

**PENGARUH KUALITAS LAYANAN DAN
KEPUASAN PELANGGAN TERHADAP
LOYALITAS PELANGGAN PADA USAHA
MAKANAN KERIPIK USUS AYAM KHUSNI DI
DESA PRIJEKNGABLAK KECAMATAN
KARANGGENENG KABUPATEN LAMONGAN**

***(INFLUENCE OF SERVICE QUALITY AND
CONSUMER SATISFACTION TO CONSUMER
LOYALTY IN THE SPECIAL CHICKEN
INTESTINE CHIPS BUSINESS IN THE VILLAGE
OF PRIJEKNGABLAK)***

Nur Aisyah

¹Program Studi Manajemen, Universitas Islam Lamongan

Nur422536@gmail.com

Website:

Abstrak

Kata Kunci:

**Kualitas Pelayanan,
Kepuasan Konsumen
Dan Loyalitas
Pelanggan.**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Konsumen Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Usaha Makanan Keripik Usus Ayam Khusni Didesa Prijekngablak Kec. Karanggeneng Kab. Lamongan. Selain itu, penelitian ini juga digunakan untuk menguji persamaan regresi baik secara parsial, simultan dan yang paling dominan diantara kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen Pelanggan Pada Usaha Makanan Keripik Usus Ayam Khusni Didesa Prijekngablak Metode penelitian yang digunakan adalah metode kuantitatif. Alat analisis yang digunakan ialah uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, uji regresi linier berganda, korelasi berganda, koefisien determinasi, uji t dan uji F. Dari perhitungan regresi dan nilai t hitung dapat ditarik bahwa yang paling dominan mempengaruhi loyalitas pelanggan adalah kepuasan pelanggan. Dari hasil

analisis disimpulkan bahwa variabel bebas (Kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan) mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada Usaha Makanan Keripik Usus Ayam Khusni.

Keywords :

Service
Quality, Customer
Satisfaction And
Customer Loyalty

Alamat Kantor: Ds.
Priekngablak
Karanggeneng
Lamongan

Abstract

This study aims to determine the effect of service quality and customer satisfaction on customer loyalty in the Khusni Chicken Intestine Chips Food Business in Priekngablak Village, Kec. Karanggeneng Kab. Lamongan. In addition, this study was also used to test the regression equations, both partial, simultaneous and the most dominant among service quality and consumer satisfaction. Customers at the Khusni Chicken Intestine Chips Food Business in Priekngablak Village. The research method used is quantitative method. The analytical tools used are validity test, reliability test, classical assumption test, multiple linear regression test, multiple correlation, coefficient of determination, t test and F test. From the regression calculation and t count value it can be concluded that the most dominant influence on customer loyalty is satisfaction. customer. From the results of the analysis it was concluded that the independent variables (quality of service and customer satisfaction) had a significant influence on customer loyalty at the Khusni Chicken Intestine Chips Food Business.

PENDAHULUAN

Pada masa perekonomian yang telah masuk dalam era globalisasi, dimana sebagai pelaku bisnis merasakan adanya persaingan bisnis yang semakin ketat dan pada dasarnya suatu perusahaan mempunyai tujuan agar memperoleh laba yang semaksimal mungkin, Sehingga perusahaan bisa menjalankan kegiatan perusahaan dan meningkatkan usahanya agar lebih berkembang dan maju. Dengan demikian, perusahaan harus dapat memanfaatkan kondisi perkembangan dunia usaha yang semakin pesat seperti saat ini. Banyak strategi yang dapat diambil oleh perusahaan untuk menarik konsumen dan meningkatkan volume penjualan, salah satunya adalah dengan memberikan kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan kepada konsumen. Berdasarkan uraian latar belakang tersebut maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian tentang "Pengaruh Kualitas Layanan Dan

Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Usaha Makanan Keripik Usus Ayam Khusni Di Desa Prijekngablak Kec. Karanggeneng Kab. Lamongan”

METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilakukan pada usaha makanan Keripik Usus Ayam Khusni Didesa Prijekngablak Kec. Karanggeneng Kab. Lamongan. Dengan menggunakan jenis penelitian kuantitatif. Populasi yang digunakan sebanyak 120 konsumen dan penentuan jumlah sampel menggunakan rumus slovin yang hasilnya 54.54 dan dibulatkan menjadi 55 konsumen. Alat analisis yang digunakan merupakan uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, uji regresi linier berganda, uji t dan uji f.

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Uji Validitas

Tabel 1
Hasil uji validitas

No.	Variabel/indikator	R	R tabel	keterangan
1.	Kualitas pelayanan			
a.	Indikator (X1.1)	1 0,614	0,2656	VALID
		0,632	0,2656	VALID
b.	Indikator (X1.2)	2 0,645	0,2656	VALID
		0,620	0,2656	VALID
c.	Indikator (X1.3)	3		
d.	Indikator (X1.4)	4		
2.	Kepuasan pelanggan			
a.	Indikator (X2.1)	1 0,709	0,2656	VALID
		0,482	0,2656	VALID
b.	Indikator (X2.2)	2 0,705	0,2656	VALID
c.	Indikator (X2.3)	3		
3.	Loyalitas pelanggan			
a.	Indikator (X1.1)	1 0,616	0,2656	VALID
		0,709	0,2656	VALID
b.	Indikator (X1.2)	2 0,556	0,2656	VALID
		0,644	0,2656	VALID
c.	Indikator (X1.3)	3		
d.	Indikator	4		

(X1.4)

Jumlah r tabel yang diperoleh dari rumus $df = N-2$ dengan jumlah sampel $55-2 = 53$ dan probabilitas 5% atau 0,05. Maka diperoleh r tabel = 0,2656 yang menunjukkan bahwa dari semua indikator yang digunakan dalam mengukur variabel yang digunakan pada penelitian ini memiliki r hitung yang lebih besar dari r tabel yaitu 0,2656. Dari hasil diatas maka semua indikator tersebut adalah valid.

B. Uji Reliabilitas

Table 2

Hasil uji reliabilitas

No.	Variabel	Cronbach's Alpha	Standart Reliabilitas	Keterangan
1.	Kualitas pelayanan	0,742	0,60	Reliabel
2.	Kepuasan pelanggan	0,722	0,60	Reliabel
3.	Loyalitas pelanggan	0,742	0,60	Reliabel

Hasil pengujian pada tabel diatas menunjukkan bahwa pada variabel kualitas pelayanan memiliki nilai 0,742, pada variabel kepuasan pelanggan memiliki nilai 0,722 serta loyalitas pelanggan 0,742 masing-masing item menunjukkan nilai Alpha Cronbach's yaitu $> 0,60$, sehingga item-item angket tiap variabel dapat dinyatakan reliabel.

C. Uji Asumsi klasik

1. Uji Normalitas

Dari hasil output disamping menunjukkan bahwa, dimana terlihat titik-titik mendekati dan mengikuti garis diagonal sehingga dinyatakan model regresi dalam penelitian ini berdistribusi normal.

2. Uji Multikolinearitas

Dari hasil nilai *tolerance* untuk variabel kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan adalah $0,633 > 0,10$ sementara nilai VIF untuk variabel kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan adalah $1,579 < 10$ maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi gejala multikolinearitas dalam model regresi.

3. Uji autokorelasi

Nilai Durbin Watson (dW) sebesar 2,053 lebih besar dari batas atas yaitu dU yakni 1.6406 dan kurang dari (4-dU) 4- 1,6406 = 2,3594.

Maka sebagai mana dasar pengambilan keputusan dalam uji *Durbin Watson* di atas, dapat disangkal bahwa tidak ada

masalah atau gejala autokorelasi.

4. Uji heteroskedastisitas

Grafik Scatterplot menunjukkan titik-titik menyebar secara acak serta tersebar baik diatas maupun dibawah angka 0 pada sumbu Y. Hal ini dapat disimpulkan bahwa model regresi linier berganda dalam penelitian ini tidak terjadi adanya heteroskedastisitas

D. Uji regresi linier berganda

Dari koefisien variabel-variabel diatas bebas dapat dilihat bahwa total variabel bebas yang mempunyai nilai yang signifikan dengan arah positif. Dimana variabel kepuasan pelanggan memiliki nilai yang paling tinggi sebesar 0,402 dibandingkan dengan kualitas pelayanan yang sebesar 0,288 dengan demikian dapat ditarik kesimpulan bahwa variabel paling dominan mempengaruhi loyalitas pelanggan dalam penelitian ini adalah kepuasan pelanggan.

E. Koefisien Determinasi

Nilai koefisien determinasi diperoleh dari hasil uji regresi linier berganda yaitu dengan melihat pada nilai R square pada tabel dengan nilai sebesar 0,637 jika dipersenkan menjadi (63,7%). Dari nilai output tersebut maka dapat diinterpretasikan hasil bahwa kedua variabel bebas yaitu kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan secara bersama-sama dapat menerangkan keragaman dari variabel terikat loyalitas pembelian dengan kontribusi sebesar 63,7% sedangkan sisanya sebesar 36,3% dijelaskan dengan variabel lain yang tidak dimasukkan pada penelitian ini.

F. Uji t

Hasil t hitung variabel bebas Kualitas pelayanan dengan loyalitas pelangganyaitu menunjukkan bahwa t hitung = 2,588 > t tabel 1,67469 dan hasil interpretasi data menunjukkan bahwa nilai t hitung kepuasan pelanggan = 2,214 > t tabel 1,67469 maka H_0 ditolak dan H_a diterima. hasil interpretasi diatas, dapat dinyatakan bahwa kedua variabel bebas kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan memiliki pengaruh secara parsial terhadap variabel loyalitas pelanggan.

G. Uji F

Dari hasil output uji statistik F hitung memiliki nilai 14,632. hasil F tabel dengan rumus $F_{tabel} = (n-k-1) = (55-2-1) = (52)$, dan nilai signifikan sebesar $\alpha = 0,05$ maka nilai F tabel = 3,18. Maka didapat $F_{hitung} > F_{tabel} = 14,632 > 3,18$. Dengan melihat hasil uji F ini maka diperoleh asumsi bahwa H_0 ditolak dan H_i diterima, diduga variabel kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan berpengaruh yang signifikan secara bersama-sama terhadap variabel loyalitas pelanggan.

KESIMPULAN

Dari rumusan masalah penelitian yang diajukan, berdasarkan analisis data yang telah dilakukan dan pembahasan yang telah dijabarkan, maka diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil pengujian dapat diketahui bahwa Kualitas Pelayanan (X1), memiliki pengaruh secara parsial terhadap Loyalitas Pelanggan (Y).
2. Berdasarkan hasil pengujian secara simultan (uji F) yaitu menguji pengaruh data dua variable independen secara bersama-sama ke dalam uji F (simultan). Hasilnya variable kualitas pelayanan (X1) dan kepuasan pelanggan (X2) memiliki pengaruh simultan dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan (Y).
3. Dapat ditarik kesimpulan bahwa variabel yang paling dominan mempengaruhi loyalitas pelanggan dalam penelitian ini adalah kepuasan pelanggan.

DAFTAR PUSTAKA

- Lubis, A. S., & Andayani, N. R. (2017). Pengaruh Kualitas Pelayanan (Service Quality) Terhadap Kepuasan Pelanggan Pt. Sucofindo Batam. *of Business Administration*, I(2), 232-243.
- Sudrajad JS, N. R. (2019). Analisis Kepuasan Pelanggan Terhadap Kualitas Pelayanan Di PT Ramajaya Copier. *of Applied Business Administration*, III(1), 119-131.
- Lutfiana, Astri Ayu, Saryadi dan Andi Wijayanto. 2014. Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Produk dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Antara Terhadap Loyalitas Konsumen Air Minum Merek Aqua. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*.
- Sugiyono. 2015. Metode Penelitian Kuantitatif, kualitatif dan R dan D. Bandung:Alfabeta.
- Sugiyono. 2012. Metode Penelitian Kuantitatif Dan Kombinasi. Bandung:Alfabeta.
- Kotler Dan Killer. 2008. Manajemen Pemasaran Jilid 1. Jakarta: PT. Indeks Kelompok Gramedia.
- Griffin, Jill. 2005. Customer Loyalty : Menumbuhkan dan Mempertahankan Kesetiaan Pelanggan. Alih bahasa : Dwi Kartini Yahya dan kawan kawan. Jakarta: Erlangga.
- Arikunto. (2010). Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktek. Jakarta: Rineka Cipta.
- Sugiyono. 2014. Metode Penelitian Kuantitatif Dan Kombinasi. Bandung:Alfabeta.
- Ghozali, Imam, 2013, Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21.
- Ghozali, I. (2016). Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM

SPSS 23 edisi 8. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Sugiyono. (2017). Metode Penelitian Kuantitatif, kualitatif dan R&D. Bandung: Alfabeta.

