebaliknya akan menimbulkan kekecewaan pelanggan jika tidak terpenuhi kepuasannya. Agar pelanggan dapat dipertahankan, strategi pelayanan optimal bagi pelanggan perlu ditingkatkan untuk menciptakan kepuasan pelanggan. Beberapa hal yang dapat dilakukan produsen adalah dengan melakukan berbagai perubahan seperti ketersediaan sumber daya manusia, mutu pelayanan, maupun gedung yang bersih dan nyaman, dan diharapkan dapat

menciptakan kepuasan pelanggan. Dalam memenuhi kebutuhannya, pelanggan dalam memilih barang ditentukan oleh keinginan dan manfaat yang ditimbulkan Pada usaha retail, sangat penting memperhatikan kualitas pelayanan, karena berhubungan langsung dengan kepuasan pelanggan sehingga terciptalah loyalitas.

Loyalitas pelanggan telah menjadi isu menarik dalam bidang pemasaran, yang mana merupakan sikap positif dari respon pelanggan yang akan berdampak positif juga terhadap perusahaan, sehingga dibutuhkan komitmen secara berkelanjutan, karena dapat berpengaruh langsung dalam jangka panjang. Loyalitas pelanggan berkaitan erat terhadap kualitas pelayanan dan kepuasan yang dialami oleh pelanggan.

Hal ini mengakibatkan persaingan antar perusahaan retail menjadi sangat ketat karena setiap perusahaan berusaha untuk menjadi yang terdepan dalam memenuhi kebutuhan dan menciptakan prestasi tersendiri di dunia pemasaran. Dengan adanya beberapa pasar swalayan (supermarket) yang lokasinya berada dalam satu kawasan yang sama, maka dengan sendirinya akan melahirkan persaingan yang ketat untuk merebut pangsa pasar. Persaingan juga pasti akan datang dari beberapa pedagang eceran di pasar - pasar tradisional dan toko - toko yang tersebar pada wilayah yang sama. Toserba (toko serba ada) Aneka Jaya merupakan salah satu retail yang megah di antara beberapa retail yang ada di daerah Boja. Dengan latar belakang masalah

tersebut, penelitian ini dikemas dengan judul **“PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN KEPUASAN PELANGGAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN SWALAYAN ANEKA JAYA BOJA.**

#### **TUJUAN PENELITIAN**

Berdasarkan permasalahan yang dirumuskan di atas maka tujuan penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan di Swalayan Aneka Jaya Boja.
2. Untuk mengetahui pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan swalayan Aneka Jaya Boja.
3. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan secara bersama – sama terhadap loyalitas pelanggan

#### **TinjauanPustaka**

##### **Kualitas Pelayanan (*Service quality*)**

Kualitas merupakan suatu kondisi dinamis yang berpengaruh dengan produk, jasa, manusia, proses dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan. Sehingga definisi Kualitas Pelayanan dapat diartikan sebagai upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampaiannya dalam mengimbangi harapan konsumen (Tjiptono, 2006).

Kualitas pelayanan dapat diketahui dengan membandingkan persepsi para konsumen atas pelayanan yang nyata nyata mereka terima dengan pelayanan yang sesungguhnya mereka harapkan/ inginkan

terhadap atribut-atribut pelayanan suatu perusahaan.

### Kepuasan Pelanggan

Kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan ki-nerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja yang diharapkan. (Kotler 2007 : 177) atau dengan kata lain kepuasan pelanggan adalah tingkat perasaan pelanggan atau konsumen setelah mendapatkan produk atau pelayanan dari sebuah perusahaan.

### Loyalitas Pelanggan

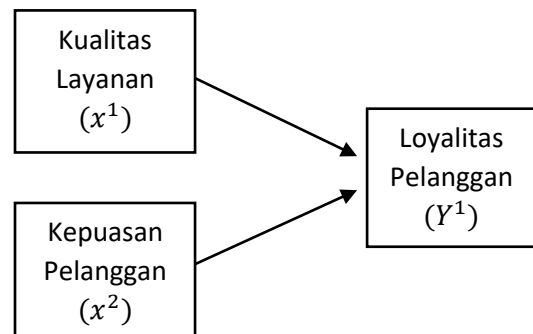
Menurut Palmatier et al. (2006) Loyalitas merupakan hasil dari kombinasi atau hubungan multi dimensi dari minat, sikap, prestasi penjualan, dan perilaku pelanggan.

Bisa juga diartikan secara umum ,Loyalitas Konsumen yaitu wujud kesetiaan konsumen untuk menggunakan suatu produk atau jasa dengan *continue* atau terus menerus karena memiliki kepuasan yang tinggi terhadap produk atau jasa yang digunakan.

### METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode kuantitatif dengan jenis data Primer dari kuesioner dengan Kualitas dan Kepuasan Pelanggan sebagai variabel independen dan Loyalitas Pelanggan sebagai variabel Independen. Adapun dalam penelitian ini menggunakan teknik analisis regresi berganda, dan sebagai kerangka pikir dapat kita lihat sebagai berikut :

Gambar 1.1  
Kerangka Pemikiran Teoritis



### Populasi

Menurut Sugiyono (2017:117) dalam Setiawan (2018) populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Dalam penelitian ini yang menjadi populasi adalah pelanggan yang pernah berkunjung dan berbelanja di Swalayan Aneka Jaya Boja.

### Sampel

Sampel adalah mewakili dari populasi. Populasi dalam penelitian ini terlalu luas sehingga penelitian tidak mungkin dapat meneliti semua populasi yang ada. Untuk itu peneliti menggunakan sampel. Rumus yang penulis pakai untuk menentukan jumlah sampel adalah sebagai berikut (Supramono dan Haryanto, 2003:62) :

$$n = \frac{(Z\alpha)^2(p)(q)}{(d)^2}$$

Keterangan :

n = jumlah sampel

Zα = tingkat distribusi normal pada staf signifikan =1,96

- p = estimator proporsi populasi  
 q = 1-p  
 d = penyimpangan yang ditolerir 10%.

Untuk memperoleh n (jumlah sampel) yang besar dan nilai p belum diketahui, maka dapat digunakan p = 0,5. Sehingga, jumlah sampel yang mewakili populasi dalam penelitian ini sebanyak:

$$n = \frac{(Z_{\alpha})^2(p)(q)}{(d)^2}$$

$$n = \frac{(1,96)^2(0,5)(0,5)}{(0,1)^2}$$

$$n = 96,04$$

Berdasarkan hasil diatas jumlah sampel yang dibutuhkan dalam suatu penelitian adalah 96,04 dan agar memudahkan analisis dalam data ini peneliti membulatkan sampel menjadi 100 responden yang berbelanja pada Swalayan Ada Boja sebagai lokasi penelitian.

### **Teknik Pengambilan Sampel**

Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini yaitu dengan menggunakan teknik *probability sampling* yaitu teknik *sampling simple random sampling* atau teknik pengambilan sampel dari populasi yang dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada dalam populasi itu.

### **Uji Instrumen**

#### **Uji Validitas Instrumen**

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut (Ghozali, 2011:52). Dalam hal ini digunakan beberapa

butir pertanyaan yang dapat secara tepat mengungkapkan variabel yang diukur tersebut.

Untuk menguji validitas ini digunakan dengan teknik Analisis Faktor (*contrast validity*), yaitu untuk menguji apakah butir-butir pertanyaan atas indikator yang digunakan dapat mengkonfirmasi sebuah faktor atau konstruk atau variabel. Jika masing - masing butir pertanyaan merupakan indikator pengukur variabel maka akan memiliki nilai *loading factor* > 0,4. Sebagai kriteria kecukupan sampel, biasanya digunakan batasan nilai KMO (Kaiser-Meyer-Olkin) dan Bartlett's test > 0,50. (Ghozali,2005).

#### **Uji Reliabilitas Instrumen**

Reliabilitas adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari suatu variabel. Suatu kuesioner dikatakan *reliabel* atau handal jika jawaban pertanyaan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu (Ghozali, 2006). Pengukuran reliabilitas dalam penelitian ini dilakukan dengan cara *one shot* atau pengukuran sekali saja. Disini pengukuran hanya sekali dan kemudian hasilnya dibandingkan dengan pertanyaan lain atau mengukur reliabilitas dengan uji statistik *Cronbach Alpha* (α). Suatu variabel dikatakan reliabel jika nilai *Cronbach Alpha* (α) > 0,6.

#### **Analisis Regresi Linier Berganda.**

Analisis Regresi Linear Berganda digunakan untuk mengukur pengaruh antara lebih dari satu variabel prediktor (variabel bebas) terhadap variabel terikat. Analisis Regresi Linier Berganda bertujuan untuk mengetahui Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Swalayan Aneka Jaya Boja.

Persamaan regresi dalam penelitian ini adalah:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + e$$

Keterangan :

- Y = Loyalitas Pelanggan
- $\alpha$  = Konstanta
- X1 = Kualitas Pelayanan
- X2 = Kepuasan Pelanggan
- e = *Standard Error*
- $\beta_1$  = Koefisien regresi variabel kualitas Pelayanan
- $\beta_2$  = Koefisien regresi variabel kepuasan pelanggan

Model	Coefficients <sup>a</sup>			
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t
	B	Std. Error	Beta	
1 (Constant)	.253	.666		.38
Total Kualitas	.096	.015	.477	6.22
Total Kepuasan	.367	.059	.479	6.24

a. Dependent Variable: Total Loyalitas

### Uji Model

#### Analisis Persamaan Regresi

Analisis Regresi adalah metode yang digunakan untuk mengukur pengaruh variabel bebas terhadap variabel tergantung. Analisis regresi juga bisa digunakan untuk memprediksi variabel tergantung dengan menggunakan variabel bebas. Gujarati (2006) mendefinisikan analisis regresi sebagai kajian terhadap hubungan satu variabel yang disebut sebagai variabel yang diterangkan (*the explained variable*) dengan satu atau dua variabel yang menerangkan (*the explanatory*). Variabel pertama disebut juga sebagai variabel tergantung dan variabel kedua disebut juga sebagai variabel bebas. Jika variabel bebas lebih dari satu, maka analisis regresi disebut regresi linear berganda. Disebut berganda

karena pengaruh beberapa variabel bebas akan dikenakan kepada variabel tergantung.

### Uji F(Simultan)

Menurut Ghazali (2016:171), uji simultan F pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel independen yang dimaksud berpengaruh secara bersama-sama atau simultan terhadap variabel dependen. Apabila nilai signifikansi < 0,05 maka dapat dinyatakan variabel bebas berpengaruh secara simultan terhadap variabel terikat. Apabila  $F_{hitung} > F_{tabel}$ , maka  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima, begitupun sebaliknya.

### Uji Hipotesis

Uji t digunakan untuk menguji signifikansi pengaruh variabel menciptakan Loyalitas Pelanggan ( $Y_1$ ) melalui Kepuasan Pelanggan ( $X_1$ ) dan Kualitas Layanan ( $X_2$ ) secara parsial. Uji t dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel penjelas atau independen secara individual dalam menerangkan variasi-variabel dependen (Ghozali, 2011).

Langkah-Langkah pengujiannya adalah sebagai berikut :

1. Menentukan Formasi  $H_0$  dan  $H_1$ 
  - $H_0 : b_i = 0$ , berarti tidak ada pengaruh variabel independen secara parsial terhadap variabel dependen.
  - $H_a : b_i \neq 0$ , berarti variabel tersebut ada pengaruh variabel independen secara parsial terhadap variabel dependen.
2. Menentukan Kriteria pengujian
  - $Sig > (0,05)$  : berarti tidak ada pengaruh antar variable independen (X) secara parsial terhadap variable dependen(Y).
  - $Sig < (0,05)$  : berarti ada pengaruh antara variable independen (X) secara parsial terhadap variable dependen (Y).

## PEMBAHASAN

Berdasarkan penjabaran data-data penelitian diatas, maka dapat diketahui bahwa mayoritas pengunjung yang datang ke Swalayan Aneka Jaya Boja adalah Perempuan yaitu sebanyak 65 orang atau 65%, di lihat dari usia paling banyak di Usia 29-37 tahun yaitu sebanyak 38 orang atau 38%, dan jika di lihat dari frekuensi kunjungan, pengunjung mayoritas sudah pernah berkunjung sebanyak lebih dari 5 kali yaitu sebanyak 68 orang atau 68%, dan jumlah yang sudah berlangganan lebih dari 5 bulan yaitu sebanyak 64 orang atau 64% dan banyak pengunjung yang memiliki penghasilan Rp. 2.000.000 – Rp 4.000.000 /bulan.

Dalam Uji  $R^2$  nilai koefisien deter-minasi ( $R^2$ ) sebesar 0,843 atau 84,3%. Besarnya nilai koefisien determinasi tersebut menunjukkan bahwa variabel independen yang terdiri kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan mampu menjelaskan variabel dependen yaitu loyalitas pelanggan sebesar 84,3 %, sedangkan sisanya sebesar 15,7 % di jelaskan oleh variabel lain yang tidak di masukkan dalam penelitian ini. Besarnya nilai koefisien determinasi sebesar 84,3% ini menunjukkan bahwa variabel-variabel dalam model penelitian ini mampu menjelaskan variabel terikat dalam nilai yang cukup besar. Nilai yang cukup besar ini me-nunjukkan bahwa faktor lain yang tidak dimasukkan menjadi variabel dalam penelitian ini memiliki kemampuan yang lebih kecil dalam menjelaskan kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan. Hal ini juga dikemukakan dalam sebuah penelitian yang dilakukan oleh Wahyuni, Stevan, dan Dahren, 2017 dengan

judul Pengaruh Kualitas layanan, kepercayaan dan Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan pada Jasa Kecantikan Rin Salon Di Kota Padang dengan kesimpulan Kualitas Layanan Berpengaruh Positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan, dan Kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan.

### 1. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan

Uji validitas untuk variabel (Kualitas Pelayanan) dalam penelitian ini dilakukan kepada 100 responden dengan  $r$  tabel = 0.1966. dan semua butir pernyataan variabel kualitas pelayanan ( $x^1$ ) memiliki nilai  $r$  hitung lebih besar dari nilai  $r$  tabel (0.1996) sehingga dapat disimpulkan bahwa seluruh pernyataan valid. Dan diketahui bahwa nilai *cronbach alpha* dari variabel kualitas pelayanan sebesar 0.951 sehingga nilai diatas 0,60, maka variabel kualitas pelayanan dalam penelitian ini dinyatakan reliabel.

Hasil uji  $t$  untuk kualitas pelayanan ( $x^1$ ) terhadap loyalitas pelanggan ( $Y^1$ ) menunjukkan nilai Sig 0,000 dan  $t$  hitung menunjukkan nilai 6,226 artinya nilai Sig lebih kecil dari nilai probabilitas 0,05 ( $0,000 < 0,05$ ) dan  $t$  hitung lebih besar dari  $t$  tabel ( $6,226 > 1,984$ ), maka kesimpulan yang dapat diambil adalah  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima. Ini berarti kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap loyalitas pelanggan di Swalayan Aneka Jaya Boja. Variabel Kualitas Pelayanan juga memiliki pengaruh paling besar dipenelitian ini karena memiliki nilai *beta*



0,477 dan memiliki nilai *sig* sebesar 0,000. Hal ini berarti nilai-nilai dari indikator kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang besar terhadap loyalitas pelanggan.

Dalam uji regresi terdapat nilai koefisien regresi untuk harga (kualitas pelayanan) sebesar 0,477 artinya Setiap kenaikan kualitas sebesar 1 tingkat (1 %), maka akan meningkatkan loyalitas pelanggan di Swalayan Aneka Jaya Boja sebesar 47,7 persen. Begitu juga sebaliknya, apabila kualitas pelayanan mengalami penurunan sebesar 1 tingkat (1 %) maka loyalitas pelanggan akan mengalami penurunan sebesar 47,7 persen.

## 2. Pengaruh Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan

Uji validitas untuk variabel (Kepuasan Pelanggan) dalam penelitian ini dilakukan kepada 100 responden dengan  $r$  tabel = 0.1966. dan semua butir pernyataan variabel Kepuasan Pelanggan ( $x^2$ ) memiliki nilai  $r$  hitung lebih besar dari nilai  $r$  tabel (0.1996) sehingga dapat disimpulkan bahwa seluruh pernyataan valid. Dan diketahui bahwa nilai *cronbach alpha* dari variabel kepuasan pelanggan sebesar 0.889 sehingga nilai diatas 0,60, maka dapat disimpulkan bahwa variabel kepuasan pelanggan dalam penelitian ini dinyatakan reliabel.

Hasil uji  $t$  untuk Kepuasan Pelanggan ( $x^2$ ) terhadap Loyalitas Pelanggan ( $Y^1$ ) menunjukkan nilai Sig 0,000 dan  $t$  hitung menunjukkan nilai 6,246 artinya nilai Sig lebih kecil dari nilai *probabilitas* 0,05 ( $0,000 < 0,05$ ) dan  $t$  hitung lebih besar dari tabel ( $6,246 > 1,984$ ), maka

kesimpulan yang dapat diambil adalah  $H_0$  ditolak dan  $H_2$  diterima. Ini berarti Kepuasan pelanggan berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap loyalitas pelanggan di Swalayan Aneka Jaya Boja.

Dalam uji regresi terdapat nilai koefisien regresi untuk kepuasan pelanggan sebesar 0,479 artinya setiap kepuasan pelanggan sebesar 1% , maka akan meningkatkan loyalitas pelanggan di Swalayan Aneka Jaya Boja sebesar 47,9 persen. Begitu juga sebaliknya, apabila kepuasan pelanggan mengalami penurunan 1 % maka loyalitas pelanggan akan mengalami penurunan sebesar 29,6 persen.

## 3. Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan

Pada Uji F nilai probabilitas (Sig) sebesar 0,000. Karena nilai Sig  $< 0,05$  ( $0,000 < 0,05$ ), maka keputusannya adalah  $H_0$  di tolak dan  $H_3$  diterima. Artinya kualitas dan pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan di Swalayan Aneka Jaya Boja. Adapun cara lain melihat uji F ini dapat membandingkan antara F hitung dan F tabel. Caranya yaitu dengan menentukan nilai derajat bebas (df) untuk pembilang (df1) dengan rumus  $df1 = k-1$ . Kemudian menentukan derajat bebas/ degree of freedom (df) untuk penyebut atau df2 dengan rumus  $df2 = n-k-1$ . Dimana k adalah jumlah variabel (bebas + terikat) dan n adalah jumlah data. Dalam penelitian ini nilai  $k = 3$  dan  $n = 100$ .

Maka nilai  $df_1$  dalam penelitian ini adalah  $df_1 = 3 - 1 = 2$  dan  $df_2 = 100 - 3 - 1 = 96$ , sehingga dengan melihat nilai pada F tabel dengan  $df_1 = 2$  dan  $df_2 = 96$  di peroleh nilai F tabel sebesar 3,090. Selanjutnya membandingkan nilai F hitung dengan F tabel dari tabel di atas diketahui bahwa nilai F hitung sebesar 267,588 maka  $H_0$  di tolak dan  $H_3$  diterima. Sehingga dapat disimpulkan bahwa F hitung > F tabel ( $267,588 > 3,090$ ), artinya kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan secara bersamaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan di Swalayan Aneka Jaya Boja.

## KESIMPULAN DAN SARAN

### Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan mengenai Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan di Swalayan Aneka Jaya Boja, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Secara parsial atau Uji t kualitas pelayanan dan berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan pada Swalayan Aneka Jaya Boja. Nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  ( $6,226 > 1,98447$ ) dan  $p \text{ value (Sig)}$  sebesar  $0,000 < 0,05$ . Artinya bahwa Kualitas Pelayanan berpengaruh Positif dan signifikan terhadap Loyalitas pelanggan Swalayan Aneka Jaya Boja sebesar 0,477
2. Secara parsial atau uji t kepuasan pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan Swalayan Aneka Jaya Boja. Nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  ( $6,246 > 1,98447$ ) dan  $p \text{ value (Sig)}$  sebesar  $0,000 < 0,05$

dengan korelasi yang sangat kuat sebesar 0,479.

### Saran

1. Seyogyanya swalayan Aneka Jaya dapat mempertahankan dan meningkatkan kualitas pelayanan sehingga loyalitas konsumen menjadi meningkat.
2. Untuk penelitian yang akan datang dapat digunakan variabel yang lain sebagai pembanding dalam hal hasil signifikansi pengaruh antar variabel untuk memaksimalkan hasil.

## DAFTAR PUSTAKA

- Apriliani dan Edward, 2014, Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Di Klinik Kecantikan Rumah Cantik Alamanda Krian, Jurnal Pendidikan Ekonomi, Vol 2 No 2.
- Balqis Diab, 2009, Analisis Pengaruh Nilai Pelanggan dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Pelanggan dalam Meningkatkan Retensi Pelanggan.
- Cornelia, E., all, a, 2008, Analisis Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Di Laundry 5ASEC Surabaya.
- Dennisa dan Santoso, 2016, Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan, dan Citra Merek terhadap Loyalitas Pelanggan melalui Kepuasan Pelanggan sebagai Variabel Intervening pada Klinik Kecantikan Cosmedic Semarang, *journal of management* Volume 5, Nomor 3, hlm 1-13.
- Ghozali, Imam, 2016, Aplikasi Analisis Multivariat. Edisi Ke delapan, Badan Penerbit Undip, Semarang.
- Ghozali, Imam, 2013, Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS, Badan Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang,
- Griffin, Jill, 2002, *Customer loyalty*. Erlangga, Jakarta.
- Griffin, Ricky W. Management, 11 Edition, *South Western Cengage Learning. Ohio*, 2013.
- <http://www.unisbank.ac.id/ojs/index.php/fe7/article/view/3541>
- Irfandi. NR, 2019, Pengaruh Harga, Produk, Lokasi, dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Di Daulat Cafe Limbangan [Skripsi]. Semarang. Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) AKA Semarang.
- J. Supranto, 2001, Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan Untuk Meningkatkan Pasar. Cet.2.

- PT Rineka Cipta, Jakarta.
- Kotler, Philip and Keller, Kevin Lane. *Marketing Management. 14 Edition*. Prentice Hall New Jersey, 2012
- Kotler, Philip Dan Kevin Lane Keller, 2007, Manajemen Pemasaran. Edisi Kedua Belas. Indeks, Jakarta.
- Kotler, Philip, 2002, Manajemen Pemasaran, Jilid kedua. (10th ed). Prenhallindo, Jakarta.
- Kotler, Philip, 2001, Manajemen Pemasaran di Indonesia : Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Pengendalian. Salemba Empat, Jakarta.
- Kotler, Philip, 2003, *Marketing Management, Prentice Hall. New Jersey*.
- Nurmalasari, Rischa, 2013, Pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan klinik kecantikan Profira di Surabaya. Jurnal Manajemen. Vol 2 No.1.
- Parasuraman, Variel A. Z. and Berry, *Delivering Service Quality. Mc Milan, New .York*, 2002, p. 21.
- Shandy Widjoyo Putro dan Hatane Samuel, R. K, 2014, Pengaruh Kualitas Layanan dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas pelanggan Restoran *Happy Garden* Surabaya.
- Sinaga, PPH, 2010, Analisis Pengaruh Kualitas Layanan, Kepuasan Pelanggan, dan Lokasi Terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi Kasus Pada Warnet Chamber Semarang) [Skripsi].Semarang. Universitas Diponegoro, Semarang.
- Sugiyono, 2005, Metode Penelitian Bisnis. Alfabeta, Bandung.
- Sugiyono, 2012, Metode Penelitian Bisnis. Edisi 16. *Alfabeta*
- Sugiyono, 2013, Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Alfabeta, Bandung.
- Tjiptono, Fandi, *Strategi Pemasaran*, Edisi 2, Yogyakarta: Andi, 2004.
- Tjiptono, Fandy, 2002, Manajemen Jasa. Edisi Kedua, Andy, Yogyakarta
- Tjiptono, Fandy, 2000, Prinsip dan Dinamika Pemasaran. Edisi Pertama. J & J Learning, Yogyakarta
- Wahyuni, Stevan dan Dahen, 2017, Pengaruh Kualitas Layanan, Kepercayaan dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Jasa Kecantikan Rin Salon Di Kota Padang, Jurnal Pendidikan Ekonomi.
- Yohana, Putri.2017, Pengaruh Kualitas Layanan dan Harga Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelang-gan, Studi Pada Pelanggan Medin Beauty Surabaya. Jurnal Ilmu Manajemen Volume 5 Nomor 3.