

**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:

*Kuakitas Pelayanan,
Kepuasan Konsumen
Dan Loyalitas
Konsumen*

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, consumer
satisfaction and
customer loyalty*

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 Prijekngablak 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 Prijekngablak 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.

Alamat Kantor:

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. Sudah menjadi kewajiban pelaku bisnis untuk mendapatkan keunggulan bersaing sehingga dapat memenangkan persaingan tersebut, keberhasilan suatu perusahaan ditentukan kegiatan pemasarannya dan pelayanan karena kegiatan pemasaran ini yaitu pemenuhan kepuasan konsumen. 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. Sumber data yang digunakan merupakan wawancara kepada konsumen, data asli dari perusahaan dan kuisioner dibagi kepada pelanggan yang pernah membeli produk tersebut

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Uji Validitas

Tabel 1

Hasil Uji Validitas

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

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

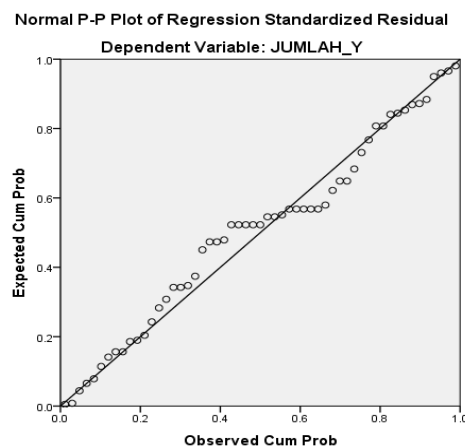
Tabel 2
Hasil Uji Reliabilitas

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



Gambar 1
Grafik Plot

Nur Aisyah

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

Tabel 3
Hasil Uji multikolinearitas

Model		Unstandardized Coefficients		Coefficients ^a		T	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Standardized Coefficients				Tolerance	VIF
				Beta					
1	(Constant)	6.504	1.900			3.424	.001		
	JUMLAH_X1	.288	.111	.361		2.588	.012	.633	1.579
	JUMLAH_X2	.402	.182	.309		2.214	.031	.633	1.579

a. Dependent Variable: JUMLAH_Y

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

Tabel 4
Hasil Uji Autokorelasi

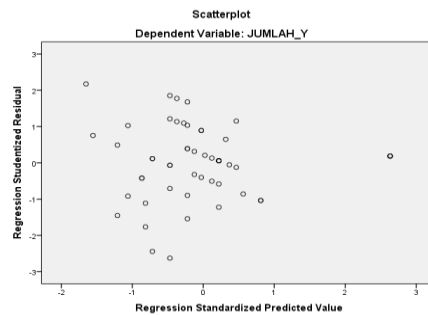
Model	R	R Square	Model Summary ^b							
			Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics			Durbin-Watson		
					R Square Change	F Change	df 1	df 2	Sig. F Change	
1	.798 ^a	.637	.623	1.442	.637	45.546	2	52	.000	2.053

a. Predictors: (Constant), VAR00010, VAR00006

b. Dependent Variable: VAR00015

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



Gambar 2

Grafik Scatterplot

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

Tabel 5

Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Model	Coefficients ^a				Sig.	Collinearity Statistics	
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T		Tolerance	VIF
	B	Std. Error	Beta				
1 (Constant)	6.504	1.900		3.424	.001		
JUMLAH_X1	.288	.111	.361	2.588	.012	.633	1.579
JUMLAH_X2	.402	.182	.309	2.214	.031	.633	1.579

a. Dependent Variable: JUMLAH_Y

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

Tabel 6
Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Model Summary ^b						
				Std. Error of the Estimate	Change in R Square	F Change	df1	df2	Sig. F Change	Durbin Watson
1	.798 ^a	.637	.623	1.442	.637	45.546	2	52	.000	2.053

a. Predictors: (Constant), VAR00010, VAR00006

b. Dependent Variable: VAR00015

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

Tabel 7
Hasil Uji t

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients Beta	T	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error				Tolerance	VIF
1	(Constant)	6.504	1.900		3.424	.001		
	JUMLAH_X1	.288	.111	.361	2.588	.012	.633	1.579
	JUMLAH_X2	.402	.182	.309	2.214	.031	.633	1.579

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 Ho ditolak dan Ha 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

Tabel 8 Hasil Uji F

		ANOVA ^a				
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	73.619	2	36.810	14.632	.000 ^b
	Residual	130.817	52	2.516		
	Total	204.436	54			

a. Dependent Variable: JUMLAH_Y

b. Predictors: (Constant), JUMLAH_X2, JUMLAH_X1

Dari hasil uji ANOVA pada penelitian di atas didapatkan nilai F hitung sebesar 14,632. Berdasarkan tabel dengan taraf signifikansi (α) = 5% atau 0,05 diketahui bahwa F tabel dengan $df_1 - k = 2$ dan $df_2 = n - k - 1 = 55 - 2 - 1 = 52$, maka F tabel (df_1) (df_2) = 3,18. Berdasarkan hasil perhitungan, diperoleh $F_{hitung} (14,632) > F_{tabel} (3,18)$. Dengan melihat uji F ini maka diperoleh asumsi bahwa H_0 ditolak dan H_1 diterima, sehingga 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 secara parsial terhadap loyalitas pelanggan (Y).
2. Berdasarkan hasil pengujian secara simultan (Uji F) yaitu menguji pengaruh data dua variabel independen secara bersama-sama ke dalam uji F (Simultan). Hasilnya variabel kualitas pelayanan (X1) dan kepuasan konsumen (X2) memiliki pengaruh simultan dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan (Y).
3. Dari nilai uji regresi linier berganda dapat diketahui $Y = 6,504 + 0,288 X_1 + 0,402 X_2 + e$, diperoleh koefisien regresi independen

tertinggi yaitu variabel kepuasan pelanggan 0,402. Dengan demikian dapat ditarik kesimpulan bahwa variabel yang paling dominan mempengaruhi loyalitas pelanggan dalam penelitian ini adalah kepuasan konsumen.

DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto. (2010). *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Bramson, Robert. 2005. *Customer Loyalty50 Strategi Ampuh Membangun dan Mempertahankan Loyalitas Pelanggan*. Jakarta : Prestasi Pustaka Publisher.
- Griffin, Jill. 2005. *Customer Loyalty : Menumbuhkan dan Mempertahankan Kesetiaan Pelanggan*. Alih bahasa : Dwi Kartini Yahya dan kawan kawan. Jakarta: Erlangga.
- 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.
- Kotler Dan Killer.2008. *Manajemen Pemasaran Jilid 1*.Jakarta: PT.Indeks Kelompok Gramedia.
- Kotler, Philip *and* Kevin Lane Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Jilid 1. Ed, 13. Dialihbahasakan oleh Bob Sabran. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip. 2002. *Manajemen Pemasaran di Indonesia : Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Pengendalian*. Salemba Empat. Jakarta.
- 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.
- 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*.
- Nurcholidah, Lilik & Sulaeman, Moh Muklis (2021).”Comparative Consumer

- Preception to Purchase Decision of Drinking Water in Paked”.*Journal of Humanities and Social Studies*. Vol.5 No.3.
- Yulia Evi, Nurcholidah Lilik, Riska Kurnia (2021). “Alternative Marketing Strategis of Traditional Drug in Facing the New Normal Era as The Impact of COVID 19. “*Journal of Humaniora and Social Studies*. Vol 5, No 3.
- Sudrajad JS, N. R. (2019). Analisis Kepuasan Pelanggan Terhadap Kualitas Pelayanan Di PT Ramajaya Copier. of *Applied Business Administration*, III(1), 119-131.
- Sugiyono. 2015. *Metode Penelitian Kuantitatif, kualitatif dan R&D*. Bandung : Alfabeta.
- Sugiyono. 2012. *Metode Penelitian Kuantitatif Dan Kombinasi*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2014. *Metode Penelitian Kuantitatif Dan Kombinasi*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Tjiptono, Fandy. 2001. *Strategi Pemasaran. Edisi Pertama*. Andi Ofset. Yogyakarta.
- Tjiptono. 2007. *Strategi Pemasaran. Edisi Pertama*. Andi Ofset. Yogyakarta.