

**PENGARUH KUALITAS LAYANAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN  
(STUDI PADA CAFE PESEN KOPI DI MALANG)**

**Disusun Oleh :**

**Muhammad Gibral Gacelzah**

**NIM 135020200111078**

**ARTIKEL ILMIAH**

**(Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Meraih Derajat Sarjana Ekonomi)**



Malang, 17 Juli 2020



**BIDANG MANAJEMEN PEMASARAN**

**JURUSAN MANAJEMEN**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

**UNIVERSITAS BRAWIJAYA**

**2020**

## LEMBAR PENGESAHAN PENULISAN ARTIKEL JURNAL

Artikel Jurnal dengan judul :

Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi pada Cafe Pesen Kopi di Malang)

Yang disusun oleh :

Nama : Muhamad Gibral Gacelzah

NIM : 135020200111078

Jurusan : Manajemen

Fakultas : Ekonomi & Bisnis UB Malang

Bahwa artikel jurnal tersebut dibuat sebagai persyaratan **Ujian Skripsi** yang dipertahankan di depan **Dewan Penguji** pada tanggal 16-july-2020

Malang, 17-July-2020

Dosen Pembimbing,



(Dr. Siti Aisjah, SE., MS., CSRS., CFP)

NIP.19601111 198601 2 001

# **PENGARUH KUALITAS LAYANAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN (STUDI PADA CAFE PESEN KOPI DI MALANG)**

## **Artikel Ilmiah**

Muhamad Gibril gacelzah

Universitas Brawijaya

Dr. Siti Aisjah, SE.,MS.,CSRS.,CFP

Universitas brawijaya

**Abstract:(English)** Marketing management is the art and science of choosing target markets and reaching, retaining, and growing customers by creating, delivering, and communicating superior customer value. This study aims to determine customer perceptions about the dimensions of service quality (interaction quality, physical environment quality, and quality of results) which have the most dominant influence on customer loyalty Cafe Pesen Malang, and how much influence the service quality (interaction quality, physical environment quality, and quality results) on customer loyalty in Malang City's Pesen Cafe both simultaneously and partially. This research method uses a quantitative approach with descriptive type. The population in this study is Malang Pesen Cafe customers who visit more than twice. The sampling technique used accidental sampling and sample determination using the Slovin formula proposed by Sugiyono (2016: 81) so that a sample of 270 respondents was obtained. Data collection techniques used were interviews, questionnaires, and documentation. The analytical method in this research is multiple regression analysis, validity and reliability test, classic assumption test consisting of normality test, multicollinearity test, heterokedasticity test, and hypothesis testing. The results of this study are as follows: (1) The quality of interaction has a positive and significant effect on customer loyalty (2) The quality of the physical environment has a positive and significant effect on customer loyalty (3) The quality of the results has a positive and significant effect on customer loyalty

**Keywords:** Service quality, customer loyalty

**Abstract:(Indonesia)** Manajemen pemasaran merupakan seni dan ilmu untuk memilih pasar sasaran dan meraih, mempertahankan, serta menumbuhkan pelanggan dengan menciptakan, menghantarkan, dan mengkomunikasikan nilai pelanggan yang unggul. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui persepsi pelanggan tentang dimensi kualitas layanan (kualitas interaksi, kualitas lingkungan fisik, dan kualitas hasil) yang mempunyai pengaruh paling dominan terhadap loyalitas pelanggan Cafe Pesen Malang, serta seberapa besar pengaruh kualitas layanan(kualitas interaksi, kualitas lingkungan fisik, dan kualitas hasil) terhadap loyalitas pelanggan di Cafe Pesen Kota Malang baik secara simultan dan parsial. Metode penelitian ini menggunakan metode pendekatan kuantitatif dengan jenis deskriptif. Populasi dalam penelitian ini adalah pelanggan Cafe Pesen Malang yang berkunjung lebih dari dua kali. Teknik sampling menggunakan teknik aksidental sampling dan penentuan sampel memakai rumus Slovin yang dikemukakan oleh Sugiyono (2016:81) sehingga didapatkan sampel sejumlah 270 responden. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah wawancara, kuesioner, dan dokumentasi. Metode analisis dalam penelitian ini adalah analisis regresi berganda, uji validitas dan reliabilitas, uji asumsi klasik yang terdiri dari uji normalitas, uji multikolinearitas, uji

heterokedastisitas, serta uji hipotesis. Hasil penelitian ini adalah sebagai berikut: (1) Kualitas interaksi berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan (2) Kualitas lingkungan fisik berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan (3) Kualitas hasil berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan.

Kata Kunci: Kualitas layanan, Loyalitas pelanggan

## 1. Pendahuluan

### Latar Belakang Masalah

Kondisi pasar yang ada banyak produk dengan berbagai jenis kualitas dan keunggulannya pada masing-masing para pesaing sehingga perusahaan perlu perjuangan *extra* untuk masuk pada pangsa pasar, setiap perusahaan akan senantiasa mempertahankan eksistensi kinerjanya untuk mencapai nilai tingkat tertentu sesuai dengan apa yang diharapkan perusahaan, dan juga akan meningkatkan kinerjanya agar nantinya dimata konsumen perusahaan tersebut akan tampil menjadi perusahaan terbaik yang mampu memenuhi harapan konsumen untuk menjadi perusahaan terbaik F Wicaksono (2014). Pertimbangan utama pelanggan dalam melakukan retensi pelanggan, pertama karena semakin

mahalnya biaya perolehan pelanggan baru dalam iklim kompetisi yang sedemikian ketat, kedua adalah adanya kenyataan bahwa tingkat kemampuan perusahaan berbanding lurus dengan pertumbuhan hubungan antara perusahaan dan pelanggan secara permanen Hurriyati (2008:127). Kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang disebabkan oleh kinerja atau hasil suatu produk yang dirasakan, dibandingkan dengan harapannya. Apabila jasa yang didapat pelanggan lebih kecil dari apa yang diharapkan pelanggan maka pelanggan akan menjadi tidak puas, tidak tertarik dan kecewa kepada penyedia jasa yang bersangkutan. Sedangkan jasa yang dirasa oleh pelanggan melebihi apa yang diharapkan maka pelanggan akan merasa puas Kotler (2009:49). Fenomena cafe

kopi di Malang berdasarkan perkembangan dalam menciptakan peluang usaha, mulai dari konsep tradisional, cafe, kopitiam, hingga konsep modern kedai kopi atau kopi shop, sehingga warung kopi tidak bisa dipisahkan dari alternatif bisnis yang efektif di kota dingin ini.

### **Rumusan Masalah**

1. Apakah kualitas layanan (kualitas interaksi, kualitas lingkungan, kualitas hasil) berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan pada Cafe Pesen Kopi Malang?

### **Tujuan Penelitian**

1. Untuk mengetahui kualitas layanan(kualitas interaksi, kualitas lingkungan, kualitas hasil) berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan pada Cafe Pesen Kopi Malang?

### **Manfaat Penelitian**

1 Bagi Cafe Pesen Kopi Malang, Sebagai bahan informasi untuk

menilai pengaruh kualitas layanan café

- 2 Bagi pelanggan Cafe Pesen Kopi, Mengetahui seberapa besar Cafe Pesen Kopi Malang dalam memberikan kualitas pelayanannya terhadap para pelanggan
- 3 Bagi Program atau Jurusan Manajemen, Sebagai pelaksanaan atau implementasi dari program kurikulum pendidikan dalam upaya meningkatkan kualitas mahasiswa jurusan Manajemen.
- 4 Bagi peneliti selanjutnya, Sebagai wahana untuk memperoleh informasi mengenai pengaruh kualitas layanan cafe terhadap loyalitas pelanggan.

## **2. Landasan Teori**

### **Loyalitas Pelanggan**

Menurut Kotler dan Keller (2016:153) definisi dari loyalitas pelanggan adalah sebagai berikut : “A deeply held commitment to rebuy or repatronize a

preferred a product or service in the future despite situational influences and marketing efforts having the potential to cause switching behavior.” Seperti yang diungkapkan oleh Kotler dan Keller (2016:650) pelanggan yang loyal memiliki karakteristik sebagai berikut:

1. Satisfaction : Tetap bersama perusahaan selama ekspektasi terpenuhi
2. Repeat purchase : Kembali ke perusahaan untuk membeli lagi
3. Word of Mouth/Buzz : Memasang reputasinya untuk memberi tahu orang lain mengenai perusahaan.
4. Evangelism : Meyakinkan orang lain untuk membeli produk perusahaan
5. Ownership : Merasa bertanggung jawab atas kesuksesan perusahaan yang berkelanjutan.

### **Kualitas Layanan**

Menurut Tjiptono (2016:59) menyatakan bahwa “Kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan

tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan”. Menurut Kotler dalam Fandy Tjiptono (2016:284) mengungkapkan ada terdapat lima faktor dominan atau penentu kualitas pelayanan jasa, kelima faktor dominan tersebut diantaranya yaitu:

1. Berwujud (Tangible), yaitu berupa penampilan fisik, peralatan dan berbagai materi komunikasi yang baik.
2. Empati (Empathy), yaitu kesediaan karyawan dan pengusaha untuk lebih peduli memberikan perhatian secara pribadi kepada pelanggan.
3. Cepat tanggap (Responsiveness), yaitu kemauan dari karyawan dan pengusaha untuk membantu pelanggan dan memberikan jasa dengan cepat serta mendengar dan mengatasi keluhan konsumen.
4. Keandalan (Reliability), yaitu kemampuan untuk memberikan jasa sesuai dengan yang dijanjikan, terpercaya dan akurat, serta konsisten.
5. Kepastian (Assurance), yaitu berupa kemampuan karyawan untuk menimbulkan keyakinan dan kepercayaan terhadap janji yang telah

dikemukakan kepada konsumen. Menurut Parasuraman dalam Tjiptono (2016:157), terdapat faktor yang mempengaruhi sebuah layanan adalah *expected service* (layanan yang diharapkan) dan *perceived service* (layanan yang diterima). Jika layanan yang diterima sesuai bahkan dapat memenuhi apa yang diharapkan maka jasa dikatakan baik atau positif.

### **3. METODE PENELITIAN**

#### **Populasi dan Sampel**

Adapun populasi dalam penelitian ini dengan menggunakan *snowball sampling* adalah besarnya rata-rata pengunjung pengunjung Kopi Cafe Pesen Kopi Malang. Adapun jumlah populasi Café Pesen Kopi dalam penelitian ini adalah sebanyak 2421 orang pelanggan. Jumlah sampel pada penelitian ini adalah 267 orang. Namun oleh karena pertimbangan kuesioner yang tidak kembali atau isian kuesioner yang tidak lengkap, maka

sampel penelitian yang diteliti dibulatkan menjadi 270.

#### **Jenis dan Sumber Data**

Jenis data dalam penelitian ini adalah data primer dan sekunder, data primer adalah data yang langsung didapat dari lapangan dengan cara membagikan kuesioner kepada responden yang menjadi sampel dalam penelitian. Sedangkan data sekunder adalah data yang didapatkan tidak langsung dari responden atau sumber data yang biasanya didapat dengan cara membaca literatur kepustakaan yang ada hubungannya dengan masalah penelitian yang dilakukan. Data dalam penelitian ini meliputi data primer dan data sekunder. Data primer berasal dari jawaban para responden melalui angket/kuesioner yang telah ditentukan sebelumnya, akan tetapi data primer merupakan data yang masih perlu diolah menjadi keterangan dan informasi melalui data angka dalam bentuk statistik.. Sedangkan data sekunder diperoleh dari sumber tidak langsung seperti dari buku dan internet.

## **Teknik Pengumpulan Data**

Penelitian ini menggunakan kuesioner sebagai instrumen penelitian. Jenis kuesioner yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner dengan pertanyaan tertutup. Angket atau kuesioner ini menggunakan skala pengukuran yang disebut skala likert. Menurut Creswell dalam Sugiyono (2016, hlm.192) “Angket merupakan teknik pengumpulan data dimana partisipan/responden mengisi pertanyaan atau pernyataan kemudian setelah diisi dengan lengkap mengembalikan kepada peneliti”.

## **Definisi Operasional**

Variabel yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari dua variabel, yaitu variabel bebas (Independen) dan variabel terikat (dependen). Variabel X sebagai variabel terikat adalah kualitas layanan yang terdiri dari kualitas interaksi(X1), kualitas hasil(X2), Kualitas lingkungan fisik(X3). Variabel Y sebagai variabel bebas adalah loyalitas pelanggan. Arikunto (2016:168) mengemukakan bahwa “Instrumen bahwa instrument yang baik harus memenuhi dua

persyaratan penting, yaitu valid dan reliabel”, jadi untuk mendapatkan hasil penelitian yang valid dan reliabel instrument yang digunakan harus valid dan reliabel juga.

## **Instrumen Penelitian**

Penelitian ini menggunakan uji validitas dan uji reliabilitas. Uji validitas merupakan uji statistik untuk menentukan seberapa valid suatu item pertanyaan dalam mengukur variabel yang diteliti. Uji reliabilitas adalah uji statistik untuk menentukan reliabilitas serangkaian item pertanyaan (pernyataan) dalam keandalannya mengukur suatu variabel penelitian.

## **Teknik Analisis Data**

Teknik analisis data yang digunakan terdiri dari tiga teknik yaitu analisis deskriptif yang digunakan untuk mengetahui tingkat capaian responden, analisis regresi linear berganda untuk mengetahui hubungan fungsional antara variabel bebas (variabel X) secara bersama-sama terhadap variabel terikat (variabel Y), dan uji hipotesis berupa uji F yang digunakan untuk menguji apakah



variabel bebas secara serempak (simultan) berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat.

## **PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

Responden penelitian ini merupakan para konsumen cafe Pesen Kopi. Adapun gambaran dari responden penelitian ini dibedakan berdasarkan usia, jenis kelamin, pekerjaan, dan pendidikan terakhir. Kuesioner penelitian tentang kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan yang disebarkan kepada konsumen Pesen Kopi Malang sebanyak 270 responden. Berikut klasifikasi jumlah responden usia, jenis kelamin, pekerjaan, dan pendidikan terakhir.

Data usia responden yang diperoleh pada penelitian ini adalah responden yang paling banyak berusia 21 – 30 tahun sebanyak 167 orang atau 62%, data jenis kelamin responden yang paling banyak berjenis kelamin perempuan dengan jumlah 167 orang atau sebesar 62%, Data pekerjaan responden yang diperoleh pada penelitian ini adalah yang paling banyak

responden berprofesi Wiraswasta sebanyak 46 orang atau 17% . Berdasarkan hasil penyebaran 270 orang responden maka dapat diperoleh diskripsi jawaban responden mengenai pengaruh kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan pada Cafe Pesen Kopi Malang. Bagian ini menguraikan hasil penelitian terhadap variabel-variabel yang diamati, yaitu variabel bebas yaitu kualitas layanan yang terdiri dari sub variabel kualitas interaksi, kualitas lingkungan fisik dan kualitas hasil sedangkan variabel terikatnya yaitu loyalitas pelanggan Pesen Kopi Malang.

### **Kualitas Interkasi**

Kualitas interaksi terdiri dari 3 indikator, yaitu sikap karyawan Cafe Pesen Kopi dalam memberikan pelayanan, yaitu perilaku karyawan Cafe Pesen Kopi untuk selalu bersedia melayani para karyawan, kemampuan karyawan dalam memberikan pelayanan yang dijanjikan oleh Cafe Pesen Kopi.

Item	SS		S		CS		TS		STS		Rata-rata
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	
<b>X1.1</b>	87	3,2	167	61,6	15	5,5			1	4%	<b>4,26</b>
<b>X1.2</b>	57	21,0	200	73,8	11	4,1	2	7			<b>4,16</b>
<b>X1.3</b>	53	19,6	190	70,1	23	8,5	4	1,5			<b>4,08</b>
<b>X1.4</b>	98	36,2	142	52,4	30	11,1					<b>4,25</b>
<b>X1.5</b>	94	34,7	150	55,4	21	7,7	5	1,8			<b>4,23</b>
<b>X1.6</b>	76	28,0	163	60,1	25	4,14	6	22			<b>4,14</b>
<b>X1.7</b>	70	25,8	161	59,4	34	4.10	5	1,8			<b>4,10</b>
<b>Rata-rata</b>											<b>4,17</b>

Pada tabel 4.4 dapat dilihat bahwa kuesioner yang menjabarkan subvariabel kualitas interaksi pada butir pertanyaan X1.1 , responden banyak menjawab sangat setuju. yakni sebanyak 87 responden. Hal ini menunjukkan indikator pertanyaan menyatakan bahwa responden berpendapat bahwa karyawan Pesen Kopi Malang bersikap ramah saat menyambut kedatangan para pelanggan.Responden kembali menjawab sangat setuju pada pertanyaan X1.2 yaitu sebanyak 57 responden. Hal ini menunjukan bahwa

responden selalu senyum dan berkata sopan saat memberikan pelayanan terhadap pelanggan Pertanyaan X1.3 responden menjawab sangat setuju sebesar 53 responden. Hal ini menyatakan Pesen Kopi Malang tanggap atas keluhan pelanggan. Pertanyaan X1.4 responden menjawab sangat setuju sebanyak 98 orang, hal ini menunjukan bahwa karyawan cafe Pesen Kopi Malang selalu berusaha menjawab pertanyaan para pelanggan . Pertanyaan X1.5 responden juga banyak menjawab sangat setuju yakni sebanyak 94

responden. Hal ini menunjukkan bahwa karyawan Cafe Pesen Kopi Malang, paham mengenai jenis produk. Pertanyaan X1.6 responden kembali menjawab sangat setuju sebanyak 76 responden. Hal ini menunjukkan bahwa karyawan Cafe Pesen Kopi Malang mampu menginformasikan produk kepada para pelanggan.

Pertanyaan terakhir sub variabel ini yaitu X1.7 responden kembali menjawab sangat setuju sebanyak 70 responden. Hal ini menunjukkan bahwa Karyawan Café Pesen Kopi mampu memberikan pelayanan dengan cepat dan tepat.

Dari hasil analisis diatas dapat diambil kesimpulan bahwa sikap karyawan Cafe Pesen Kopi Malang dalam memberikan pelayanan, yaitu perilaku karyawan Cafe

Pesen Kopi Malang untuk selalu bersedia melayani para pelanggan, kemampuan karyawan dalam memberikan pelayanan yang dijanjikan oleh Cafe Pesen Kopi Malang.

#### **a. Kualitas Lingkungan Fisik**

Kualitas lingkungan fisik terdiri dari 3 indikator, yaitu (1) kondisi dan kenyamanan fasilitas fisik (gedung, tempat parkir, dan tempat duduk), (2) desain ruang dan tata letak fasilitas, (3) kondisi lingkungan sosial di Cafe Pesen Kopi Malang.

Tabel 4. 1 Frekuensi dan rata-rata skor jawaban responden terhadap Kualitas Lingkungan Fisik

Item	SS		S		CS		TS		STS		Rata-rata
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	
X2.1	86	31,7	157	57,9	26	9,6	1	4			<b>4,21</b>
X2.2	92	33,9	160	59,0	16	5,9	2	7			<b>4,27</b>

X <sub>2.3</sub>	87	32,1	146	53,9	35	12,9	2	7	<b>4,18</b>
X <sub>2.4</sub>	85	31,4	155	57,2	26	9,6	4	1,5	<b>4,19</b>
X <sub>2.5</sub>	93	34,3	150	55,4	27	10,0			<b>4,24</b>
X <sub>2.6</sub>	73	26,9	159	58,7	36	13,3			<b>4,15</b>
<b>Rata-rata</b>									<b>4,20</b>

Berdasarkan Tabel 4.6 di atas dapat diketahui bahwa rata-rata skor pada item X<sub>2.1</sub> adalah 4,21, rata-rata skor pada item X<sub>2.2</sub> adalah 4,27, rata-rata skor pada X<sub>2.3</sub> adalah 4,18, rata-rata skor pada item X<sub>2.4</sub> adalah 4,19, rata-rata skor pada item X<sub>2.5</sub> adalah 4,24, rata-rata skor pada item X<sub>2.6</sub>

#### **b. Kualitas Hasil**

Kualitas hasil terdiri dari 3 indikator, yaitu (1) Ketepatan waktu dalam pelayanan

adalah 4,15, dan rata-rata skor pada Kualitas Lingkungan Fisik sebesar 4,20. Dapat diambil kesimpulan bahwa responden mempersepsikan kualitas lingkungan fisik di Cafe Pesen Kopi Malang adalah baik,

sesuai yang telah dijanjikan, (2) Produk yang ditawarkan sesuai dengan kebutuhan pelanggan, (3) Memberikan pengalaman yang menyenangkan bagi pelanggan.

Tabel 4. 2 Frekuensi dan rata-rata skor jawaban responden terhadap Kualitas Hasil

Item	SS		S		CS		TS		STS		Rata-rata
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	
X <sub>3.1</sub>	87	32,1	146	53,9	35	12,9	2	7			<b>4,10</b>
X <sub>3.2</sub>	73	26,9	171	63,1	3	26					<b>4,17</b>
X <sub>3.3</sub>	86	31,7	148	54,6	34	12,5	2	7			<b>4,18</b>
X <sub>3.4</sub>	74	27,3	170	63,7	23	8,5	3	1,1			<b>4,17</b>
<b>Rata-rata</b>											<b>4,15</b>

Berdasarkan Tabel 4.7 di atas dapat diketahui bahwa rata-rata skor pada item X<sub>3.1</sub> adalah 4,10, rata-rata skor pada item X<sub>3.2</sub> adalah 4,17, rata-rata skor pada X<sub>3.3</sub> adalah 4,18, rata-rata skor pada item X<sub>3.4</sub> adalah 4,17 dan rata-rata skor pada Kualitas Hasil sebesar 4,15. Dapat diambil kesimpulan bahwa responden

mempersiapkan kualitas hasil di Cafe Pesen Kopi Malang adalah baik, yang meliputi ketepatan waktu dalam pelayanan sesuai yang telah dijanjikan,

### **Loyalitas Pelanggan**

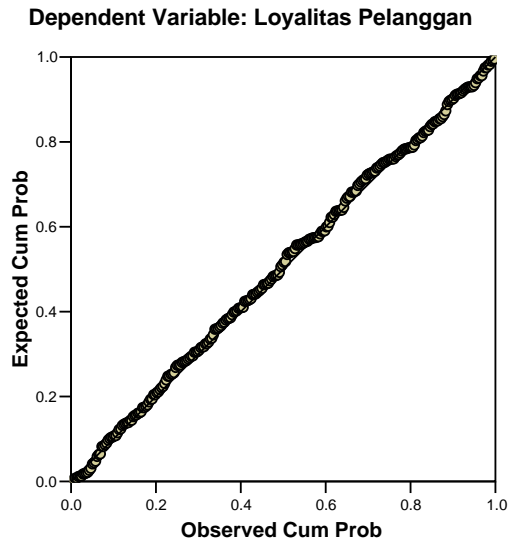
Loyalitas pelanggan terdiri dari 3 indikator, yaitu (1) Melakukan pembelian ulang, (2) Merekomendasikan kepada pihak lain, (3) Mengatakan hal positif tentang mengenai kualitas layanan Pesen Kopi Malang.

Tabel 4. 3 Frekuensi dan rata-rata skor jawaban responden terhadap Loyalitas Pelanggan

Item	SS		S		CS		TS		STS		Rata-rata
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	
Y.1	78	28,8	114	42,1	73	26,9	5	1,8			<b>3,98</b>
Y.2	60	22,1	152	56,1	57	21,0	1	4			<b>4,00</b>
Y.3	44	16,2	160	59,0	61	22,5	5	1,8			<b>3,90</b>
Y.4	26	9,6	151	55,7	84	31,0	8	3,0	1	4	<b>3,71</b>
Y.5	51	18,8	101	37,3	106	39,1	12	4,4			<b>3,71</b>
<b>Rata-rata</b>											<b>3,86</b>

## Uji Normalitas

Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual



Berdasarkan gambar 4.1 di atas terlihat titik-titik menyebar di sekitar garis diagonal, serta penyebarannya mengikuti garis diagonal. Jadi model regresi ini layak Tabel 4. 4 Uji Multikolinearitas

dipakai karena telah memenuhi asumsi normalitas.

## Uji Multikolinearitas

Coefficients<sup>a</sup>

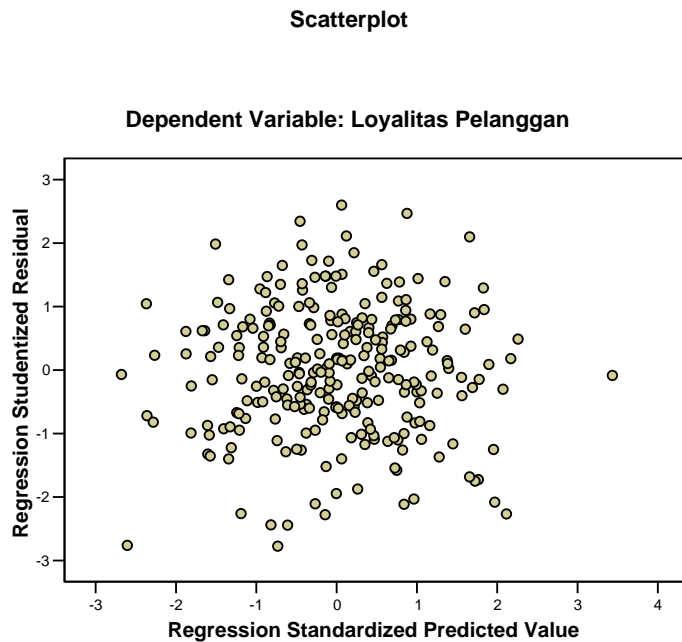
Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	Kualitas Interaksi	.992	1.008
	Kualitas Lingkungan Fisik	.999	1.001
	Kualitas Hasil	.992	1.008

a. Dependent Variable: Loyalitas Pelanggan

Dari tabel diatas dapat disimpulkan bahwa model regresi layak dipakai dalam penelitian ini karena syarat untuk tidak

terjadi multikolinieritas sudah dipenuhi yakni nilai VIF dibawah angka 10.

## Uji Heterokedasitas



Gambar 4. 1 Hasil Uji Heteroskedasitas

**Sumber: Data Primer Diolah 2020**

Berdasarkan gambar 4.2 dapat dilihat bahwa titik-titik pada *scatterplot* terpencar dan tidak membentuk pola tertentu, maka dapat disimpulkan bahwa pada model regresi ini tidak terdapat masalah heteroskedasitas

### **Analisis Regresi Linier**

#### **Berganda**

Analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan regresi linier berganda dengan hasil sebagai berikut.

Tabel 4. 5 Uji Regresi Linier Berganda

<b>Variabel</b>	<b>Unstandardized Koefisien Beta</b>	<b>t</b>	<b>Sig</b>
(constant)	-,402	-,257	,798
Kualitas Interaksi	,185	3,382	,001
Kualitas Lingkungan Fisik	,401	5,943	,000
Kualitas Hasil	,251	2,937	,004
R Square (R <sup>2</sup> )	,377		

---

*Adjusted R Square* ,370

---

Dari data diatas dapat ditentukan persamaan regresinya sebagai berikut :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$$

$$Y = -,402 + ,185X_1 + ,401X_2 + ,251X_3 + e$$

Berdasarkan hasil analisis di atas *Adjusted R Square* diperoleh nilai sebesar ,370 atau 37,0% yang artinya total pengaruh variabel kualitas interaksi ( $X_1$ ), kualitas lingkungan fisik ( $X_2$ ) dan kualitas hasil ( $X_3$ ) secara bersama-sama berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan sebesar 37,0% sedangkan sisanya sebesar 63,0%

### **Pengujian Hipotesis**

Pada bagian ini akan diuji hipotesis penelitian. Berdasarkan pengujian ini

dihasilkan hipotesis penelitian, yaitu  $H_a$  yang berbunyi ada pengaruh yang signifikan antara kualitas layanan Cafe Pesen Kopi Malang terhadap loyalitas baik secara parsial maupun simultan Rekapitulasi hasil analisis dapat dilihat pada Tabel 4.9

Tabel 4. 6 Pengujian Hipotesis

<b>Variabel Bebas</b>	<b>Variabel Terikat</b>	<b>Koefisien Regresi</b>	<b>t<sub>hitung</sub></b>	<b>Sig.t</b>	<b>keterangan</b>
<b>Kualitas Interaksi</b>	<b>Loyalitas pelanggan</b>	<b>0,185</b>	<b>3,382</b>	<b>0,001</b>	Ha diterima
<b>Kualitas Interaksi</b>		<b>0,401</b>	<b>5,943</b>	<b>0,000</b>	Ha diterima
<b>Kualitas Hasil</b>		<b>0,251</b>	<b>2,937</b>	<b>0,004</b>	Ha diterima
<b>Multiple R</b>	<b>0,614</b>				
<b>R Square</b>	<b>0,377</b>				
<b>Asjusted R</b>	<b>0,370</b>				



*square*

**Taraf sign a            0,05**

***t table*                    1,968**

---

### **Pengaruh Kualitas Layanan Secara Parsial Terhadap Loyalitas Pelanggan**

Hasil analisis data sub variabel kualitas interaksi menunjukkan bahwa  $t_{hitung}$  sebesar 3,382 dan  $t_{table}$  sebesar 1,968 serta  $sig.t$  sebesar 0,001. Pada bagian ini  $t_{hitung} > t_{table} < \alpha$  (0.001 < 0,05) sehingga dapat dikatakan bahwa kualitas interaksi berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan.

Hasil analisis data sub variabel

Sub Variabel	Fhitung	t <sub>table</sub>	Sig.f	Adjusted R Square	keterangan
Kualitas layanan, kualitas interaksi, kualitas lingkungan fisik dan kualitas hasil	3,029	1,968	0.000	0,370	Ha diterima

kualitas lingkungan fisik menunjukkan terhadap loyalitas pelanggan.

### **Pengaruh Kualitas Layanan Secara Simultan Terhadap Loyalitas Pelanggan**

Tabel 4.10 hasil uji simultan (uji F)

Hasil analisis data juga menunjukkan

bahwa  $t_{hitung}$  sebesar 5,943 dan  $t_{table}$  sebesar 1,968 serta  $sig.t$  sebesar 0,000. Pada bagian ini  $t_{hitung} > t_{table} < \alpha$  (0.000 < 0,05) sehingga dapat dikatakan bahwa kualitas lingkungan fisik berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan.

Hasil analisis data sub variabel kualitas hasil menunjukkan bahwa  $t_{hitung}$  sebesar 2,937 dan  $t_{table}$  sebesar 1,968 serta  $sig.t$  sebesar 0,004. Pada bagian ini  $t_{hitung} > t_{table} < \alpha$  (0.004 < 0,05) sehingga dapat dikatakan bahwa kualitas hasil berpengaruh positif dan signifikan

F<sub>table</sub> sebesar 3,029 serta sig.f sebesar 0,000. Pada penelitian ini F<sub>hitung</sub> dan F<sub>table</sub> dengan sig.F < alpha (0,000<0,05), sehingga hipotesis kedua yang berbunyi kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan secara simultan terhadap loyalitas pelanggan pada Cafe Pesen Kopi Malang diterima.

## **PENUTUP**

### **Kesimpulan**

Dari penelitian pada Cafe Pesen di Malang ini, maka penulis dapat menarik kesimpulan sebagai berikut:

a. Berdasarkan hasil dari analisis korelasi pengaruh kualitas layanan secara simultan terhadap loyalitas pelanggan Hasil analisis data juga menunjukkan bahwa bahwa F<sub>hitung</sub> sebesar 53,651 dan F<sub>table</sub> sebesar 3,029 serta sig.f sebesar 0,000. Pada penelitian ini F<sub>hitung</sub> dan F<sub>table</sub> dengan sig.F < alpha (0,000<0,05). Hasil analisis data sub variabel kualitas interaksi menunjukkan bahwa t<sub>hitung</sub> sebesar 3,382 dan t<sub>table</sub> sebesar 1,968 serta sig.t sebesar 0,001. Pada bagian ini t<sub>hitung</sub> > t<sub>table</sub> < alpha (0,001 < 0,05) sehingga dapat dikatakan bahwa kualitas interaksi berpengaruh

positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan.

b. Hasil analisis data sub variabel kualitas lingkungan fisik menunjukkan bahwa t<sub>hitung</sub> sebesar 5,943 dan t<sub>table</sub> sebesar 1,968 serta sig.t sebesar 0,000. Pada bagian ini t<sub>hitung</sub> > t<sub>table</sub> < alpha (0,000<0,05) sehingga dapat dikatakan bahwa kualitas lingkungan fisik berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan.

Hasil analisis data sub variabel kualitas hasil menunjukkan bahwa t<sub>hitung</sub> sebesar 2,937 dan t<sub>table</sub> sebesar 1,968 serta sig.t sebesar 0,004. Pada bagian ini t<sub>hitung</sub> > t<sub>table</sub> < alpha (0,004<0,05) sehingga dapat dikatakan bahwa kualitas hasil berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan.

### **Saran**

Dari kesimpulan di atas maka peneliti dapat memberikan saran sebagai berikut :

Perlunya ada peningkatan kualitas interaksi, kualitas lingkungan dan lingkungan hasil saling berkaitan. Sehingga secara bersama-sama akan

memberikan pengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan pada Cafe Pesen Kopi Malang. Hal itu perlu senantiasa ditingkatkan oleh segenap manajemen pengelola Pesen Kopi Malang.

Untuk selalu meningkatkan kepuasan pelanggan faktor yang sangat

## DAFTAR PUSTAKA

Adi, Rifqi Purwo. 2013. Pengaruh Kualitas Produk dan Kewajaran Harga Terhadap Loyalitas dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening, *Journal Management Analysis*, Volume 2 No 1 ISSN 2252- 6552.

Alma, B. 2013. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Edisi Revisi. Bandung: Alfabeta

Arikunto, S. 2013. *Prosedur penelitian : Suatu pendekatan praktek*. Jakarta : PT Rineka Cipta

Arikunto, S. (2016). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.

Brady, M.K dan Cronin, J.J 2011. *Some New Thoughts On Conceptualizing Percieved Service Quality: a Hierarchical Approach. Journal Of Marketing* 65 (july): 34-49

Brady, M.K dan Cronin, J.J 2011. *Customer Orientation: Effects on customer service perception and*

*outcame. Journal of service Research* 3:241-251

Fandy Tjiptono dan Gregorius chandra. 2016. *Service, Quality & satisfaction*. Yogyakarta. Andi.

Griffin, jill. 2005. *Customer loyalty (Menumbukan Dan Mempertahankan Kesetiaan Pelanggan)*. Jakarta: Erlangga

Hurriyati, R. 2014. *Bauran pemasaran dan loyalitas konsumen*. Bandung: CV Alfabeta

Kurniawan. 2006. *Analisa Pengaruh Kualitas Pelayanan Prima (Service Excellen) Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Pada Kantor Cabang Perum Pegadaian Yang Berada Di kota Malang)*. (Online). Diakses Tanggal 20 Januari 2020. <http://www.jurnal ekonomi.com>

Japarianto, Edwin & Laksamono, Poppy. 2007. *Analisa Kualitas Layanan Sebagai Pengukur Loyalitas Pelanggan Hotel Majapahit Surabaya Dengan Pemasaran Relasional Sebagai Variabel Intervening. Jurnal manajemen perhotelan, 3 (1)*. (online). diakses pada 10 Januari 2020. (<http://www.petra.ac.id/-puslit/journals/dis.php?departemenID.pdf>).

- Kotler, Philip and Kevin Lane Keller, 2011. *Manajemen Pemasaran*, Edisi 13 Jilid 1 dan 2, Alih Bahasa : Bob Sabran, Erlangga, Jakarta.
- Kotler, Philip and Kevin Lane Keller, 2016. *Marketing Managemen*, 15th Edition, Pearson Education, Inc.
- Lovelock, C. H & wright, I.K. 2007. *Manajemen Pemasaran Jasa*, jakarta: indeks
- Lupioyadi & Hamdani, 2014. *Manajemen pemasaran Jasa*. Edisi II (Cetakan Empat), jakarta: Salemba Empat.
- Lupiyoadi, Rambat dan Ikhsan, Ridho Bramulya. (2015). *Pratikum Metode Riset Bisnis*, Jakarta: Salemba Empat
- Oliver, R. 1997. *Satisfaction a perspective on the Customer*. New York ; MC. Graw Hill Book Co.inc.
- Riduwan & Kuncoro. 2017. *Cara menggunakan dan memakai Path Analysis (analisis jalur)*. Bandung: Alfabeta.
- Situs dari Universitas Ciputra tentang kualitas pelayanan dimensi dan cara mengukurnya 2016, diakses pada 17 Mei 2020, [ciputrauceo.net/](http://ciputrauceo.net/).
- Santoso, P.B. dan Ashari. 2005. *Analisis Statistik dengan Microsoft excel dan SPSS*. Yogyakarta: ANDI
- Santoso, S. 2005. *Buku Latihan SPSS Statistik Parametrik*. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo.
- Soeratno & Arsyad. 2008. *Metode Penelitian Untuk Ekonomi dan Bisnis*. Yogyakarta: Unit Penerbit dan Percetakan (UPP) Akademi Manajemen Perusahaan YKPN
- Sudarmanto, Gunawan. 2013, *Statistik Terapan Komputer dengan Program IBM SPSS Statistic 19*, Jakarta, Mitra Wacana Media,
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : berpengaruh dominan adalah faktor interaksi dari para karyawan coffe Pesen Kopi kepada konsumen sehingga kedepan perlu ditingkatkan kembali pola interaksi yang dibangun dari karyawan terhadap konsumen