PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, HARGA DAN KEPUASAN PELANGGAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN SAMBI SWALAYAN RINGINREJO KEDIRI

SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat
Guna Memperolah Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)
pada Progam Studi Manajemen Fakultas Ekonomi
Universitas Nusantara PGRI Kediri

Oleh :

ERVI SUSANTI
NPM : 11.1.02.02.0158

PROGAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS NUSANTARA PGRI KEDIRI
2015

Skripsi oleh :

ERVI SUSANTI
NPM : 11.1.02.02.0158

Judul :

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, HARGA DAN KEPUASAN PELANGGAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN SAMBI SWALAYAN RINGINREJO KEDIRI

Telah disetujui untuk diajukan Kepada
Panitia Ujian/Sidang Skripsi Program Studi Manajemen
FE UNP Kediri

Tanggal : 24 Agustus 2015

Pembimbing I	Pembimbing II
Drs.Ec. Ichsannudin, MM	Lilia Pasca Riani, SE, M.Sc
NIDN. 0723105703	NIDN. 0718048502

ii

Skripsi oleh :

ERVI SUSANTI
NPM : 11.1.02.02.0158

Judul :

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, HARGA DAN KEPUASAN PELANGGAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN SAMBI SWALAYAN RINGINREJO KEDIRI

Telah dipertahankan didepan Panitia Ujian / Sidang Skripsi
Program Studi Manajemen FE UNP Kediri
Pada tanggal: 05 September 2015

Dan Dinyatakan telah Memenuhi Persyaratan

Panitia Penguji:

1. Ketua : Drs.Ec. Ichsannudin, M.M
2. Penguji I : Dr. Subagyo, M.M
3. Penguji II : Lilia Pasca Riani, SE, M.Sc

Mengetahui,
Dekan Fakultas Ekonomi

UNIVERSITAS NUSANTARA FAKULTAS EKONOMI PGRI KEDIRI

Dr. Subagyo, M.M
NIDN. 0717066601

iii

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, HARGA DAN KEPUASAN PELANGGAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN SAMBI SWALAYAN RINGINREJO KEDIRI

Oleh :
Ervi Susanti
11.1.02.02.0158
Fakultas Ekonomi, program Studi Manajemen
ervisusanti09@gmail.com
Drs.Ec. Ichsannudin, MM dan Lilia Pasca Riani, SE, M.Sc
UNIVERSITAS NUSANTARA PGRI KEDIRI

ABSTRAK

Penelitian ini dilatar belakangi hasil pengamatan dan pengalaman peneliti, bahwa pelanggan pada Sambi Swalayan mengalami fluktuasi dan tidak stabil. Ada beberapa keluhan yang disampaikan pelanggan terkait kualitas pelayanan dan harga yang kurang sesuai dengan keinginan pelanggan. Hal ini akan mengurangi kepuasan pelanggan dan berdampak langsung pada menurunnya loyalitas pelanggan Sambi Swalayan Ringinrejo Kediri.

Tujuan dalam penelitian ini adalah (1) Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan Sambi Swalayan Ringinrejo Kediri. (2) Untuk mengetahui pengharuh harga terhadap loyalitas pelanggan Sambi Swalayan Ringinrejo Kediri. (3) Untuk mengetahui pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan Sambi Swalayan Ringinrejo Kediri. (4) Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan, harga dan kepuasan pelanggan secara simultan terhadap loyalitas pelanggan Sambi Swalayan Ringinrejo Kediri.

Penelitian ini menggunakan metode penelitian langsung, yaitu menggunakan pendekatan kuantitatif. Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah korelasi. Sampel dalam penelitian ini berjumlah 60 orang dengan teknik pengambilan sampel menggunakan teknik *purposive sampling*. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner dan wawancara. Teknik analisis yang digunakan adalah regresi linier berganda dengan terlebih dahulu diuji dengan uji validitas dan reliabilitas.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara parsial atau individu variabel kualitas pelayanan harga dan kepuasan pelanggan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan, dan secara simultan variabel kualitas pelayanan, harga dan kepuasan pelanggan memiliki berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan Sambi Swalayan Ringinrejo Kediri.

Berdasarkan penelitian ini diharapkan dapat memberikan input bagi para pemilik atau pemimpin khususnya mengenai pengaruh kualitas pelayanan, harga dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan, sehingga hasil penelitian ini diharapkan dapat dipergunakan sebagai referensi dan bahan perbandingan pihak lain dalam menilai loyalitas pelanggan

Kata Kunci: kualitas pelayanan, harga, kepuasan pelanggan, loyalitas pelanggan

LATAR BELAKANG

Dewasa ini banyak bemunculan perusahaan dagang yang bergerak pada bidang perdagangan eceran (*retailing*) yang berbentuk toko, mini market, toserba, swalayan dan lain-lain. Persaingan bisnis ritel yang semakin ketat menuntut manajemen

perusahaan untuk cermat dalam menentukan strategi bersaing agar dapat menciptakan loyalitas pelanggan dan menguasai pasar.

Memiliki pelanggan yang loyal adalah salah satu tujuan akhir dari perusahaan karena loyalitas pelanggan dapat menjamin kelanggengan hidup perusahaan dalam jangka panjang (Foster, 2008: 171). Salah satu unsur dalam persaingan di antara bisnis eceran adalah memberikan pelayanan yang berkualitas. Jika perusahaan melakukan sesuatu hal yang tidak sesuai dengan harapan pelanggan, berarti perusahaan tersebut tidak memberikan kualitas pelayanan yang baik (Utami, 2014:291). Selain kualitas pelayanan, harga juga dapat mempengaruhi loyalitas pelanggan. Pengusaha perlu memikirkan tentang penetapan harga jual produknya secara tepat karena harga yang tidak tepat akan berakibat tidak menarik pelanggan untuk membeli barang tersebut (Gitosudarmo, 2012: 267). Loyalitas pelanggan juga dapat terbentuk dari kepuasan yang dirasakan oleh pelanggan. Kepuasan pelanggan merupakan evaluasi purna beli atau hasil evaluasi setelah membandingkan apa yang dirasakan dengan harapannya (Yamit, 2013: 78).

Sambi swalayan merupakan salah satu swalayan yang berada di Sambi Ringinrejo. Berbagai upaya telah dilakukan Sambi Swalayan untuk dapat bersaing dengan swalayan lain. Namun pelanggan yang melakukan pembelian di Sambi Swalayan setiap harinya berfluktuasi dan cenderung tidak stabil. Selain itu, Sambi Swalayan juga menerima beberapa keluhan dan masukan yang disampaikan oleh pelanggan terkait kualitas pelayanan dan harga yang kurang sesuai dengan keinginan pelanggan. Dengan demikian, Sambi Swalayan dituntut untuk menaruh perhatian lebih banyak lagi guna mengurangi keluhan pelanggan tersebut.

Menyadari pentingnya kualitas pelayanan, harga dan kepuasan pelanggan dalam menciptakan loyalitas pelanggan yang berdampak pada pendapatan dan kelangsungan perusahaan, penulis tertarik melakukan penelitian dengan judul **"Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan Sambi Swalayan Ringinrejo Kediri"**.

Identifikasi Masalah

1. Melihat persaingan bisnis retailing yang semakin ketat, maka pengusaha harus pintar memilih strategi dalam menciptakan loyalitas pelanggan.

2. Kualitas pelayanan harus diperhatikan oleh pengusaha, misalnya keramahan, kesopanan, daya tanggap karyawan.
3. Penetapan harga jual harus berdasarkan kualitas produk dan kemampuan daya beli pelanggan, karena harga merupakan faktor yang sangat dipertimbangkan pelanggan sebelum melakukan pembelian.
4. Kepuasan pelanggan harus benar-benar diperhatikan dan ditingkatkan guna menciptakan loyalitas pelanggan.

Batasan Masalah

1. Pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan Sambi Swalayan Ringinrejo Kediri.
2. Pengaruh harga terhadap loyalitas pelanggan Sambi Swalayan Ringinrejo Kediri.
3. Pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan Sambi Swalayan Ringinrejo Kediri.
4. Pengaruh kualitas pelayanan, harga dan kepuasan pelanggan secara simultan terhadap loyalitas pelanggan Sambi Swalayan Ringinrejo Kediri.

Rumusan Masalah

1. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan Sambi Swalayan Ringinrejo Kediri?
2. Apakah harga berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan Sambi Swalayan Ringinrejo Kediri?
3. Apakah kepuasan pelanggan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan Sambi Swalayan Ringinrejo Kediri?
4. Apakah kualitas pelayanan, harga dan kepuasan pelanggan secara simultan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan Sambi Swalayan Ringinrejo Kediri?

Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan pelanggan Sambi Swalayan Ringinrejo Kediri.
2. Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap loyalitas pelanggan pelanggan Sambi Swalayan Ringinrejo Kediri.
3. Untuk mengetahui pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan pelanggan Sambi Swalayan Ringinrejo Kediri.

4. Untuk mengetahui pengaruh secara simultan kualitas pelayanan, harga, dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan pelanggan Sambi Swalayan Ringinrejo Kediri.

Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis
   a. Menambah ilmu dan wawasan penulis, serta sebagai sarana untuk mengaplikasikan ilmu yang telah diperoleh selama di bangku kuliah.
   b. Diharapkan menjadi referensi bagi peneliti-peneliti lainnya yang melakukan penelitian dengan obyek yang sama.
2. Manfaat Praktis
   a. Hasil penelitian dapat memberikan informasi kepada perusahaan tentang pengaruh kualitas pelayanan, harga dan kepuasan pelanggan yang mempengaruhi loyalitas pelanggan dalam berbelanja.
   b. Untuk mengetahui tanggapan dari pelanggan tentang kualitas pelayanan, harga dan kepuasan di Sambi Swalayan.

KAJIAN TEORI DAN HIPOTESIS

Kajian Teori

Loyalitas Pelanggan

Menurut Oliver (dalam Foster, 2008:174), "loyalitas pelanggan merupakan suatu komitmen yang mendalam untuk melakukan pembelian kembali atau berlangganan atas suatu produk atau pelayanan secara konsisten untuk masa datang, serta tidak terpengaruh pada lingkungann yang ada serta hal lain yang berpotensi pada kemungkinan berpindahnya pelanggan ke perusahaan pesaing". Menurut Griffin (dalam Foster, 2008:174) indikator loyalitas pelanggan adalah sebagai berikut:

a. Melakukan pembelian ulang secara teratur *(repeat purchase)*
b. Membeli di luar lini produk atau jasa *(purchase across product lines)*
c. Mengajak orang lain *(refers others)*
d. Menunjukkan kekebalan dari tarikan persaingan (tidak mudah terpengaruh oleh tarikan persaingan produk sejenis lainnya.

Kualitas Pelayanan

Menurut Lovelock (dalam Christina, 2014:291), "kualitas pelayanan adalah perspektif konsumen dalam jangka panjang dan merupakan evaluasi kognitif

transfer jasa". Sedangkan menurut Tjiptono (2007:54), "kualitas pelayanan adalah upaya pemenuhan kebutuhan konsumen serta ketepatan penyampaiannya dalam mengimbangi harapan konsumen".

Menurut Parasuraman dkk (dalam Lupiyoadi 2014: 216) indikator kualitas pelayanan adalah sebagai berikut:

a. Bukti fisik *(tangible)*, yaitu kemampuan suatu perusahaan dalam menujukkan eksistensinya kepada pihak eksternal.

b. Reliabilitas, yaitu kemampuan perudahaan untuk meberikan pelayanan sesuai dengan yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya.

c. Ketanggapan *(responsiveness)*, yaitu suatu kebijakan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat dan tepat kepada pelanggan.

d. Jaminan dan kepastian (assurance), yaitu pengetahuan, kesopansantunan dan kemampuan para pegawai perusahaan.

e. Empati *(emphaty*), yaitu memberikan perhatian yang tulus dan bersifat individual

Harga

Menurut Kotler (dalam Herlambang, 2014:47), harga adalah sejumlah uang yang dibebankan untuk sebuah produk atau jasa. Sedangkan menurut Tjiptono,dkk (2008:465), harga merupakan jumlah uang dan atau aspek lain yang mengandung kegunaan tertentu yang diperlukan mendapatkan produk. Menurut Adisaputro (2010:214), indikator harga adalah sebagai berikut:

1. Harga Referensi

   Pada saat mengamati suatu produk, konsumen seringkali menggunakan data referensi, yang terdiri dari referensi internal atau referensi harga eksternal misalnya dari daftar harga yang terpampang di toko.

2. Pengaruh Hubungan Harga Dengan Kualitas

   Konsumen juga menggunakan harga sebagai indikator kualitas produk. Penggunaan harga menurut citra produk berpengaruh terhadap produk yang mempunyai tujuan utama meningkatkan citra penggunaannya.

3. Sinyal dari Harga *(Price Cues)*

   Banyak penjual percaya bahwa harga produk harus merupakan angka yang tidak bulat. Penjualan berbagai produk menjadi lebih banyak atau lebih besar bilamana kelompok produk tertentu diberi tanda *sale* (obral).

Kepuasan Pelanggan

Menurut Yamit (2013: 78), "kepuasan pelanggan merupakan evaluasi purna beli atau hasil evaluasi setelah membandingkan apa yang dirasakan dengan harapan". Sedangkan menurut Mowen dalam Fandy Tjiptono (2011: 434), merumuskan "Kepuasan pelanggan sebagai sikap keseluruhan terhadap suatu barang atau jasa setelah perolehan dan pemakaiannya". Menurut Fornell (dalam Tjiptono, 2011: 453) terdapat tiga aspek penting dalam rangka pengukuran kepuasaan pelanggan, antara lain:

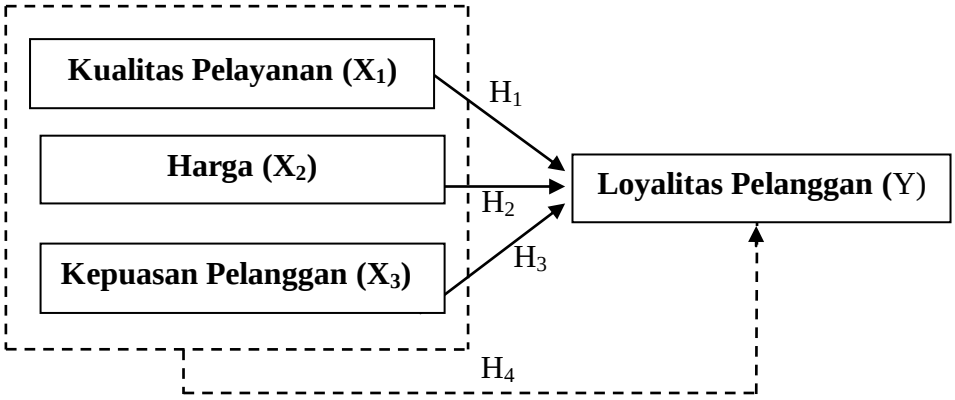
1. Kepuasan general atau keseluruhan (*overall satisfaction*)
2. Konfirmasi harapan (*confirmation of expectations*), yakni tingkat kesesuaian antara kinerja dengan ekspektasi.
3. Perbandingan dengan situasi ideal (*comparation to ideal*), yaitu kinerja produk dibandingkan dengan produk ideal menurut persepsi konsumen.

Penelitian Terdahulu

1. Nursanah (2010) melakukan penelitian dengan judul "Pengaruh Keragaman Produk, Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada PT. Hero Supermarket".
2. Widiyawati (2011) melakukan penelitian dengan judul "Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Loyalitas Pelanggan di Supermarket Papaya Darmo Surabaya".
3. Putra (2012) melakukan penelitian dengan judul "Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi pada Bengkel Mobil RapiGlass Autocare Semarang)".
4. Ramadani (2014) melakukan penelitian dengan judul "Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi pada PT. TIKI Jalur Nugraha Ekakurir Agen Galunggung Malang)".

Perbedaan dari keempat pnelitian diatas terletak pada variabel bebas yang diteliti dan tempat penelitian, sedangkan persamaannya yaitu sama-sama membahas tentang variabel terikat loyalitas pelanggan dan sama-sama menggunakan metode analisis regresi linier berganda.

Kerangka Konsep



Gambar 1
Kerangka Konsep Penelitian

Keterangan:

⟶ : Pengaruh secara Parsial

- - - -▸ : Pengaruh secara Simultan

Hipotesis

H_1 : Ada pengaruh signifikan antara kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan Sambi Swalayan Ringinrejo Kediri.

H_2 : Ada pengaruh signifikan antara harga terhadap loyalitas pelanggan Sambi Swalayan Ringinrejo Kediri.

H_3 : Ada pengaruh signifikan antara kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan Sambi Swalayan Ringinrejo Kediri.

H_4 : Ada pengaruh signifikan antara kualitas pelayanan, harga dan kepuasan pelanggan secara simultan terhadap loyalitas pelanggan Sambi Swalayan Ringinrejo Kediri.

METODE PENELITIAN

Identifikasi Variabel Penelitian

Variabel independen pada penelitian ini adalah kualitas pelayanan (X_1), harga (X_2) dan kepuasan pelanggan (X_3).

Dalam penelitian ini yang menjadi variabel dependen adalah loyalitas pelanggan (Y).

Jenis dan Pendekatan Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitan ini yaitu korelasi. Menurut Arikunto (2010:4), "penelitian korelasional adalah penelitian yang dilakukan peneliti untuk mengetahui tingkat hubungan antara dua variabel atau lebih". Teknik penelitian tersebut digunakan dengan tujuan untuk mengetahui hubungan antara variabel bebas terhadap variabel terikat.

Pendekatan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif. Menurut Sugiyono (2013:13), "pendekatan kuantitatif adalah pendekatan penelitian yang menggunakan data berbentuk angka-angka dan analisis menggunakan statistik"

Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian ini berlokasi di Sambi Swalayan, yang terletak di Jalan Surya No.16 Sambi Ringinrejo Kediri.

Penelitian dilaksanakan selama 4 bulan, dari bulan April sampai Juli 2015. Waktu tersebut digunakan untuk berbagai kegiatan penelitian, yaitu persiapan, pembuatan instrumen, pengumpulan data, analisis data dan penyusunan laporan.

Populasi dan Sampel

Menurut Sugiyono (2013:117) populasi memiliki pengertian sebagai, "wilayah generalisasi yang terdiri atas: obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya". Populasi dalam penelitian ini adalah warga sekitar Sambi yang melakukan pembelian di Sambi Swalayan pada bulan Juni 2015.

Roscoe (dalam Sugiyono, 2013:131) menyatakan bahwa sampel yang layak adalah berkisar antara 30 sampai dengan 500. Maka dalam penelitian ini sampel yang digunakan sebanyak 60 responden. Penentuan sampel dilakukan dengan metode *Non Probability Sampling* sedangkan jenis *Non Probability Sampling* yang dipakai adalah *purposive sampling*.

Instrumen Penelitian dan Teknik Pengumpulan Data

Penelitian ini menggunakan instrumen berupa angket (kuesioner) dan teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner dan wawancara.

Pengujian Instrumen

a. Uji Validitas, merupakan suatu ukuran yang menunjukkan tingkat-tingkat kevalidan atau kesakhihan suatu instrumen (Sugiyono, 2011:455).
b. Uji Reliabilitas, merupakan alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari suatu variabel (Ghozali, 2011:47).

Teknik Analisis Data

Uji Asumsi Klasik

a. Menurut Ghozali (2011:160) "Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam sebuah model regresi, variabel dependen, variabel independen, atau keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak".

b. Menurut Ghozali (2011:105) "Uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah pada model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel independen/bebas".
c. Menurut Ghozali (2011:139) Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk mengetahui apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari suatu residual pengamatan ke pengamatan yang lain
d. Menurut imam Ghozali (2011:110) uji autokolerasi bertujuan menguji apakah dalam model linear ada korelasi antar kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan pengganggu pada periode t-1 (sebelumnya).

Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis Regresi Linear Berganda digunakan untuk mengukur pengaruh antara lebih dari satu variabel predictor (variabel bebas) terhadap variabel terikat.. Menurut Sugiyono (2014:263) persamaan regresi dalam penelitian ini adalah :

$$Y = a + b1.X1 + b2.X2 + b3.X3 + e$$

Keterangan :

Y = Loyalitas pelanggan	b1 = Koefisien regresi variabel kualitas pelayanan
a = Konstanta	b2 = Koefisien regresi variabel harga
X1 = Kualitas pelayanan	b3 = Koefisien regresi variabel kepuasan pelanggan
X2 = Harga	e = *Standar Eror*
X3 = Kepuasan pelanggan	

Analisis Koefisien Korelasi dan Determinasi (R^2)

Menurut Ghozali (2011:97) Koefisien determinasi pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Jika nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen amat terbatas dan jika mendekati satu berarti variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen.

Pengujian Hipotesis

a. Uji t, menunjukkan seberapa jauh pengaruh suatu variabel independen secara individual dalam menerangkan variabel dependen (Ghozali, 2011:98)
b. Uji F, digunakan untuk menguji pengaruh variabel independen secara bersama terhadap variabel dependen (Ghozali, 2011:97).

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Uji Validitas dan Reliabilitas

Uji Validitas

Tabel 1
Hasil Pengujian Validitas

Variabel	Nomor Item	r_{hitung}	r_{tabel}	Ket
Kualitas Pelayanan (X_1)	1	0,528	0,254	Valid
	2	0,575	0,254	Valid
	3	0,296	0,254	Valid
	4	0,396	0,254	Valid
	5	0,527	0,254	Valid
	6	0,638	0,254	Valid
	7	0,545	0,254	Valid
	8	0,569	0,254	Valid
	9	0,559	0,254	Valid
	10	0,511	0,254	Valid
Harga (X_2)	1	0,409	0,254	Valid
	2	0,429	0,254	Valid
	3	0,400	0,254	Valid
	4	0,430	0,254	Valid
	5	0,486	0,254	Valid
	6	0,364	0,254	Valid
	7	0,331	0,254	Valid
	8	0,461	0,254	Valid
	9	0,385	0,254	Valid
	10	0,346	0,254	Valid
Kepuasan Pelanggan (X_3)	1	0,727	0,254	Valid
	2	0,448	0,254	Valid
	3	0,684	0,254	Valid
	4	0,601	0,254	Valid
	5	0,475	0,254	Valid
	6	0,656	0,254	Valid
	7	0,668	0,254	Valid
	8	0,485	0,254	Valid
	9	0,568	0,254	Valid
	10	0,629	0,254	Valid
Loyalitas Pelanggan (Y)	1	0,473	0,254	Valid
	2	0,455	0,254	Valid
	3	0,490	0,254	Valid
	4	0,431	0,254	Valid
	5	0,498	0,254	Valid
	6	0,628	0,254	Valid
	7	0,633	0,254	Valid
	8	0,512	0,254	Valid
	9	0,624	0,254	Valid
	10	0,458	0,254	Valid

Sumber: data primer yang diolah, 2015

Berdasarkan tabel di atas, maka dapat diketahui bahwa nilai r_{hitung} dari semua item lebih besar daripada r_{tabel} dan semua bernilai positif. Hal ini berarti semua item yang ada dalam variabel sudah valid.

Uji Reliabilitas

Tabel 2
Hasil Pengujian Reliabilitas

	Variabel	Nomor Item	Nilai r alpha hitung	Keterangan
1.	Kualitas Pelayanan (X_1)	10	0,673	Reliabel
2.	Harga (X_2)	10	0,655	Reliabel
3.	Kepuasan Pelanggan (X_3)	10	0,793	Reliabel
4.	Loyalitas Pelanggan (Y)	10	0,682	Reliabel

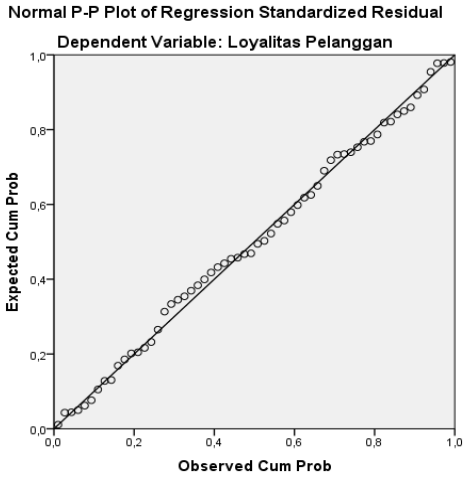
Sumber : data primer yang diolah, 2015

Dari tabel diketahui bahwa masing-masing variabel memiliki nilai r alpha hitung (alpha Cronbach) lebih dari 0,60 yang berarti reliabel. Dengan demikian, hasil uji reliabilitas semua variabel reliabel.

Analisi Data

Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas



Gambar 1
Hasil Uji Normalitas
Sumber: data primer yang diolah, 2015

Berdasarkan hasil analisis data menggunakan SPSS for Windows versi 20.0 di atas, diketahui data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal, maka produk regresi memenuhi asumsi normalitas.

Uji Multikolinearitas

Tabel 3
Hasil Uji Multikolinearitas

Coefficients[a]

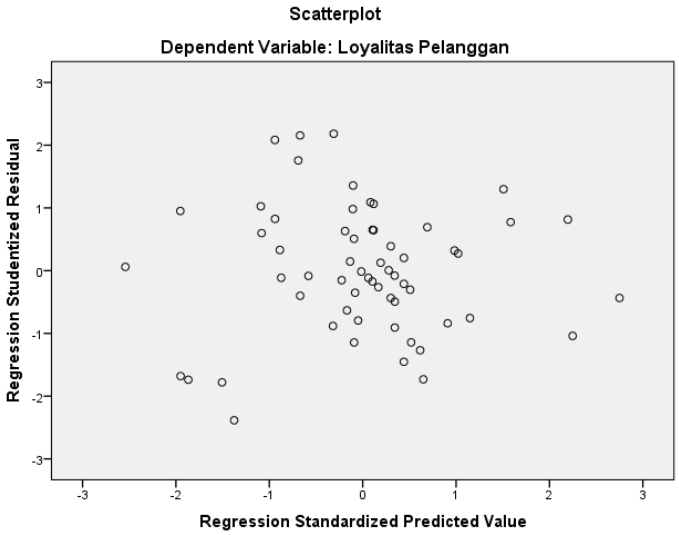
Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	(Constant)		
	Kualitas Pelayanan	,316	3,168
	Harga	,517	1,936
	Kepuasan Pelanggan	,387	2,586

a. Dependent Variable: Loyalitas Pelanggan

Sumber : data primer yang diolah, 2015

Dari tabel di atas terlihat semua variabel bebas memiliki nilai tolerance lebih besar dari 0,1 atau 10% dan nilai VIF kurang dari 10. Maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi adanya penyimpangan asumsi klasik multikolinieritas antar variabel bebas.

Uji Heteroskedastisitas



Gambar 2
Uji Heteroskedastisitas
Sumber: data primer yang diolah, 2015

Berdasarkan hasil analisis data dengan menggunakan SPSS for Windows versi 20.0, diketahui bahwa tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

Uji Autokorelasi

Tabel 4

Uji Autokorelasi

Model Summary[b]

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,804[a]	,647	,628	2,454	1,855

a. Predictors: (Constant), Kepuasan Pelanggan, Harga, Kualitas Pelayanan

b. Dependent Variable: Loyalitas Pelanggan

Sumber: data primer yang diolah, 2015

Berdasarkan tabel 4.10 dapat dilihat bahwa nilai Uji DW sebesar 1,855. Nilai tersebut berada diantara nilai 1,55 sampai dengan 2,46. Dengan demikian model regresi tersebut sudah bebas dari masalah autokorelasi.

Analisis Regresi Linear Berganda

Tabel 5

Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2,694	4,210		,640	,525
	Kualitas Pelayanan	,386	,145	,376	2,659	,010
	Harga	,318	,148	,239	2,159	,035
	Kepuasan Pelanggan	,247	,112	,282	2,207	,031

a. Dependent Variable: Loyalitas Pelanggan

Sumber: data primer yang diolah, 2015

Berdasarkan perhitungan di atas, maka dapat dikonotasikan dengan persamaan regresi sebagai berikut :

$Y = 2,694 + 0,386\ X_1 + 0,318\ X_2 + 0,247\ X_3$

1. a = 2,694 : Apabila kualitas pelayanan (X_1), harga (X_2), kepuasan pelanggan (X_3), diasumsikan tidak memiliki pengaruh sama sekali (=0), maka loyalitas pelanggan adalah sebesar 2,694.
2. b_1 = 0,386 : Artinya apabila kualitas pelayanan (X_1) naik 1 (satu) satuan dan harga (X_2) juga kepuasan pelanggan (X_3) tetap, maka loyalitas pelanggan akan naik sebesar 0,386 satuan.
3. b_2 = 0,318 : Artinya apabila harga (X_2) naik 1 (satu) satuan dan kualitas pelayanan (X_1) juga kepuasan pelanggan (X_3) tetap, maka loyalitas pelanggan akan naik sebesar 0,318 satuan.

4. b_3 = 0,247 : Apabila kepuasan pelanggan (X_3) naik 1 (satu) satuan dan kualitas pelayanan (X_1) juga harga (X_2) tetap, maka loyalitas pelanggan akan naik sebesar 0,247 satuan.

Koefisien Korelasi dan Determinasi (R^2)

Tabel 6
Hasil Uji Korelasi dan Determinasi (R^2)

Model Summary[b]

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,804[a]	,647	,628	2,454	1,855

a. Predictors: (Constant), Kepuasan Pelanggan, Harga, Kualitas Pelayanan

b. Dependent Variable: Loyalitas Pelanggan

Sumber: data primer yang diolah, 2015

Dari tabel diketahui hubungan variabel bebas dan variabel terikat adalah tinggi atau kuat dengan nilai *R* adalah sebesar 0,804. Nilai *adjusted R square* sebesar 0,628. Hal ini berarti 62,8% loyalitas pelanggan dapat dijelaskan oleh variabel kualitas pelayanan, harga dan kepuasan pelanggan, sisanya yaitu 37,2% loyalitas pelanggan dipengaruhi oleh variabel-variabel lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Pengujian Hipotesis

Uji t (Parsial)

Tabel 7
Hasil Uji t

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2,694	4,210		,640	,525
	Kualitas Pelayanan	,386	,145	,376	2,659	,010
	Harga	,318	,148	,239	2,159	,035
	Kepuasan Pelanggan	,247	,112	,282	2,207	,031

a. Dependent Variable: Loyalitas Pelanggan

Sumber: data primer yang diolah, 2015

Berdasarkan tabel hasil output SPSS for Windows versi 20.0 di atas, maka dapat dijelaskan sebagai berikut :

1. Variabel kualitas pelayanan memperoleh nilai t_{hitung} 2,659> t_{tabel} 2,003 dengan nilai signifikansi sebesar 0,010<0,05 yang artinya H_0 ditolak dan H_a diterima. Hal ini berarti secara parsial kualitas pelayanan memiliki pengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan.

2. Variabel harga memperoleh nilai t_{hitung} 2,159> t_{tabel} 2,003 dengan nilai signifikansi sebesar 0,035<0,05 yang artinya H_0 ditolak dan H_a diterima. Hal ini berarti secara parsial harga memiliki pengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan.
3. Variabel kepuasan pelanggan memperoleh nilai t_{hitung} 2,207>t_{tabel} 2,003 dengan nilai signifikansi sebesar 0,031<0,05 yang artinya H_0 ditolak dan H_a diterima. Hal ini berarti secara parsial kepuasan pelanggan memiliki pengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan.

Uji F (simultan)

Tabel 8
Hasil Uji F

ANOVA[a]

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	617,295	3	205,765	34,163	,000[b]
	Residual	337,289	56	6,023		
	Total	954,583	59			

a. Dependent Variable: Loyalitas Pelanggan
b. Predictors: (Constant), Kepuasan Pelanggan, Harga, Kualitas Pelayanan

Sumber: data primer yang diolah, 2015

Berdasarkan perhitungan di atas, diketahui bahwa nilai Fhitung sebesar 34,163>Ftabel sebesar 2,769 atau nilai signifikan sebesar 0,000< 0,05 yang artinya H_0 ditolak dan H_a diterima. Hal ini membuktikan bahwa secara simultan kualitas pelayanan (X_1), harga (X_2), dan kepuasan pelanggan (X_3) berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan (Y).

Pembahasan

Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan

Berdasarkan uji t menunjukkan bahwa secara parsial kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan, sehingga hipotesis H_1 diterima. Temuan ini mendukung penelitian sebelumnya, yaitu penelitian yang dilakukan oleh Nursanah (2010), Widiyawati (2011) dan Putra (2012) menyatakan bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan.

Pengaruh Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan

Berdasarkan hasil perhitungan uji t menunjukkan bahwa secara parsial harga memiliki pengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan, sehingga hipotesis H_2 diterima. Temuan ini mendukung penelitian sebelumnya, yaitu penelitian yang

dilakukan oleh Putra (2012) dan Ramadani (2014) menyatakan harga berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan.

Pengaruh Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan

Berdasarkan hasil perhitungan uji t menunjukkan bahwa secara parsial kepuasan pelanggan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan, sehingga hipotesis H_3 diterima. Temuan ini mendukung penelitian sebelumnya, yaitu penelitian yang dilakukan oleh Nursanah (2010) dan Putra (2012) menyatakan bahwa kepuasan pelanggan memiliki pengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan.

Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan

Berdasarkan hasil perhitungan uji F menunjukkan bahwa secara simultan kualitas pelayanan, harga, dan kepuasan pelanggan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan, sehingga hipotesis H_4 diterima. Temuan ini mendukung penelitian sebelumnya, yaitu penelitian yang dilakukan oleh Putra (2012) dan Ramadani (2014) menyatakan bahwa kualitas pelayanan, harga dan kepuasan pelanggan secara simultan (serempak) memiliki pengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

1. Kualitas pelayanan memiliki pengaruh positif signifikan terhadap loyalitas pelanggan.
2. Harga memiliki pengaruh positif signifikan terhadap loyalitas pelanggan.
3. Kepuasan pelanggan memiliki pengaruh positif signifikan terhadap loyalitas pelanggan..
4. Kualitas pelayanan, harga dan kepuasan pelanggan secara serempak (simultan) berpengaruh positif signifikan terhadap loyalitas pelanggan.

Saran

1. Bagi Perusahaan

   Diharapkan dengan adanya penelitian ini, Sambi Swalayan terus melakukan dan meningkatkan inovasi terhadap perusahaannya. Seperti meningkatkan kualitas pelayanan, menetapkan harga sesuai kemampuan dan daya beli pelanggan serta meningkatkan kepuasan pelanggan sehingga dapat tercipta loyalitas pelanggan.

2. Bagi Penelitian Selanjutnya

   Diharapkan peneliti selanjutnya dapat mengembangkan penelitian ini, karena masih ada pengaruh dari variabel di luar variabel yang ada dalam penelitian ini yakni

sebesar 37,2%, maka hasil penelitian ini dapat menjadi bahan untuk melakukan penelitian lanjutan dengan memasukkan variabel lain selain variabel yang sudah dimasukkan dalam penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

Adisaputro, Gunawan. 2010. *Manajemen Pemasaran.* Yogyakarta. : UPP STIM YKPN.

Arikunto. 2010. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta : PT Rineka Cipta.

Foster, Bob. 2008. *Manajemen Ritel.* Bandung : Alfabeta.

Ghozali, Imam. 2011. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Semarang : BP Universitas Diponegoro Semarang.

Herlambang, Susatyo. 2014. *Basic Marketing.* Yogyakarta : Gosyen publising.

Laksana, Fajar. 2008. *Manajemen Pemasaran.* Yogyakarta : Graha Ilmu.

Lupiyoadi, Rambat. 2014. *Manajemen Pemasaran Jasa,* Edisi 3. Jakarta : Salemba Empat.

Nasution, M. 2010. *Manajemen Jasa Terpadu*. Bogor : Ghalia Indonesia.

Nursanah. 2010. *Analisis Pengaruh Keragaman Produk, Kualitas Pelayanan, dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pada PT. Hero Supermarket.* Fakultas Ekonomi dan Bisnis.Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta.http://repository.uinjkt.ac.id/123456789/.pdf diunduh 5 Mei 2015

Putra, Febri Tri Bramasta. 2012. *Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Kepuasan Pelan ggan Terhadap Loyalitas Pelanggan.* Fakultas Ekonomika dan Bisnis. Universitas Diponegoro. (online), http://eprints.undip.ac.id/35841/1/PUTRA.pdf diunduh 6 Mei 2015.

Ramadani, Yuda. 2014. *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan.* Fakultas Ekonomi dan Bisnis. Universitas Brawijaya. (online), http://jimfeb.ub.ac.id/index.php/jimfeb/article/ diunduh 16 Desember 2014.

Sugiyono. 2011. *Metode Penelitian Kualitatif Kuantitatif dan R&D.* Bandung : Alfabeta.

Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D,* Cetakan ke enam belas. Bandung: Alfabeta.

Tjiptono, Fandy. 2011. *Pemasaran Jasa.* Malang : Bayumedia Publishing.

Widiyawati, Nurul. 2011. *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan di Supermarket Papaya Darmo Surabaya.* Jurnal Akuntansi, Manajemen Bisnis dan Sektor Publik. Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia Surabaya. (online), http://jurnal.stiesia.ac.id/article/download /20130618003/1 diunduh 28 Agustus 2014.