PENGARUH *SERVICESCAPE* DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DAN DAMPAKNYA PADA LOYALITAS PELANGGAN

(STUDI KASUS HOMETHEATRE @PREMIERE KEDIRI)

SKRIPSI

Diajukan untuk Memenuhi Sebagian Syarat Guna
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S.E.)
pada Progam Studi Manajamen

OLEH **:**

TITIS MAHDIANIK
NPM : 11.1.02.02.0280

PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS NUSANTARA PGRI KEDIRI
2015

Skripsi oleh:

TITIS MAHDIANIK
NPM: 11.1.02.02.0280

Judul:

PENGARUH *SERVICESCAPE* DAN KUAITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DAN DAMPAKNYA PADA LOYALITAS PELANGGAN DI HOMETHEATRE @PREMIERE KEDIRI

Telah Disetujui Untuk Diajukan Kepada
Panitia Ujian/Sidang Skripsi Jurusan MANAJEMEN
FE UNP KEDIRI

Tanggal: 15 September 2015

Pembimbing I	Pembimbing II
Prof. Dr. H Sugiyono, S.Pd., MM	Sigit Ratnanto, ST, MM
NIDN. 00140015706	NIDN. 0706067004

ii

Skripsi oleh:

TITIS MAHDIANIK
NPM: 11.1.02.02.0280

Judul:

PENGARUH *SERVICESCAPE* DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DAN DAMPAKNYA PADA LOYALITAS PELANGGAN DI HOMETHEATRE @PREMIERE KEDIRI 2014/2015

Telah dipertahankan di depan Panitia Ujian/Sidang Skripsi
Jurusan FE MANAJEMEN UNP Kediri
Pada Tanggal: 15 September 2015

Dan Dinyatakan telah Memenuhi Persyaratan

Panitia Penguji :

1. Ketua : Prof. Dr. H Sugiyono, S.Pd., MM
2. Penguji I : Faisol, S.Pd., MM
3. Penguji II : Sigit Ratnanto, S.T, MM

Mengetahui,
Dekan Fakultas Ekonomi

Dr. Subagyo ,M.M
NIDN. 0717066601

iii

PENGARUH *SERVICESCAPE* DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DAN DAMPAKNYA PADA LOYALITAS PELANGGAN
(STUDI KASUS HOMETHEATRE @PREMIERE KEDIRI)

Titis Mahdianik
11.1.02.02.0280
Fakultas Ekonomi Program Studi Manajemen
Titismahdianik2208@gmail.com
Pro.Dr.H Sugiyono, Spd.,MM dan Sigit Ratnanto, ST, MM
UNIVERSITAS NUSANTARA PGRI KEDIRI

Abstrak

Semakin banyaknya jasa hiburan membuat persaingan antar provider sangat ketat. Banyak cara yang dilaukan perusahaan untuk memberikan rasa puas kepada pelanggan dengan meningkatkan beberapa aspek baik *servicescape* ataupun kualiats pelayanan agar pelanggan merasa puas dan menjdai loyal. Semua aspek tersebut perlu mendapatkan perhatian yang lebih. Atas dasar hal tersebut penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *servicescape* dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan dan dampaknnya pada loyalitas pelanggan di Hometheatre @PREMIERE Kediri baik secara parsial maupun simultan.

Variabel yang digunakan adalah (1) *servicescape*, (2) kualitas pelayanan, (3) kepuasan pelanggan, dan (4)loyalitas pelanggan. Metode pengambilan sampel yang dilakukan dalam penelitian ini adalah menggunakan random sampling. Sedangkan sampel dalam penelitian ini adalah 71 responden. Kemudian dilakukan analisis terhadap data yang diperoleh dengan menggunjan analisis data secara kuantitatif dan kualitataif. Analisis kuantitatif menggunakan analisis linier berganda. Analisis kualitatif merupakan interprestasi dari data-data yang diperoleh dalam penelitian serta hasil pengolahan data yang sudah dilakukan dengan memberikan keterangan dan penjelasan.

Hasil analisis data menyimpulkan bahwa *servicescape* secara signifikan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan, kualitas pelayanan secara signifikan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan, kepuasan pelanggan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan dan yang terakhir *servicescape* dan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Sedangkan dari pihak peneliti menyarankan bagi perusahann Hometheatre @PREMIERE Kediri untuk meningkatkan, mempertahankan dan mengikuti perkembangan sesuai keinginan para pelanggannya.

Kata kunci : *Servicescape*, Kualitas Pelanggan, Kepuasan Pelanggan Dan Loyalitas Pelanggan.

PENDAHULUAN

Latar Belakang Masalah

Pertumbuhan dunia usaha membawa akibat tumbuhnya persaingan yang semakin ketat. Seiring dengan meningkatnya kesejahteraan masyarakat, maka kebutuhan untuk mengkonsumsi produk-produk jasa semakin meningkat pula. Konsekuensi logis adalah adanya persaingan antara produsen untuk memenuhi kebutuhan konsumen, bahkan mereka bersaing untuk memberikan kepuasan kepada konsumen secara maksimal. Kepuasan pelanggan merupakan kepuasan yang diperoleh konsumen yang terdiri dari nilai produk, nilai pelayanan, nilai personal, dan nilai image (Kotler, 2005:50).

Melalui kepuasan yang didapatkan konsumen, maka hubungan yang yang kuat antara konsumen dengan perusahaan semakin kuat pula sehingga loyalitas konsumen dalam pembelian kembali produk akan tercipta. Loyalitas konsumen adalah komitmen sangat diadakan untuk membeli kembali atau berlangganan kembali prduk atau layanan pilihan di masa depan meskipun pengaruh situasional dan usaha pemasaran mempunyai potensi untuk menyebabkan terjadinya perubahan perilaku, Kotler and Keller (2006:171).

Menurut Parasuraman dkk, (1994) mendefinisikan kualitas pelayanan sebagai suatu bentuk penilaian konsumen terhadap tingkat pelayanan yang diterima (*perceived servicei*) dengan tingkat layanan yang diharapkan (*expected service*). Tidak hanya menggunakan strategi pemberian kualitas pelayanan yang memuaskan bagi konsumen, perusahaan harus memperhatikan lingkungan fisik. Lingkungan fisik perusahaan yang didesain untuk kebutuhan karyawan dan konsumen akan lebih memuaskan bagi para pelanggan daripada perusahaan yang tidak mempertimbangkan kebutuhan karyawandan konsumennya.

Hal ini menunjukkan bahwa konsumen akan berusaha memaksimalkan kepuasannya dengan cara memilih perusahaan yang menyedakan *servicescape* sesuai dengan kebuthan mereka. Wakefield and Blodgett (1996) mengatakan bahwa : *Serviscape* dapat mempengaruhi niat perilaku pelanggan seperti perilaku mendekat, menghindari, membelanjakan uang, dan niat melakukan pembelian ulang, ini merupakan wujud dari loyalitas pelanggan.

Perusahaan bertanggung jawab dalam memberikan layanan kepada konsumen. Idealnya hometheatre @PREMIERE memiliki kualitas pelayan yang baik, berupa ; keramahan pada konsumen, kehandalam dalam menangani permasalahan yang dihadapi konsumen pada saat pemakain jasa serta memberikan kemudahan pada konsumen untuk berkomunikasi dengan karyawan. Mempunyai *servisscape* interior dan eksterior cukup baik.

Namun melalui komunikasi langsung dengan konsumen, didapat beberapa keluhan yang diterima dari sistem pelayan serta kenyaman dalam perusahaan seperti, karyawan kurang interaksi dengan konsumen dan tempat kurang menarik.

Berdasarkan informasi terebut menunjukkan bahwa terdapat masalah dalam *sevicescape* perusahaan. Bertitik tolak pada uraian tersebut, maka peneliti mengambil judul penelitian ini yaitu **"Pengaruh *Servicescape* Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Dan Dampaknya Pada Loyalitas Pelanggan."**

Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang tersebut dapat diidentifikasikan masalah yang dihadapi, diantara sebagai berikut :

1. Kualitas pelayanan yang belum optimal.
2. Lingkungan fisik hometheatre yang kurang nyaman.
3. Kepuasan pelanggan yang belum terpenuhi sesuai harapan.

Batasan Masalah

Dalam penelitian ini permasalahan dibatasi pada :

1. Pengaruh *servicescape* terhadap kepuasan pelanggan pada hometheatre @PREMIERE di Kediri ?
2. Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada hometheatre @PREMIERE di Kediri ?
3. Pengaruh *servicescape* dan kualitas pelayananterhadap kepuasan pelanggan pada hometheatre @PREMIERE di Kediri ?
4. Pengaruh kepuasan pelanggan pelayanan terhadap loyalitas pelanggan pada pada hometheatre @PREMIERE di Kediri ?

Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka perumusan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Adakah pengaruh *servicescape* terhadap kepuasan pelanggan pada hometheatre @PREMIERE di Kediri?
2. Adakah pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada hometheatre @PREMIERE di Kediri?
3. Adakah pengaruh *servicescape* dan kualitas pelayananterhadap kepuasan pelanggan pada hometheatre @PREMIERE di Kediri?
4. Adakah pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan pada hometheatre @PREMIERE di Kediri?

Tujuan Penelitian

1. Mengetahui pengaruh *servicescape* terhadap kepuasan pelanggan pada hometheatre @PREMIERE di Kediri.
2. Mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada hometheatre @PREMIERE di Kediri.
3. Mengetahui pengaruh *servicescape* dan kuaitas pelayananterhadap kepuasan pelanggan pada hometheatre @PREMIERE di Kediri.

4. Mengetahui pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan pada hometheatre @PREMIERE di Kediri

Manfaat Penelitian

Adapun manfaat penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Manfaat Praktis

a. Bagi Penulis.

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan bahan pembanding antara teori dengan praktek yang didapat dibangku kuliah dengan yang ada di dunia kerja.

b. Bagi Perusahaan

Sebagai sumbangan pemikiran dan bahan pertimbangan perusahaan dalam menerapkan strategi perusahaan

2. Manfaat Teoritis

Untuk menambah bacaan ilmiah perpustakaan dan sebagai referensi penelitian yang berkaitan dengan bidang Pemasaran Jasa khususnya tentang *Servicescape* dan Kualitas Pelayanan.

KAJIAN PUSTAKA

Loyalitas pelanggan

Ada beberapa pandangan terkait dengan definisi loyalitas pelanggan, dianntara dikemukakan oleh (Kotler, 2009:138) Loyalitas pelanggan adalah komitmen yang dipegang secara mendalam untuk membeli atau mendukung kembali produk atau jasa yang disukai di masa depan meski pengaruh situasi dan usaha pemasaran berpotensi pelanggan beralih. Sedangkan menurut (Tjiptono, 2000:110) Loyalitas pelanggan adalah komitmen pelanggan terhadap suatu merek, toko atau pemasok berdasarkan sifat yang sangat positif dalam pembelian jangka panjang.

Dari beberapa pengertian di atas, dapat disimpulkan bahwa pelanggan yang loyal merupakan asset berharga bagi perusahaan.

Menurut Alma (2004:274) karakteristik loyalitas pelanggan dikelompokkan sebagai berikut :

1. Pelanggan mau melakukan pembelian ulang secara teratur atau reguler.
2. Pelanggan mau membeli produk-produk lain dan bukan hanya satu produk saja.
3. Pelanggan bersedia merekomendasikam produk yang dibelinya kepada teman-teman atau orang terdekatnya.
4. Pelanggan tidak mudah beralih pada produk asing.

Kepuasan Pelanggan

Menurut Irawan (2002:53) “Kepuasan pelanggan” adalah “hasil dari penilaian konsumen bahwa pelayanan telah memberikan tingkat kenikmatan dimana tingkat pemenuhan ini bisa lebih/kurang”. Sedangkan menurut Day dalam Tjiptono (2008:24) menjelaskan bahwa yang dimaksud dengan ‘Kepuasan pelanggan atau ketidakpuasan pelanggan” yaitu “respon pelanggan terhadap evaluasi ketidaksesuaian yang dirasakan antara harapan sebelumnya dan kinerja aktual produk yang dirasakan setelah pemakaian”.

Dengan pengertian di atas menurut Hasan (2013:106) kepuasan pelanggan dapat

diukur melalui beberapa metode, diantara yaitu :

1. Sistem keluhan dan saran
2. *Ghost shopping*
3. *Lost customer analysis*
4. Surve ikepuasan pelanggan

Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan didefinisikan oleh Parasuraman dkk, (1994) sebagai suatu bentuk penilaian konsumen terhadap tingkat pelayanan yang diterima (*perceived service*) dengan tingkat layanan yang diharapkan (*expected service*). Sedangkan menurut Usmara (2003:231), Kualitas pelayanan adalah suatu pernyataan tentang sikap, hubungan yang dihasilkan dari perbandingan antara ekspektasi (harapan) dengan kinerja (hasil).

Sedangkan menurut Zeithaml, dan Berry (1985) terdapat lima dimensi utama yang disusun sesuai urutan tingkat kepentingan relatifnya sebagai berikut :

1. Realibilitas
2. Data tanggap
3. Jaminan
4. Empati
5. Bukti fisik

Servicescape

Servicescape adalah pelayanan yang diberikan kepada konsumen melalui lingkungan fisik serta simbol-simbol lainnya yang ada pada suatu perusahaan yang mampu memengaruhi perilaku konsumen dan membentuk pengalaman konsumen tersebut dalam mengkonsumsi jasa.

Pemahaman mengenai *servicescape* sangat penting bagi pemasar jasa, karena *servicescape* mempunyai beberapa peranan sekaligus , yaitu :

1. *Package, servicescape* berperan untuk dapat dapat "membungkus" atau "mengemas" jasa yang ditawarkan dan mengkomunikasikan citra yang ditawarkan oleh perusahaan jasa.
2. Fasilitator, *servicescape* memainkan peran yang cukup signifikan, yaitu sebagai perantara hubungan antara persepsi konsumen dengan pengalaman sebenarnya yang dirasakan oleh konsumen.
3. *Socializer*, desain *servicescape* juga berperan dalam proses sosialisasi melalui pengkonsumsian nilai-nilai, norma, perilaku, peran dan pola hubungan antar karyawan, serta antar konsumen dan karyawan.
4. *Differentiator,* digunakan untuk membedakan perusahaan dari para pesaingnya melalui gaya arsitektur untuk menyampaikan jenis layanan.

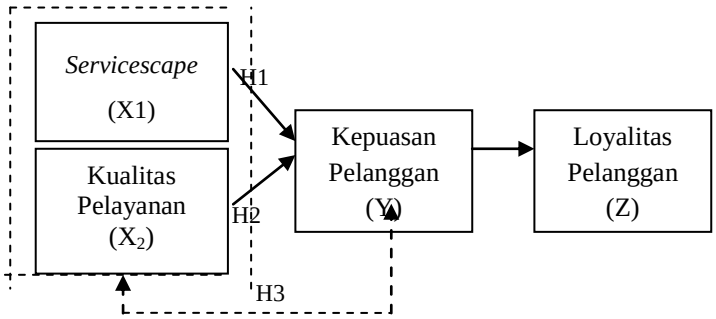
Menurut (Zeithmal & Bitner, 2006:317) dapat dikategorikan ke dalam tiga dimensi komposif yaitu *ambien condition, space/function, dan sign, simbol* dan *artifact.*

Penelitian Terdahulu

1. Ismerisa (2013) dengan judul "Pengaruh Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan (Suervey Pada Pelanggan Listrik Pintar PT.PLN (Persero) Area Yogyakarta)".

2. Musriha (2007) dalam judul "Pengaruh *Servicescape* Dan Kualitas Komunikasi Karyawan Terhadap Loyalitas Nasabah Melalui Kepuasan Nasabah Bank Mandiri Di Surabaya".
3. Elita Mieke Wijaya (2007) dalam judul "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan, Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Waterpark Semawis Semarang)".

Kerangka Berpikir



Gambar 1
Kerangka Konsep

Hipotesis

Berdasarkan tinjauan pustaka dan rumusan masalah di atas, maka dapat disajikan hipotesis sebagai berikut :

1. H1 : ada pengaruh yang signifikan servicescape terhadap kepuasan pelanggan.
2. H2 : ada pengaruh yang signifikan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan.
3. H3 :ada pengarug yang signifikan *servicescape* dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan.
4. H4: ada pengaruh signifikan kepuasan pelanggan dengan loyalitas pelanggan.

METODE PENELITIAN

Teknik dan Pendekatan Penelitian

Teknik penelitian yang digunakan dalam penelitan ini yaitu korelasi. Menurut Reksoatmodjo (2007:129), "penelitian dengan korelasional merupakan penelitian yang dimaksudkan untuk mengukur tingkat kedekatan hubungan antar variabel-variabel".

Sedangkan Pendekatan dalam penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Menurut Arikunto (2006:147), "kuantitatif" adalah "penelitian yang datanya dinyatakan dalam bentuk jumlah atau angka yang dapat dihitung secara sistematik dan di dalam penelitian dilakukan menggunakan rumus statistik".

Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian ini berlokasi di wilayah Kota Kediri yaitu tepatnya di Jl. Dr. Sutomo No.5 kelurahan Banjaran Kota Kediri. Obyek penelitian ini adalah pengunjung dan pelanggan pada hometheatre @PREMIERE. Dan pelaksanaannya selama 4 (empat) bulan terhitung mulai bulan Mei - September tahun 2015.

Populasi dan Sampel

Menurut Sugiono (2014:80), "populasi" adalah "suatu wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan ditarik kesimpulannya". Menurut Arikunto (2006:130), "sampel" adalah "bagian atau wakil populasi yang diteliti". Sampel pada penelitian ini adalah

seluruh pelanggan @Premiere yang berjumlah 71 orang dengan menggunakan *Simple Random Sampling.*

Instrumen Penelitian dan Teknik Pengambilan Data

Menurut Sugiyono (2014:93), "*skala Likert* digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial". Untuk mengetahui pengukuran jawaban responden pada penelitian ini, menggunakan instrumen penelitian berupa kuesioner, yang diukur dengan menggunakan metode skala Likert (*Likert's Summated Ratings*) dengan tingkatan sebagai berikut : Sangat Setuju (SS) skor 5, Setuju (S) skor 4, Netral (N) skor 3, Tidak Setuju (TS) skor 2 dan Sangat Tidak Setuju (STS) skor 1.

Instrumen penelitian (kuesioner) yang baik harus memenuhi persyaratan yaitu valid dan reliabel. Untuk mengetahui validitas dan reliabilitas suatu kuesioner perlu dilakukan pengujian atas kuesioner dengan menggunakan uji validitas dan uji reliabilitas. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner. "Kuesioner" adalah "daftar pertanyaan yang diberikan kepada orang lain yang bersedia memberikan respons (responden) sesuai dengan permintaan pengguna" (Sugiono, 2014:25).

Teknik Analisa Data

1. Analisis Kuantitatif
   a. Uji asumsi klasik : uji normalitas, multikolonieritas, heteroskedastisitas, dan autokorelasi.
   b. Analisa regresi linier berganda

Menurut Ghozali (2011:166), "analisis regresi berganda" merupakan "teknik analisis yang digunakan dalam menganalisa hubungan dan pengaruh satu variabel terikat dengan dua atau lebih variabel bebas". Teknik analisis regresi berganda dapat dihitung dengan menggunakan rumus dalam persamaan sebagai berikut :

$$\mathbf{Y = a + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + e}$$

Keterangan :

Y = Kepuasan Pelanggan

a = Bilangan konstan

$\beta_1, \beta_2, \beta_3$ = Koefisien Regresi

$X_1, X_2,$ = Variabel *servicescape* (X_1) dan kualitas pelayanan (X_2)

e = Kesalahan prediksi (*standard error*).

c. Analisis koefisien determinasi (R^2)

Menurut Ghozali (2011:97), "koefisien determinasi bertujuan untuk mengukur seberapa besar kontribusi dalam menerangkan variasi variabel dependen dengan melihat besarnya koefisien determinasi totalnya (R^2)". Nilai koefisien determinasi adalah $0 < R^2 < 1$. Koefisien determinasi yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen memberikan

hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variabel dependen**.**

d. Uji hipotesis

1) Uji t (parsial)

Menurut Ghozali (2011:98), "pengujian ini dilakukan guna untuk membuktikan apakah pengaruh dari variabel independen secara parsial (individu) memiliki pengaruh signifikan atau tidak dengan variabel dependen". Pada Uji t (parsial) ini memiliki tingkat signifikansi α = 5%.

2) Uji F (simultan)

Menurut Ghozali (2011:98), "pengujian ini dilakukan guna untuk membuktikan apakah pengaruh dari variabel independen secara simultan (menyeluruh) memiliki pengaruh signifikan atau tidak dengan variabel dependen". Pada uji F (simultan) ini memiliki tingkat signifikansi α = 5%.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Gambaran Umum Lokasi Penelitian

Hometheatre @PREMIERE di Kota Kediri didirikan atas inisiatif Bapak Roby Aryono pada tahu 2008 tepatnya tanggal 18 Mei. Pada awal didirikannya perusahaan jasa hiburan tersebut, mereka hanya mempunyai 300 keping kaset VCD dan DVD Rp 5.000/keping serta 1 ruang movie box saja dengan harga Rp 25.000/film biasanya dengan durasi 2 jam.

Melihat pangsa pasar bisnis hiburan semakin meningkat pesat, maka pemilik memutuskan untuk membangun atau menambah ruang moviebox menjadi 3 ruang yang terdiri dari VIP dan Standart dengan penambahan 500 keping kaset. VIP bertarif Rp 60.000/film sedangkan Standart Rp 50.000/film. Perusahaan jasa hiburan ini telah memiliki 250member yang tersebar di wilayah Kediri dan kota sekitar Kediri seperti Tulungagung dan Nganjuk.

Hometheatre @PREMIERE beralamat di Jl. Dr. Sutomo No.5 Kota Kediri Jawa Timur, Telp.(0354) 7097057. Perusahaan ini telah berdiri 7 tahun, sejak tahun 2008 - 2015 tepatnya pada tanggal 18 Mei 2008. Yang memiliki 1.000 keping kaset DVD ataupun VCD serta 3 ruangan mini hometheatre yang terdiri dari 1 ruang VIP dan 2 ruang STD.

38

Uji Validitas dan Reliabilitas

1. Uji Vailiditas

Berdasarkan tabel di bawah, dapat diketahui bahwa nilai dari hasil uji r hitung > r tabel, sehingga dapat disimpulkan bahwa semua item pertanyaan dalam kuesioner adalah valid jika r hitung lebih besar dari r tabel yaitu 0,194 dengan menggunakan α = 0,05 kemudian n (sampel) = 71 yaitu apabila $r_{hitung} > r_{table}$ = Valid dan $r_{hitung} < r_{tabel}$ = Tidak Valid.

Tabel 1
Hasil Uji Validitas

Variabel	Nomor Item	R hitung	R tabel	ket
Servicescape	1 2 3 4 5	0,488 0,435 0,311 0,646 0,509	0,194	valid
Kualitas	1	0,452		

Pelayanan	2 3 4 5	0,257 0,213 0,852 0,285		
Kepuasan Pelanggan	1 2 3 4 5	0,212 0,240 0,202 0,510 0,267		
Loyalitas Pelanggan	1 2 3 4 5	0,827 0,525 0,195 0,198 0,827		

Sumber : data primer diolah, 2015

2. **Uji Reliabitas**

Tabel 2
Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	*Cronbach's Alpha*	*Standar Reliabilitas*	Ket.
Servicescape	0,867	0,60	Reliabel
Kualitas Pelayanan	0,873	0,60	Reliabel
Kepuasan Pelanggan	0,820	0,60	Reliabel
Loyalitas Pelanggan	0,892	0,60	Reliabel

Sumber : data primer diolah, 2015.

Nilai *cronbach's alpha* semua variabel lebih besar dari 0,60, sehingga dapat disimpulkan bahwa indikator atau kuesioner yang digunakan variabel *servicescape*, kualitas pelayanan, kepuasan pelanggan dan loyalitas semua dinyatakan baik sebagai alat ukur variabel.

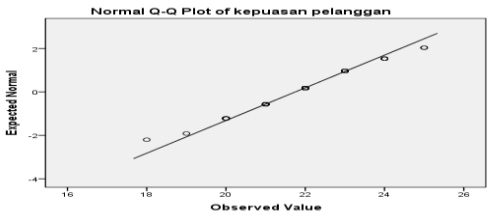
Analisa Data

1. **Uji Asumi Klasik**

a. Uji Normalitas

Hasil kurva *normal probability plot* memperlihatkan bahwa titi-titik pada grafik berhimpit dan mengikuti garis diagonalnya, sehingga dapat disimpulkan model regresi berdistribusi normal.

Gambar 2
Grafik Normal P-P Plot



Sumber : data primer diolah, 2015.

b. Uji Multikolonieritas

Tabel 3
Hasil Uji Multikolonieritas

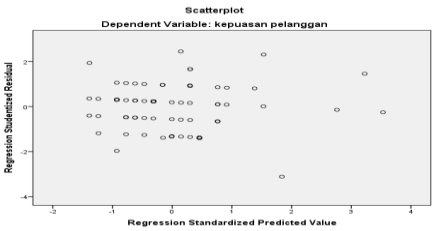
Variabel	Nilai VIF	Ket.
Servicescape	2,104	Bebas Multikolinearitas
Kualitas Pelayanan	2,104	Bebas Multikolinearitas

Sumber : data primer diolah, 2015.

Dari tabel di atas terlihat semua variabel bebas, memiliki nilai VIF lebih besar dari 0,10 dan lebih kecil dari 10. Sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi adanya penyimpangan asumsi klasik multikolinearitas antar variabel bebas/*independent* dalam model.

c. Uji Heteroskedastisitas

Gambar 3
Hasil Uji Heteroskedastisitas



Sumber : data primer diolah, 2015.

Hasil pengujian heteroskedastisitas menunjukkan bahwa titik-titik tidak membentuk pola tertentu dan titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y. Hal ini

menunjukkan bahwa dalam model regresi tidak terjadi heteroskedastisitas, sehingga layak digunakan.

d. Uji Autokorelasi

Tabel 4
Uji Autokorelasi *Durbin Watson*

Mode	Std. Error of the Estin	*Durbin-Watson*
1	1,338	2,113

Sumber : Diolah dari data primer, 2015**.**

Dalam analisis ini DW diperoleh sebesar 2,113, sedangkan nilai DW tabelnya untuk tingkat α = 5% dengan n = 71 dan k = 2 adalah batas bawah (dl = 1,5577 dan du = 1,6733) dan batas atas (4 - du = 2,3). Dari data di atas dapat dibuat persamaan sebagai berikut :

1,60733 < 2,113 < 2,3

Berdasarkan persamaan di atas dapat diketahui bahwa tidak terjadi autokorelasi dalam penelitian ini.

2. Analisis Regresi Linier Berganda

Tabel 5
Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

Coefficients[a]

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	23,271	1,557		14,945	,000
Servicescape	,0,48	,105	,80	,461	,646
Kualitas Pelayanan	,024	,091	,047	,047	,790

Sumber : data primer diolah, 2015.

Berdasarkan tabel di atas, maka dapat dibuat persamaaan regresi berganda sebagai berikut :

$Y = 23,271 + 0,048\ X_1 + 00241\ X_2$

Dari persamaan tersebut dapat diambil kesimpulan bahwa :

a. Konstanta (a) = 23,271

Artinya apabila variabel motivasi, lingkungan, dan stres kerja diasumsikan tidak memiliki pengaruh sama sekali (= 0), maka variable Y (Kepuasan Pelanggan) memiliki nilai sebesar 23,271

b. $\beta_1 = 0,048\ X_1$

Nilai Besarnya koefisien variabel *servicescape* adalah sebesar 0,048, artinya bahwa setiap peningkatan *servicescape* secara positif naik 1 (satuan) akan kepuasan pelanggan sebesar 0,048 bila variabel lainnya konstan.

c. $\beta_2 = 0,024\ X_2$

Besarnya koefisien variabel kualitas pelaynan adalah sebesar 0,024, artinya bahwa setiap peningkatan kualitas pelayanan secara positif naik 1 (satuan) akan meningkatkan kepuasan pelanggan sebesar 0,024 bila variabel lainnya konstan.

3. Analisis Koefisien Determinasi (R^2)

Nilai R *Square* sebesar 0,763 dan mendekati angka 1, dengan demikian *servicescape* dan kualitas pelayanan mampu menjelaskan hampir semua variasi dari variabel kinerja karyawan sehingga model regresi yang

digunakan fit atau baik. Berdasarkan dari nilai R *Square* dapat diartikan pula *servicescape* dan kualitas pelayanan mampu mempengaruhi kepuaan pelanggan sebesar 76,3%. Sedangkan sisanya dipengaruhi oleh faktor lain sebesar 23,6% yang dapat dlihat pada tabel di bawah ini.

Tabel 6
Koefisien Determinasi (R^2)

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	814[a]	,763	,764	5,072

Sumber : data primer diolah, 2015.

4. Pengujian Hipotesis

a. Uji t (Parsial)

Tabel 7
Hasil Uji t (Parsial)

Coefficients[a]

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	23,271	1,557		14,94	,021
Servicescape	,048	,105	,080	2,461	,017
Kualitas Pelayanan	,024	,091	,047	2,267	,000

Sumber: data primer diolah, 2015.

Dengan menggunakan t-test, diperoleh nilai t hitung variabel X_1 *servicescape* sebesar 2,243 sedangkan t tabel pada taraf kepercayaan 95% (signifikansi 5% atau 0,05) dan derajat bebas (df) = N-1 = 71-1 = 370 dimana N = jumlah sampel, adalah sebesar 71. Dengan demikian t hitung = 2,2461> t tabel = 1,667 dan nilai signifikansi sebesar 0,017 (sig < 0,05). Sedangkan, nilai t hitung variabel X_2 kualitas pelayanan sebesar 2,267sedangkan t tabel adalah sebesar 1,667 dengan demikian t hitung = 2,267> t tabel = 1,667 dan nilai signifikansi sebesar 0,000 (sig < 0,05).

b. Uji F (Simultan)

Tabel 8
Hasil Uji F (Simultan)

ANOVA[a]

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1,738	2	,869	36,486	,000[b]
	Residual	121,699	68	1,790		
	Total	123,437	70			

a. Dependent Variable: Kinerja_Karyawan
b. Predictors: (Constant), Stres_Kerja, Motivasi, Lingkungan_Kerja

Sumber: data primer diolah, 2015.

Hasil uji signifikansi simultan atau bersama-sama (uji statistik F) menghasilkan nilai F hitung sebesar 36,486. Pada derajat bebas 1 (df1) = jumlah variabel – 1 = 3-1 = 2, dan derajat bebas 2 (df2) = n-k-1 = 71-3-1= 66, dimana n = jumlah sampel, k = jumlah variabel independent, nilai F tabel pada taraf kepercayaan signifikansi 0,05 adalah 3,14 dengam demikian F hitung = 36,486> F tabel = 3,14 dengan tingkat signifikansi 0,000. karena probabilitasnya signifikansi jauh lebih kecil dari sig < 0,05, maka dapat dikatakan bahwa *servicescape*(X_1), dan kualitas pelayanan(X_2), secara simultan atau bersama-sama berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan di hometheatre @PREMIERE Kediri.

5. Regresi Sederhana

Untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan maka digunakan fungsi linier sederhana yang dapat ditulis dengan rumus sebagai berikut :

$Y=a + b_1X1$

Dimana :

Y = Loyalitas Pelanggan

a = Konstanta

b_1 = Koefisien regresi dari kepuasan pelanggan (X_1).

Tabel 9

Hasil Uji Regresi Sederhana

Coefficients[a]

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	6,402	1,113		5,750	,000
Kepuasan pelanggan	,0,48	,105	,377	4,0271	,000

Sumber : data primer diolah, 2015.

Berdasarkan hasil uji pengolahan data tabel 4.16 di atas, dapat diperoleh persamaan regresi linier sederhana sebagai berikut :

Y = 6,402 + 0,406X1

berdasarkan persamaan linier berganda di atas dapat dihasilkan sebagai berikut :

a. Nilai konstanta (6,402)

konstanta bernilai positif menunjukkan bahwa apabila tidak ada kepuasan pelanggan maka masih ada loyalitas pelanggan menggunakan jasa homehteatre.

b. Koefisien regresi faktor kepuasan pelanggan (0,406).

nilai positif menunjukkan bahwa adanya hubunga searah yang signifikan antara faktor kepuasan pelanggan terhdap loyalitas pelanggan. Artinya apabila kepuasan pelanggan semakin tinggi maka pelanggan semakin loyal terhadap penggunaan jasa homehteatre.

c. Uji t

Pada taraf signifikan 0,05 diperoleh t hitung sbesar 4,027 > t tabel atau P value 0,000 < 0,05 maka Ho ditolak dan Ha diterima. Berari dapat disimpulkan bahwa ada pengaruh yang signifikan antara kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan pengguna jasa hometheatre.

Pembahasan

1. Pengaruh *Servicescape* Terhadap Kepuasan Pelanggan Dan Dampaknya Pada Loyalitas Pelanggan.

Berdasarkan hasil penelitian dan pengujian menggunakan analisis regresi linier berganda di peroleh nilai t sebesar 2,461 lebih besar dari t tabel yaitu 1,667 dan diperoleh nilai signifikansi sebesar 0,017 lebih kecil dari 0,05. Sehingga membuktikan bahwa *servicescape* berpengaruh signifikan terhadap keouasan pelanggan, artinya semakin baik *servicescape* yang diberikan maka semakin besar kepuasan yang diterima pelanggan sehingga

pelanggan lebih memilih jasa kita dibanding provider lain.

Hal ni mendukung / konsisten dengan lima pembentuk *servicescape* teori Zeithmal & Bitner (2006:317) serta mendukung penelitian Musriha (2007), bahwa *servicescape* berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan, dimana semakin baik *servicescape* yang diberikan maka semakin terciptamya kepuasan pelanggan yang diharapkan.

2. **Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Dan Dampaknya Pada Loyalitas Pelanggan.**

Berdasarka hasil penelitian dan pengujian menggunakan regresi linier berganda, diperoleh nilai t hitung sebesar 2,267 lebih besar dari t tabel yaitu 1,667 dan diperoleh nilai signifikansi sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05. Sehingga membuktikan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhdap kepuasan pelanggan yang berdampak pada loyalitas pelanggan, artinya semakin baik kualitas pelayanan maka semakin tinggi pula kepuasan yang diharapkan pelanggan.

Hal ini mendukung / konsisten dengan lima indikator pendukung kualitas pelayanan teori Zeithmal & Berry dalam Lupiyoadi, (1985:69) serta mendukung penelitian Assegraf (2009), bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan, dimana semakin ditingkatkannya kualitas pelayanan maka kepuasan pelanggan dapat dirasakan sesuai harapan.

3. **Pengaruh *Servicescape*dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Dan Dampaknya Pada Loyalitas Pelanggan.**

Berdasarkan hasil penelitian dan pengujian analisis reresi linier berganda, diperoleh nilai F hitung sebesar 36,486 lebih besar dari F tabel yaitu 3,14 dan diperoleh nilai signifikansi sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05 menunjukkan bahwa *servicescape* dan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan yang berdampak pada loyalitas pelanggan pada hometheatre @PREMIERE di Kota Kediri. Hal ini menunjukkan bahwa dengan *servicescape* dan kualitas pelayanan yang diberikan baik akan berdampak pada kepuasan pelanggan yang berpengaruh terhadap loyalnya pelanggan.

4. **Pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan.**

Berdasarkan penelitian dan pengujian analisis regresi linier bergana, diperoleh nilai koefisien regresi kepuasan pelanggan 0,406 yang berarti bahwa nilai positif menunjukkan adanya hubungan searah yang signifikan antara faktor

kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan. Artinya apabila kepuasan pelanggan semakin tinggi maka pelanggan semakin loyal terhadap penggunaan jasa.

Sedangkan untuk taraf signifikansi 0,05 diperoleh t hitung sebesar 4,027 > t tabel atau P value 0,000 < 0,05 yang dapat disimpulkan bahwa ada pengaruh yang signifikan antara kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan homtheatre @PREMIERE.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk meneliti pengaruh *servicescape* dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan yang berdampak pada loyalitas pelanggan di Hometheatre @PREMIERE di Kediri. Berdasarkan hasil penelitian dan pembahsan, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut :

1. *Servicescape* secara signifikan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini berart, jika*servicescape* yang diberikan baik maka akan tercipta kepuasan bagi pelanggan pengguna jasa hiburan Hometheatre @PREMIERE di Kediri.
2. Kualitas pelayanan secara signifikan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini bearti, jika kualitas pelayanan yang diberikan sesuai harapan maka akan meningkatkan kepuasan pada pelanggan Hometheatre @PREMIERE di Kediri.
3. *Servicescape* dan kualitas pelayanan secara signifikan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini berart bahwa jika *servicescape* dan kualitas pelayanan yang diberikan baik maka akan meningkatkan kepuasan pelanggan pengguna jasa hiburan Hometheatre @PREMIERE di Kediri.
4. Kepuasan pelanggan secara signifik berpengaruh terhadaployalitas pelangg.... Hal ini berarti semakin sesuai kepuasan yang diharapkan akan minciptakan loyalitas pelanggan pada Hometheatre @PREMIERE.
5. *Servicescape* merupakan variabel yang dominan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan yang berdampak pada loyalitas pelanggan di Hometheatre @PREMIERE Kediri.

Saran

Adapun saran yang peneliti berikan dari Berdasarkan temuan-temuan yang diperoleh selama proses kegiatan penelitian, dapat dikemukakan saran-saran peneliti sebagai berikut :

1. Karena *servicescape* telah terbukti berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan yang berdampak pada loyalitas pelanggan, maka diharapkan pemilik usaha Hometheatre @PREMIERE memperhatikan dan memperbaiki keadaan sekeliling

perusahaan agar mampu meningkatkan uasahanya.

2. Para karyawan dan pemilik harus mampu meningkatkan dan mempertahankan kualitas pelayanan yang diberikan kepada pelanggan agar sesuai kepuasan yang diharapakan sehingga menciptakan keloyalan pelanggan terhadap jasa kita.
3. Untuk penelitian selanjutnya, senaiknnya memperluas variabel penelitian sehinggan apat menghasilkan penelitian yang lebih akurat.

DAFTAR PUSATAKA

Arikunto, S. 2006. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta : PT Rineka Cipta.

Assegraf, 2009. *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Perusahaan Penerbangan PT. Garuda Di Kota Semarang*. UNDIP. Skripsi.

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

Hasan, Ali. 2013, *Marketing Dan Kasus-Kasus Pilihani*. Yogyakarta, CAPS (Center for Academic Publising Service).

Irawan, Hadi. 2002, *10 Prinsip Kepuasan Pelanggan*. Jakarta, Elexmedia Komputindo.

Kotler, Philip.2009. *Manajemen Pemasaran Jilid Pertam*. Jakarta: Erlangga.

Musriha, 2007. *Pengaruh Servicescape Dan Kualitas Komunikasi Karywan Terhadap Loyalitas Nasabah Melalui Kepuasan Nasabah Bank Mandiri Di Surabaya*. UNISA. Skripsi.

Parasuraman, A. ,Zeithaml.V.A, & Berry. L.L. 1985.*A Conceptual Model of Service Quality And its Implimations for Future Research*. The Journal of Marketing, 49.
Penerbit Andi. Yogyakarta.

Sugiyono. 2014. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung : Alfabeta.

Sugiono.2004.*metode penelitian*.Bandung:ALFABETA

Sunyoto, Danang. 2013. *Perilaku Organisasi : Teori, Kuesioner, dan Proses Analisis Data*, Cetakan Pertama. Yogyakarta : CAPS.

Tjiptono, Fandy dan Gregorius Chandra, 2001, *Service Quality SatisfactionI*,

Tjiptono, Fandy. 2008. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: ANDI.

Usmara, 2003. *Manajemen Pemasaran*. Cetakan Pertama. Amara Books, Yogyakarta.

Wijaya, M. Elita, 2007. *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening Pada Waterpark Semawis Semarang*. YNDIP. Skripsi.

Zeithmal Valerie.A., Bitner, Mary.J., nd Gremler, Dwayne.D. 2006. *Service Marketing:Integrating Custoer Focus Across The Firm. Fouth Edition*. Bostonn: Irwin McGraw-Hill. Inc.