

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PADA AHAD MART CINERE

Sugeng Widodo^{*)}

email : sugengwi74@gmail.com

ABSTRAK

Kualitas pelayanan yang diberikan oleh Ahad Mart Cinere dapat dikatakan baik hal ini dapat dilihat dari hasil perhitungan Validitas Kualitas Pelayanan (X) dapat dikatakan valid karena rhitung $0,5287 > 0,1654$ rtabel. Dan hasil perhitungan Reabilitas dengan menggunakan rumus Cronbach alpha di dapatkan hasil Reabilitas variabel Kualitas Pelayanan (X) sebesar yang artinya rhitung $0,8235 > 0,1654$ rtabel maka instrumen penelitian ini dinyatakan Reliabel.

Berdasarkan hasil analisis Regresi Linier Sederhana di dapatkan persamaan $Y = 16,2781 + 0.5900X$, artinya apabila Kualitas Pelayanan ditingkatkan 1 maka akan mempengaruhi peningkatan Loyalitas Pelanggan sebesar 0,5900 dan sebaliknya apabila Kualitas Pelayanan diturunkan sebesar 1 maka akan terjadi penurunan Loyalitas Pelanggan sebesar 0,5900. Kemudian dari hasil perhitungan dengan menggunakan Analisis Product Moment diketahui bahwa tingkat korelasi Kualitas Pelayanan dengan Loyalitas Pelanggan yaitu 0,6427 dengan kategori kuat. Sedangkan Koefisien Determinasi sebesar 41,31% dan sisanya 58,69% dipengaruhi oleh faktor lain. Dan berdasarkan hasil Uji Hipotesis dengan menggunakan uji t maka thitung $>$ ttabel yaitu $8,3054 > 1,6606$ yang artinya bahwa H_0 ditolak dan h_1 diterima, artinya Kualitas Pelayanan (X) mempunyai hubungan yang signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan (Y).

Kata Kunci: Kualitas Pelayanan dan Loyalitas Pelanggan

ABSTRACT

The quality of service provided by Ah Cin Cinere can be said well this can be seen from the calculation of Service Quality Validity (X) can be said to be valid because rhitung $0.5287 > 0.1654$ rtabel. And the results of calculation of Reability by using Cronbach alpha formula in get the results of variable Quality of Service (X) Reability which means rhitung $0.8235 > 0.1654$ rtabel then the research instrument is expressed Reliabel.

Based on the results of simple linear regression analysis in get the equation $Y = 16,2781 + 0.5900X$, it means if the Quality of Service improved 1 then it will affect the increase of Customer Loyalty of 0,5900 and vice versa if Quality Service decreased by 1 then it will decrease Customer Loyalty 0 , 5900. Then from the calculation by using Product Moment Analysis known that the correlation level of Service Quality with Customer Loyalty is 0.6427 with strong category. While the coefficient of determination 41.31% and the remaining 58.69% influenced by other factors. And based on Hypothesis Test result by using t test, thitung $>$ ttable is $8,3054 > 1,6606$ which means that H_0 is rejected and h_1 accepted, it means Quality of Service (X) has significant relation to Customer Loyalty (Y).

Keywords: Organizational Culture, Work Discipline, Service Quality and Customer Loyalty

A. Pendahuluan.

Tingginya laju pertumbuhan mengakibatkan persaingan antara pasar modern, maka minimarket harus dapat menerapkan strategi yang tepat agar dapat merebut konsumen, tentunya dengan cara menerapkan bauran pemasaran yang tepat pula. Untuk mencapai pada sasaran dan tujuan, yaitu kepuasan konsumen sehingga tercipta loyalitas pelanggan, maka pihak perusahaan harus membuat rencana dan strategi dalam rangka memasarkan barang atau jasa yang ditawarkan. Untuk dapat memenangkan persaingan, perusahaan harus mampu memanfaatkan peluang bisnis yang ada dan berusaha untuk menerapkan strategi pemasaran yang tepat untuk menguasai pasar.

Kualitas jasa berfokus pada “upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaiannya untuk mengimbangi harapan pelanggan”. Untuk dapat mengetahui kualitas pelayanan yang diberikan oleh perusahaan terhadap pelanggan yaitu dengan cara membandingkan persepsi para pelanggan atas pelayanan yang mereka terima apakah sesuai dengan harapan dan keinginan para pelanggan atau tidak.

Banyaknya pelanggan sangatlah berpengaruh terhadap kelangsungan hidup perusahaan yang bergerak dalam industri jasa, karena pelanggan merupakan sumber terpenting dalam menggapai kesuksesan. Semakin banyak pelanggan semakin dekat pula dengan kesuksesan dan semakin sedikit pelanggan maka akan semakin jauh dari kesuksesan. Hal ini lah yang menjadi acuan Ahad Mart Cinere dalam memajukan perusahaan dan meningkatkan kepuasan kerja karyawannya sehingga dapat meningkatkan penghasilan perusahaan. Dari tabel berikut ini dapat dilihat jumlah pengunjung yang datang ke Ahad Mart Cinere dari tahun 2013 sampai tahun 2015.

Salah satu keluhan yang sering adalah saat pelanggan melakukan transaksi pembayaran di kasir pelanggan harus mengantri sangat panjang, sehingga menimbulkan rasa kurang puas pada pelayanan Ahad Mart Cinere saat melakukan transaksi pembayaran. Berikut ini terdapat tabel dari beberapa keluhan yang diberikan oleh para pengunjung dari awal 2013 sampai akhir 2015. beberapa keluhan diatas pelanggan yang mengeluh terhadap pelayanan Ahad Mart Cinere semakin meningkat pada tiap tahunnya, ini akan memungkinkan para pelanggan berfikir ulang ketika akan berbelanja di Ahad Mart Cinere, dari meningkatnya keluhan pelanggan maka perusahaan harus dapat memperbaiki pelayanan guna mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan. Dari data tersebut dan serta dari berbagai pertanyaan tersebut maka penulis mengambil kesimpulan tertarik untuk melakukan penelitian lebih dalam dengan mengajukan judul skripsi: “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Ahad Mart Cinere”.

B. Perumusan Masalah

1. Bagaimana kualitas pelayanan pada Ahad Mart Cinere?
2. Bagaimana loyalitas pelanggan pada Ahad Mart Cinere?
3. Seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan pada Ahad Mart Cinere?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui kualitas pelayanan pada Ahad Mart Cinere?
2. Untuk mengetahui loyalitas pelanggan pada Ahad Mart Cinere?
3. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan pada Ahad Mart Cinere?

D. Landasan Teori

Manajemen Pemasaran

Menurut Malayu S.P. Hasibuan (2002:1) mengemukakan bahwa manajemen adalah “ilmu dan seni yang mengatur proses pemanfaatan sumber daya manusia dan sumber-sumber lainnya secara efektif dan efisien untuk mencapai suatu tujuan tertentu”.

Menurut Jame A.F Stoner dan Freeman (2005:7) manajemen adalah “ proses perencanaan, pengorganisasian, pengarahan, dan pengawasan usaha-usaha para anggota organisasi dan penggunaan sumberdaya-sumberdaya organisasi lainnya agar mencapai tujuan organisasi yang telah ditetapkan.

Menurut Buchari Alma (2014:130) Manajemen pemasaran adalah “kegiatan menganalisa, merencanakan, mengimplementasi, dan mengawasi segala kegiatan (program), guna memperoleh tingkat pertukaran yang menguntungkan dengan pembeli sasaran dalam rangka mencapai tujuan organisasi”.

Menurut Philip Kotler dan Kevin Lane Keller (2009:05) Manajemen pemasaran sebagai seni dan ilmu memilih pasar sasaran dan meraih, mempertahankan, serta menumbuhkan pelanggan dengan menciptakan, menghantarkan, dan mengomunikasikan nilai pelanggan yang unggul.

Bauran Pemasaran

Bauran pemasaran (*Marketing Mix*) merupakan inti dari sistem pemasaran yang dilakukan oleh perusahaan. *Marketing mix* dapat didefinisikan sebagai kombinasi dari empat variabel atau kegiatan yang merupakan inti dari sistem pemasaran, yakni produk, struktur harga, kegiatan promosi dan kegiatan distribusi.

Menurut Philip Kotler dan Gary Armstrong dalam Ratih Hurriyati (2015:48) bauran pemasaran adalah “sekumpulan alat pemasaran (*marketing mix*) yang dapat digunakan oleh perusahaan untuk mencapai tujuan pemasarannya dalam pasar sasaran”.

Pemasaran Jasa

Menurut Philip Kotler dan Kevin Lane Keller (2013:36) jasa atau layanan (*service*) adalah “semua tindakan atau kinerja yang dapat ditawarkan satu pihak kepada pihak lain yang pada intinya tidak berwujud dan tidak menghasilkan kepemilikan apapun”.

Menurut Philip Kotler dan Gery Armstrong (2004:275) pemasaran jasa merupakan “aktivitas atau manfaat yang ditawarkan oleh satu pihak kepada pihak yang pada dasarnya tanpa wujud dan tidak menghasilkan kepemilikan apapun dan interaksi antara penyedia jasa dan penerima mempengaruhi hasil jasa tersebut”.

Menurut Payne dalam Ratih Hurriyati (2015:42) pemasaran jasa merupakan suatu proses mempersiapkan, memahami, menstimulasi dan memenuhi kebutuhan pasar sasaran yang dipilih secara khusus dengan menyalurkan sumber-sumber sebuah organisasi untuk memenuhi kebutuhan tersebut.

Kualitas Pelayanan

Menurut Fandy Tjiptono (2014:268) kualitas jasa berfokus pada “upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaiannya untuk mengimbangi harapan pelanggan”.

Perilaku Konsumen

Tujuan kegiatan pemasaran pada umumnya adalah untuk mengetahui perilaku konsumen agar bersedia membeli barang dan jasa perusahaan dalam memenuhi kebutuhan. Bagi manajer pemasaran hal ini untuk dapat mengetahui cara perkembangan produk, penentuan harga, menentukan tempat dan lokasi, kegiatan pelayanan dan mempromosikan produk dengan baik.

Menurut Fandi Tjiptono (2014:48) secara sederhana istilah Perilaku konsumen mengacu pada perilaku yang ditunjukkan oleh para individu dalam membeli dan menggunakan barang dan jasa.

Loyalitas Pelanggan

Menurut Fandy Tjiptono (2002:110) loyalitas merupakan “komitmen pelanggan terhadap toko, merek ataupun pemasok yang didasarkan atas sikap positif yang tercermin dalam bentuk pembelian berulang secara konsisten.

Menurut Richard Oliver dalam Ratih Hurriyati (2015:129) loyalitas pelanggan adalah “komitmen pelanggan bertahan secara mendalam untuk berlangganan kembali atau melakukan pembelian ulang produk atau jasa terpilih secara konsisten dimasa yang akan datang, meskipun pengaruh situasi dan usaha-usaha pemasaran mempunyai potensi untuk menyebabkan perubahan perilaku”.

E. Metodologi Penelitian

Tempat Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada Ahad Mart Cinere yang beralamat di Jl. Raya Gandul No.20, Cinere Depok, Jawa Barat, Indonesia, 16512. Yang akan diteliti yaitu apakah terdapat hubungan pada kualitas pelayanan yang diberikan produsen terhadap loyalitas pelanggan pada Ahad Mart Cinere.

Waktu Penelitian

bulan Juni 2016 sampai bulan Agustus 2016.

Populasi

Populasi dalam penelitian ini adalah pelanggan pada Ahad Mart Cinere diambil pada bulan Juli 2016 kurang lebih 14.710 pengunjung.

Sampel

Dalam penelitian ini penulis menentukan tingkat kesalahan dalam penarikan sampel adalah 10%, jumlah keseluruhan populasi sebanyak 14.710 pengunjung.

Untuk menentukan ukuran sampel dari suatu populasi, rumus yang digunakan adalah rumus sampel Slovin yaitu:

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

$$n = \frac{14.710}{1 + 14.710(0.1)^2}$$

$$n = \frac{14.710}{1 + 147,10}$$

$$n = \frac{14.710}{148,10}$$

$$n = 99,32$$

$$n = 100$$

Dengan demikian jumlah sampel sebanyak 99,32 dibulatkan menjadi 100, berarti sampel yang akan mewakili populasi adalah 100 pengunjung di Ahad Mart Cinere.

Uji Validitas

$$r = \frac{n(\sum Xi \cdot Xt) - (\sum Xi)(\sum Xt)}{\sqrt{\{n(\sum Xi^2) - (\sum Xi)^2\}\{n(\sum Xt^2) - (\sum Xt)^2\}}}$$

Keterangan :

- r : hasil validitas instrumen yang dicari
- n : jumlah responden atau sampel
- X_i : jumlah skor item butir pertanyaan
- X_t : jumlah seluruh butir pertanyaan
- $\sum Xi^2$: jumlah tiap butir instrumen yang dikuadratkan
- $\sum Xt^2$: jumlah seluruh instrumen yang dikuadratkan
- $\sum Xi \cdot Xt$: jumlah skor dari perkalian antara skor butir dan jumlah seluruh butir instrumen

Uji Reliabilitas

- 1) Mencari Varian butir variabel Kualitas Pelayanan (X)

$$S_i = \frac{\sum X^2 \frac{(\sum Xi)}{n}}{n}$$

- 2) Mencari Total Varian Variabel Kualitas Pelayanan

$$S_t = \frac{\sum Xi^2 \frac{(\sum Xi)}{n}}{n}$$

- 3) Mencari Reliabilitas variabel Kualitas Pelayanan

$$rca = \left[\frac{K}{K-1} \right] \left[1 - \frac{\sum S_i}{S_t} \right]$$

Dimana :

- rca: nilai reliabilitas
- S_i : varian skor tiap butir pertanyaan
- s_t : varian total
- K : banyaknya pertanyaan
- $\sum Xi$: jumlah skor jawaban untuk setiap butir pertanyaan
- $\sum Xt$: total skor jawaban
- r : jumlah sampel

Analisis Koefisien Korelasi

$$r_{xy} = \frac{n(\sum XY) - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{\{n(\sum X^2) - (\sum X)^2\}\{n(\sum Y^2) - (\sum Y)^2\}}}$$

Keterangan:

- R : koefisien korelasi
- n : jumlah responden atau sampel
- $\sum X$: jumlah skor variabel kualitas pelayanan (X)

- ΣY : jumlah skor variabel loyalitas pelanggan (Y)
- ΣX^2 : jumlah kuadrat dari responden variabel X
- ΣY^2 : jumlah kuadrat dari responden variabel Y
- ΣXY : jumlah hasil perkalian responden variabel X dan Y

Regresi Linear Sederhana

$$Y = a + bx$$

Dimana:

Y : loyalitas pelanggan

a : koefisien

b : koefisien regresi

X : kualitas pelayanan

Langkah-langkah menggunakan rumus regresi:

- 1) Membuat tabel yang berisi no, nilai variabel X dan Y, XY, X² dan Y².
- 2) Kemudian mencari nilai a dengan rumus:

$$a = \frac{(\Sigma y)(\Sigma x^2) - (\Sigma x)(\Sigma xy)}{n \Sigma x^2 - (\Sigma x)^2}$$

- 3) Kemudian mencari nilai b dengan rumus:

$$b = \frac{n(\Sigma X.Y) - (\Sigma X)(\Sigma Y)}{n(\Sigma X) - (\Sigma X)^2}$$

Uji Koefisien Determinasi

$$KD = R^2 \times 100\%$$

Keterangan:

KD : koefisien determinasi

r² : koefisien korelasi

Dari perhitungan koefisien korelasi maka di dapat koefisien determinasinya yaitu untuk melihat besarnya presentase (%) variabel Kualitas Pelayanan (X) terhadap variabel Loyalitas Pelanggan (Y).

Uji Hipotesis (Koefisien Regresi)

rumus:

$$t = \frac{r\sqrt{n-2}}{\sqrt{1-(r)^2}}$$

Keterangan:

t : koefisien regresi

n : jumlah responden atau sampel

F. Hasil dan Pembahasan

Karakteristik Responden

Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Tabel 4.1
Jenis Kelamin Responden

Keterangan	Frekuensi	Presentase
Laki -Laki	22	22%
Perempuan	78	78%
Jumlah	100	100%

Sumber : Data primer yang diolah

Dari hasil data tabel diatas dapat dilihat berdasarkan jenis kelamin, dapat diketahui bahwa sebesar 22% berjenis kelamin laki-laki dan sebesar 78% berjenis kelamin perempuan. Jadi dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden dalam penelitian ini adalah perempuan dengan presentase sebesar 78%.

Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan

Tabel 4.2
Tingkat Pendidikan Responden

Keterangan	Frekuensi	Presentase
SD	6	6%
SMP	4	4%
SMA/SMK	30	30%
Diploma (D3)	22	22%
Strata-1 (S1)	25	25%
Strata-2 (S2)	10	10%
Strata-3 (S3)	3	3%
Total	100	100%

Sumber : Data primer yang diolah

Dari hasil data tabel diatas dapat dilihat berdasarkan tingkat pendidikan, dapat diketahui bahwa sebesar 6% berpendidikan SD, sebesar 4% berpendidikan SMP, sebesar 30% berpendidikan SMA/SMK, sebesar 22% berpendidikan Diploma (D3), sebesar 25% berpendidikan Strata-1 (S1), sebesar 10% berpendidikan Strata-2 (S2), dan sebesar 3% Strata-3 (S3). Jadi dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden dalam penelitian ini adalah berpendidikan SMA/SMK dengan jumlah presentase terbesar yaitu 30%.

Uji Validitas dan Reabilitas Kualitas Pelayanan (X)

Tabel 4.6
Hasil perhitungan validitas seluruh instrumen variabel Kualitas Pelayanan(X)

No	r _{hitung}	r _{tabel}	Keputusan
1	0,5287	0,1654	Valid
2	0,5017	0,1654	Valid
3	0,6886	0,1654	Valid
4	0,6799	0,1654	Valid
5	0,4933	0,1654	Valid
6	0,7189	0,1654	Valid
7	0,6920	0,1654	Valid
8	0,6359	0,1654	Valid
9	0,6744	0,1654	Valid
10	0,6427	0,1654	Valid

Uji Reliabilitas Kualitas Pelayanan (X)

- 1) Menghitung Varians tiap butir

$$S_i = \frac{1887 - \frac{(481)^2}{100}}{100}$$

$$S_i = \frac{1887 - \frac{(1857,61)}{100}}{100}$$

$$S_i = \frac{1887 - 1857,61}{100}$$

$$S_i = \frac{29,39}{100}$$

$$S_i = 0,2939$$

Dari perhitungan no 1 instrumn variabel Kualitas Pelayanan (X) didapatkan hasil 0,2939, berikut di bawah ini adalah tabel 4.7 perhitungan dari seluruh varian butir instrumen variabel Kualitas Pelayanan (X).

- 2) Menghitung Varian Total variabel Kualitas Pelayanan (X)

$$st = \frac{165221 - \frac{(4089)^2}{100}}{100}$$

$$st = \frac{165221 - \frac{(16818521)}{100}}{100}$$

$$St = \frac{165221 - 168185,21}{100}$$

$$St = \frac{2085,79}{100}$$

$$St = 20,8579$$

- 3) Mencari Reliabilitas variabel Kualitas Pelayanan (X)

$$rca = \left[\frac{10}{10-1} \right] \left[1 - \frac{5,3839}{20,8579} \right]$$

$$rca = \left[\frac{10}{9} \right] [1 - 0,2581]$$

$$rca = 1,11 \times 0,7419$$

$$rca = 0,8235$$

Dari perhitungan Reliabilitas dengan menggunakan rumus *cronbach alpha* di dapatkan hasil Reliabilitas variabel Kualitas Pelayanan (X) sebesar 0,8235 yang artinya $r_{hitung} 0,8235 > r_{tabel} 0,1654$ maka instrumen penelitian ini dinyatakan reliabel.

Uji Validitas dan Reliabilitas Loyalitas Pelanggan (Y)

Uji Validitasi Loyalitas Pelanggan (Y)

Hasil perhitungan Validitas seluruh instrumen variabel Loyalitas Pelanggan (Y)

No	r _{hitung}	r _{tabel}	Keputusan
1	0,5685	0,1654	Valid
2	0,4009	0,1654	Valid
3	0,6349	0,1654	Valid
4	0,6884	0,1654	Valid
5	0,5184	0,1654	Valid
6	0,5141	0,1654	Valid
7	0,5753	0,1654	Valid
8	0,5105	0,1654	Valid
9	0,5878	0,1654	Valid

10	0,5606	0,1654	Valid
----	--------	--------	-------

Uji reliabilitas Loyalitas Pelanggan (Y)

1) Menghitung varians tiap butir

$$S_i = \frac{1777 - \frac{(415)^2}{100}}{100}$$

$$S_i = \frac{1777 - \frac{(172225)}{100}}{100}$$

$$S_i = \frac{1777 - 1722,25}{100}$$

$$S_i = \frac{54,75}{100}$$

$$S_i = 0,5475$$

Dari perhitungan no 1 instrum variabel Loyalitas Pelanggan (Y) didapatkan hasil 0,5475, berikut di bawah ini adalah tabel 4.10 perhitungan dari seluruh varian butir instrumen variabel Loyalitas Pelanggan (Y).

2) Menghitung Varian Total variabel Loyalitas Pelanggan (Y)

$$s_t = \frac{162639 - \frac{(4011)^2}{100}}{100}$$

$$s_t = \frac{162639 - \frac{(16088121)}{100}}{100}$$

$$s_t = \frac{162639 - 160881,21}{100}$$

$$s_t = \frac{1757,79}{100}$$

$$s_t = 17,5779$$

3) Mencari Relabilitas variabel Loyalitas Pelanggan (Y)

$$rca = \left[\frac{k}{k-1} \right] \left[1 - \frac{\sum s_i}{s_t} \right]$$

$$rca = \left[\frac{10}{10-1} \right] \left[1 - \frac{5,6911}{17,5779} \right]$$

$$rca = \left[\frac{10}{9} \right] [1 - 0,3238]$$

$$rca = 1,11 \times 0,6762$$

$$rca = 0,7506$$

Dari perhitungan Reliabilitas dengan menggunakan rumus *cronbach alpha* di dapatkan hasil Reliabilitas variabel Loyalitas Pelanggan (Y) sebesar 0,7506 yang artinya $r_{hitung} 0,7506 > r_{tabel} 0,1654$ maka instrumen penelitian ini dinyatakan reliabel.

Korelasi Product Moment

Diketahui :

Σn : 100
 ΣX : 4039
 ΣY : 4011
 ΣX^2 : 165221

$$\begin{aligned} \Sigma Y^2 & : 162639 \\ \Sigma X.Y & : 163235 \\ r_{xy} & = \frac{100(163235) - (4039)(4011)}{\sqrt{\{100(165221) - (4039)^2\}\{100(162639) - (4011)^2\}}} \\ r_{xy} & = \frac{16323500 - 16200429}{\sqrt{\{16522100 - 16313521\}\{16263900 - 16088121\}}} \\ r_{xy} & = \frac{123071}{\sqrt{\{208579\}\{175779\}}} \\ r_{xy} & = \frac{123071}{\sqrt{36663808041}} \\ r_{xy} & = \frac{123071}{191477,96} \\ r_{xy} & = 0,6427 \end{aligned}$$

Dari hasil analisis perhitungan menggunakan rumus koefisien korelasi *pearson* ada hubungan korelasi positif antara Kualitas Pelayanan (X) terhadap Loyalitas Pelanggan (Y), yaitu sebesar $r = 0,6427$ yang termasuk kategori kuat ($0.600 - 0.799$), maka untuk mengetahui seberapa besar pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan adalah dengan menggunakan koefisien determinasi

Analisis Regresi Linear Sederhana

Diketahui :

$$\begin{aligned} \Sigma n & : 100 \\ \Sigma X & : 4039 \\ \Sigma Y & : 4011 \\ \Sigma X^2 & : 165221 \\ \Sigma Y^2 & : 162639 \\ \Sigma X.Y & : 163235 \end{aligned}$$

1. Maka nilai a dapat dihitung sebagai berikut:

$$\begin{aligned} a & = \frac{(\Sigma y)(\Sigma x^2) - (\Sigma x)(\Sigma xy)}{n \Sigma x^2 - (\Sigma x)^2} \\ a & = \frac{(4011)(165221) - (4039)(163235)}{100(165221) - (4039)^2} \\ a & = \frac{662701431 - 659306165}{16522100 - 16313521} \\ a & = \frac{3395266}{3395266} \\ a & = 208579 \\ a & = 16,2781 \end{aligned}$$

2. maka nilai b dapat dihitung sebagai berikut :

$$\begin{aligned} b & = \frac{n(\Sigma X.Y) - (\Sigma X)(\Sigma Y)}{n(\Sigma X) - (\Sigma X)^2} \\ b & = \frac{100(163235) - (4039)(4011)}{100(165221) - (4039)^2} \\ b & = \frac{16323500 - 16200429}{16522100 - 16313521} \\ b & = \frac{123071}{123071} \\ b & = 208579 \\ b & = 0,5900 \end{aligned}$$

Dari persamaan Regresi Linier Sederhana pengaruh Kualitas Pelayanan (X) terhadap Loyalitas Pelanggan (Y) diatas adalah sebagai berikut:

$$Y = a + bX$$

$$= 16,2781 + 0,5900X$$

Persamaan ini menunjukkan bahwa Kualitas Pelayanan (X) berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan (Y). Apabila Kualitas Pelayanan (X) bertambah 1 maka Loyalitas Pelanggan (Y) akan naik sebesar 0,5900. Begitu pula sebaliknya apabila Kualitas Pelayanan (X) turun 1, maka Loyalitas Pelanggan (Y) akan mengalami penurunan sebesar 0,5900.

Koefisien Determinasi (KD)

$$KD = r^2 \times 100\%$$

$$= (0,6427)^2 \times 100\%$$

$$= (0,4131) \times 100\%$$

$$= 41,31\%$$

Hal ini membuktikan bahwa besarnya hubungan Kualitas Pelayanan (X) terhadap Loyalitas Pelanggan (Y) sebesar 41,31 % dan sisanya sebesar 58,69% dipengaruhi oleh beberapa faktor lain.

Pengujian Hipotesis dengan Uji t

Rumus t_{hitung} adalah sebagai berikut :

$$t = \frac{r\sqrt{n-2}}{\sqrt{1-(r)^2}}$$

Dimana:

n : Jumlah responden atau sampel

r : Koefisien Korelasi

$$t = \frac{r\sqrt{n-2}}{\sqrt{1-(r)^2}}$$

$$t = \frac{0,6427 \sqrt{100-2}}{\sqrt{1-(0,6427)^2}}$$

$$t = \frac{0,6427\sqrt{98}}{\sqrt{1-0,4131}}$$

$$t = \frac{0,6427(9,90)}{\sqrt{0,5869}}$$

$$t = \frac{6,36273}{0,7661}$$

$$t = 8,3054$$

Dari perhitungan serta gambar di atas dapat disimpulkan bahwa t_{hitung} lebih besar dari pada t_{tabel} atau $8,3054 > 1,6606$ maka dapat dikatakan positif. Yang artinya H_0 ditolak dan H_1 diterima, berarti terdapat pengaruh antara Kualitas Pelayanan (X) terhadap Loyalitas Pelanggan (Y) yang positif pada Ahad Mart Cinere.

G. KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

- a. Kualitas pelayanan yang diberikan oleh Ahad Mart Cinere dapat dikatakan baik hal ini dapat dilihat dari hasil perhitungan Validitas Kualitas Pelayanan (X) dapat dikatakan valid karena $r_{hitung} 0,5287 > 0,1654 r_{tabel}$. Dan hasil perhitungan Reabilitas dengan menggunakan rumus *Cronbach alpha* di dapatkan hasil Reabilitas variabel Kualitas Pelayanan (X) sebesar yang artinya $r_{hitung} 0,8235 > 0,1654 r_{tabel}$ maka instrumen penelitian ini dinyatakan Reliabel.
- b. Loyalitas pelanggan Ahad Mart Cinere, dapat dikatakan cukup berhasil hal ini dapat dilihat dari hasil perhitungan Validitas Loyalitas Pelanggan (Y) sebesar 0598 artinya $r_{hitung} 0,5685 > 0,1654 r_{tabel}$, maka instrumen penelitian dinyatakan valid. Dan dari hasil perhitungan Reabilitas dengan menggunakan rumus *Cronbach alpha* di dapatkan hasil Reabilitas variabel Loyalitas Pelanggan (Y) sebesar yang artinya $r_{hitung} 0,7506 > 0,1654 r_{tabel}$ maka instrumen penelitian ini dinyatakan Reliabel.
- c. Berdasarkan hasil analisis Regresi Linier Sederhana di dapatkan persamaan $Y = 16,2781 + 0.5900X$, artinya apabila Kualitas Pelayanan ditingkatkan 1 maka akan mempengaruhi peningkatan Loyalitas Pelanggan sebesar 0,5900 dan sebaliknya apabila Kualitas Pelayanan diturunkan sebesar 1 maka akan terjadi penurunan Loyalitas Pelanggan sebesar 0,5900. Kemudian dari hasil perhitungan dengan menggunakan Analisis Product Moment diketahui bahwa tingkat korelasi Kualitas Pelayanan dengan Loyalitas Pelanggan yaitu 0,6427 dengan kategori kuat. Sedangkan Koefisien Determinasi sebesar 41,31% dan sisanya 58,69% dipengaruhi oleh faktor lain. Dan berdasarkan hasil Uji Hipotesis dengan menggunakan uji t maka $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu $8,3054 > 1,6606$ yang artinya bahwa H_0 ditolak dan H_1 diterima, artinya Kualitas Pelayanan (X) mempunyai hubungan yang signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan (Y).

Saran

- a. Disarankan kepada Ahad Mart Cinere harus selalu melakukan riset secara berkelanjutan untuk mengetahui perkembangan dan keinginan serta tingkat loyalitas pelanggan terhadap kualitas pelayanan yang diberikan terhadap para pelanggan, karena dari hasil penelitian yang telah dilakukan diketahui kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan.
- b. Disarankan kepada Ahad Mart Cinere untuk terus meningkatkan standar kualitas pelayanan terhadap para karyawan supaya para pelanggan menjadi sangat loyal dan tidak pindah ke tempat lain serta menarik minat masyarakat untuk berbelanja di Ahad Mart Cinere.
- c. Berdasarkan jawaban kuesioner pada variabel kualitas pelayanan responden lebih banyak menjawab tidak setuju pada pertanyaan no 5 yaitu karyawan dapat memberikan pelayanan yang nyaman saat berbelanja di Ahad Mart Cinere, maka disarankan agar perusahaan meningkatkan kualitas pelayanannya agar pelanggan tertarik. Sedangkan hasil jawaban responden pada variabel loyalitas pelanggan lebih banyak menjawab tidak setuju pada butir pertanyaan nomor 6 yaitu saya akan menyarankan kepada orang lain agar berbelanja di Ahad Mart Cinere, maka disarankan agar perusahaan mampu memberikan pelayanan yang terbaik sehingga terciptanya loyalitas pelanggan.

H. DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, Thamrin dan Francis Tantri, "*Manajemen Pemasaran*", penerbit PT Raja Grafindo Persada, Jakarta, 2012.
- Alma, Buchari, "*Manajemen Pemasaran Dan Pemasaran Jasa*" Penerbit Alfabeta, Bandung, 2014.
- Hasibuan, Malayu S.P, "*Manajemen Sumber Daya Manusia*", Penerbit Bumi Aksara, Jakarta, 2002.
- Hurriyati, Ratih, "*Bauran Pemasaran Dan Loyalitas Konsumen*", Penerbit Cv. Alfabeta, Bandung, 2015.
- Kotler, Philip, "*Manajemen Pemasaran Edisi Milenium*", Renhallindo, Jakarta, 2000.
- Kotler, Philip, Dan Gery Armstrong, "*Dasar-Dasar Pemasaran*", edisi Kesembilan, PT Index, Jakarta, 2004.
- Kotler, Philip, "*Manajemen Pemasaran*", Edisi Kesebelas, PT Indeks, Jakarta, 2005.
- Kotler, Philip Dan Kevin Lane Keller, "*Manajemen Pemasaran*", Edisi Ketiga Belas, Jilid 1, Penerbit Erlangga, 2009.
- Kotler, Philip Dan Kevin Lane Keller, "*Manajemen Pemasaran*" Edisi Ketiga Belas, Jilid 2, Penerbit Erlangga, 2013.
- Stoner, James, A.F dan Freman, "*Manajemen*", Edisi kelima, Prenhallindo, Jakarta, 2005.
- Sugiyono, "*Metodologi Penelitian Bisnis*", Penerbit Alfabeta, Bandung, 2005.
- Sugiyono, "*Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif dan R&D*", Penerbit Alfabeta, Bandung, 2010.
- Sugiyono, "*Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D*", Cv. Alfabeta, Bandung, 2011.
- Tjiptono, Fandy, "*Perspektif Manajemen & Pemasaran Kontemporer*", Andi, Yogyakarta, 2000.
- Tjiptono, Fandy, "*Pemasaran Jasa*", Penerbit C.V Andi Offset, Yogyakarta, 2014.