

**PENGARUH DIMENSI *SERVICE QUALITY* TERHADAP
LOYALITAS PELANGGAN
(STUDI PADA RM JOGLO PRAJA WIJAYA)
THE EFFECT OF SERVICE QUALITY DIMENSIONS ON
CUSTOMER LOYALTY (STUDY ON RM JOGLO PRAJA WIJAYA)**

Moh fikri riyandy

¹ Fakultas Ekonomi, Program Studi Manajemen

fikriryandi@gmail.com

Website:

Abstrak

Kata Kunci:

Dimensi
*service
quality*,
loyalitas
pelanggan

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh signifikan *Service Quality* (*tangible*, *responsiveness*, *assurance*, *emphaty*, *reliability*) terhadap loyalitas pelanggan pada RM Joglo Praja Wijaya baik itu secara parsial maupun silmultan dan untuk mengetahui presepsi pelanggan terhadap variabel dimensi *service quality* (*tangible*, *responsiveness*, *assurance*, *emphaty*, *reliability*) yang mempunyai pengaruh dominan terhadap loyalitas pelanggan RM Joglo Praja Wijaya. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan sampel 100 orang pengunjung RM joglo praja wijaya dengan menggunakan teknik sampling accidental sampling serta pengumpulan data melalui koesioner, wawancara dan observasi. Sedangkan alat analisa yang digunakan adalah Uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, analisis regresi linier berganda, korelasi berganda, koefisiensi deteminasi ,uji t ,uji F.

hasil dalam penelitian ini menunjukkan bahwa variabel *service quality* (*tangible*, *responsiveness*, *assurance*, *emphaty*, *reliability*) baik secara silmultan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan di mana menghasilkan F_{hitung} mempunyai nilai lebih besar dari pada nilai F_{tabel} ($76,565 > 2,31$) dan secara parsial variabel *service quality* (*tangible*, *responsiveness*, *assurance*, *emphaty*, *reliability*) berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan di mana $X_1 = 3,208 > 1,986$, $X_2 = 2,067 > 1,986$, $X_3 = 2,088 > 1,986$, $X_4 = 2,948 > 1,986$, $X_5 = 3,095 > 1,986$, Sedangkan dari uji regresi linier berganda didapat hasil $Y = 0,191 + .0,264 X_1 + 0,174 X_2 + 0,172 X_3 + 0,240 X_4 + 0,236 X_5$, variabel bentuk fisik (*tangible*) merupakan variabel yang mempunyai pengaruh yang paling dominan terhadap loyalitas pelanggan karena variabel tersebut mempunyai nilai standar koefisiensi yang lebih besar jika dibandingkan dengan variabel lain

Keywords :

Dimensions of service quality, customer loyalty

Alamat Kantor:

Jl. raya Deandles tanjung kodok Paciran Lamongan

Abstract

The purpose of this study was to determine the significant effect of Service Quality (tangible, responsiveness, assurance, empathy, reliability,) on customer loyalty at RM Joglo Praja Wijaya, both partially and simultaneously and to determine customer perceptions of service quality dimension variables (tangible , responsiveness, assurance, empathy, reliability,) which has a dominant influence on customer loyalty of RM Joglo Praja Wijaya. This study uses a quantitative method with a sample of 100 visitors to RM joglo praja wijaya using accidental sampling techniques and data collection through questionnaires, interviews and observations. While the analytical tools used are validity test, reliability test, classical assumption test, multiple linear regression analysis, multiple correlation, coefficient of determination, t test, F test

The results in this study indicate that the service quality variables (tangible, responsiveness, assurance, empathy, reliability,) both simultaneously affect customer loyalty which results in F_{count} having a value greater than the F_{table} value ($76.565 > 2.31$) and overall partial service quality variables (tangible, responsiveness, assurance, empathy, reliability,) have a positive and significant effect on customer loyalty where $X_1 = 3.208 > 1.986$, $X_2 = 2,067 > 1,986$, $X_3 = 2,088 > 1,986$, $X_4 = 2,948 > 1,986$, $X_5 = 3, 095 > 1,986$, while the multiple linear regression test results obtained $Y = 0.191 + .0.264 X_1 + 0.174 X_2 + 0.172 X_3 + 0.240 X_4 + 0.236 X_5$, the physical form variable (tangible) is the variable that has the most dominant influence on customer loyalty because this variable has a standard coefficient value that is greater than the other variables

DAFTAR PUSTAKA

Choliqamin. 2015. *Statistika*. Blogger

<http://statistikaikip.blogspot.com/2015/05/korelasi-ganda.html>
diakses 29 januari 2021

Ghozali, Imam. 2016. *Aplikasi Analisis Multivariete dengan Program IBM SPSS 23 (Edisi 8)*. Cetakan ke VIII. Badan Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang.

Handayati Ratna. 2016. *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Tingkat kepuasan konsumen Di Pong-Pong Café lamongan*. Jurnal ekonomi dan akuntansi, Vol. 1.No.3,

- Huda Khoirul. 2014. *Pengaruh Dimensi Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi Pada Café Ria Djenaka Malang*. Skripsi. Malang : Program Sarjana Universitas Negeri Malang.
- Marcell dan Michael Adiwijaya. 2017. *Pengaruh Dimensi Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Di Auto Bridal Surabaya*. Jurnal Menejemen Bisnis. Vol. 5, No. 1
- Novia Nelly , Sasi Utami dan Rinto Nurbambang. (2019) . *Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Pasar Tradisional Ngronggo Kota Kediri*. Jurnal JIMEK. (online). Vol 02 No 01 <http://ojs.unik-kediri.ac.id/index.php/jimek/article/view/413/397> diakses 23 September 2020
- Sujarwati . 2016. *Kupas Tuntas Penelitian Akuntansi Dengan SPSS*.Yogyakarta : Pustaka Baru Press

