

KUALITAS LAYANAN JASA, HARGA DAN LOKASI DALAM MEMPENGARUHI LOYALITAS PELANGGAN DI BINTANG ARUT MOTOR LAMONGAN

* Muhammad Taufiqur Rahman¹, Nurullaili Mauliddah²

^{1,2} Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah, Surabaya

*) taufikbrandaloutsider@gmail.com

Informasi Artikel

Draft awal: Februari 2021
Revisi : Februari 2021
Diterima : Maret 2021
Available online: Maret 2021

Keywords: Service Quality; Price;
Location and Loyalty

Tipe Artikel : Research paper



Diterbitkan oleh Universitas
Muhammadiyah Surabaya

ABSTRACT

The purpose of this study was to determine and analyze the quality of service, price and location affect customer loyalty in the Bintang Arut Motor Lamongan business. Tests on the accuracy of respondents' reactions were carried out by distributing questionnaires at Bintang Arut Motor Lamongan and were consumers and customers with a total of 97 respondents. The test method uses Multiple Linear Regression Analysis with SPSS for Windows Version 24 Program. The conclusions obtained are that: (1) Service Quality has a significant positive effect on Customer Loyalty (Y) at Bintang Arut Motor Lamongan; (2) Price has a significant positive effect on Customer Loyalty (Y) at Bintang Arut Motor Lamongan; (3) Location has a positive and insignificant effect on Customer Loyalty (Y) at Bintang Arut Motor Lamongan; (4) Service Quality, Price and Location have a simultaneous effect on Customer Loyalty (Y) at Bintang Arut Motor Lamongan. This shows that Customer Loyalty (Y) at Bintang Arut Motor Lamongan can be explained by 62% by the independent variable, namely Quality Services (X₁), Price (X₂) and Location (X₃).

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis kualitas layanan jasa, harga dan lokasi berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan di usaha Bintang Arut Motor Lamongan. Pengujian terhadap ketepatan reaksi responden dilakukan dengan membagikan kuesioner di Bintang Arut Motor Lamongan dan merupakan konsumen dan pelanggan dengan jumlah 97 responden.

Metode pengujian menggunakan Analisis Regresi Linier Berganda dengan Program SPSS for Windows Versi 24. Kesimpulan yang diperoleh bahwasannya: (1) Kualitas Layanan Jasa berpengaruh positif signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan (Y) di Bintang Arut Motor Lamongan; (2) Harga berpengaruh positif signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan (Y) di Bintang Arut Motor Lamongan; (3) Lokasi berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan (Y) di Bintang Arut Motor Lamongan; (4) Kualitas Layanan Jasa, Harga dan Lokasi berpengaruh secara simultan terhadap Loyalitas Pelanggan (Y) di Bintang Arut Motor Lamongan.. Hal ini menunjukkan bahwa Loyalitas Pelanggan (Y) di Bintang Arut Motor Lamongan dapat dijelaskan sebesar 62% oleh variabel independen yaitu Kualitas Layanan Jasa (X₁), Harga (X₂) Dan Lokasi (X₃).

PENDAHULUAN

Pengamatan menunjukkan bahwa beberapa jasa service berupaya memberikan pelayanan yang baik dan berkualitas agar pelanggan tersebut merasa puas dengan jasa yang di berikan, perawatannya dan berbeda dengan pesaing, menciptakan atmosfir

yang menjamin kenyamanan pelanggan, menjaga kebersihan, cara kerja yang professional, menetapkan harga yang sesuai, menciptakan kesan ramah melalui pelayanannya. Upaya – upaya ini dirancang agar pelanggan memperoleh gambaran tentang penciptaan nilai dari perusahaan dibandingkan dengan pesaing, dengan harapan

dapat meningkatkan kepuasan pelanggan dan memiliki ikatan emosional yang tinggi terhadap perusahaan, sehingga perusahaan akan dapat membangun loyalitas sejati pada diri pelanggan.

Tingginya permintaan jasa servis pelanggan jika tidak diimbangi dengan kinerja layanan yang diberikan, seperti perhatian dalam mempertahankan kualitas layanan dan keluhan pelanggan dapat membuat kepercayaan konsumen terhadap Bintang Arut Motor Lamongan berkurang. Dengan demikian kinerja layanan dan kepercayaan lebih bisa menjawab permasalahan yang muncul dalam menentukan kualitas jasa, karena bagaimanapun konsumen atau pelanggan hanya akan menilai kualitas yang mereka terima dari suatu usaha bukan pada persepsi mereka atas kualitas jasa pada umumnya.

Peran informasi dari harga dalam “mendidik konsumen”, seperti halnya loyalitas pelanggan. Hal ini terutama bermanfaat dalam situasi dimana pelanggan mengalami kesulitan untuk menilai suatu kualitas jasa atau manfaatnya secara objektif, persepsi yang sering berlaku adalah bahwa harga yang mahal mencerminkan kualitas yang tinggi. Kepuasan tersebut dapat dicapai dengan memberikan kualitas pelayanan yang optimal dan harga yang terjangkau kepada pelanggan. Loyalitas pelanggan bisa terbentuk apabila pelanggan merasa puas dengan tingkat layanan yang diterima serta pelanggan cenderung untuk memilih produk atau jasa yang memiliki kelebihan namun dengan harga yang relatif murah dengan lokasi yang terjangkau.

Setiap kendaraan bermotor pasti memerlukan yang namanya perawatan kendaraan dan service agar performanya tetap terjaga. Pengusaha dapat melihat hal ini sebagai prospek dalam berbisnis, sesuai dengan adanya permintaan dan penawaran. Sejalan dengan perkembangan dalam bidang ekonomi, maka pengembangan dunia bisnis atau usaha dalam bidang jasa juga mengalami pertumbuhan dan kemajuan yang sangat pesat. Hal ini sejalan dengan semakin banyaknya jumlah pengguna sepeda motor, untuk itulah secara tidak langsung konsumen juga membutuhkan sarana dan prasarana untuk merawat maupun memperbaiki kendaraannya tersebut agar layak pakai. Semua itu dibuktikan dengan banyaknya bermunculan usaha servis atau bisnis reparasi di Lamongan yang memperbaiki motor baik dengan menambah aksesoris sesuai keinginan para konsumen dengan berbagai nama bidang jasa seperti Bengkel Hery Motor Service, Bengkel Barokah Motor Lamongan, Affandie Motor Lamongan, SPS Motor Lamongan (AHASS 05583), AHASS New Wahyu Motor 1 (15744),

Damai Motor, Eka Karunia Motor dan masih banyak lainnya.

Hal ini menimbulkan persaingan yang ketat terutama pada penyedia jasa service antara dealer resmi yang bekerjasama dengan merk-merk sepeda motor tertentu yang saling bersaing untuk mendapatkan konsumen. Oleh karena itu Bintang Arut Motor Lamongan meningkatkan tujuan yang lebih baik yakni bagaimana cara menambah konsumen yang merasakan kepuasan atas jasa yang diberikan ke arah konsumen yang loyal.

Salah satu jasa servis kendaraan bermotor yang ada di Lamongan adalah Bintang Arut Motor yang terletak di Lamongan. Bintang Arut Motor melayani beragam jasa servis kendaraan bermotor dari kalangan usia remaja hingga dewasa, Bintang Arut Motor terus berinovasi dan memberikan kualitas jasa yang berkualitas agar pada konsumen tidak berpindah ke kompetitor lain yang juga sama-sama saling bersaing mempromosikan jasa yang mereka tawarkan. Pada dasarnya untuk mempertahankan konsumen perlu adanya upaya untuk memperkenalkan produk melalui komunikasi pemasaran yaitu kualitas layanan jasa yang baik, harga yang terjangkau dan lokasi yang strategis.

Permasalahan yang ada yaitu jika cara atau metode mengenalkan jasa yang digunakan tepat maka bisa diharapkan dapat meningkatkan loyalitas konsumen dan tentu saja dapat meningkatkan volume pelayanan jasa reparasi. Mengenalkan jasa adalah memberikan informasi atau komunikasi yang digunakan oleh pengusaha dalam memperkenalkan dan menawarkan jasa kepada konsumen, karena melalui hal ini dapat menarik dan memberikan dorongan untuk menggunakan jasa yang ditawarkan sehingga dapat meningkatkan jumlah pelayanan.

Loyalitas pelanggan memiliki peran penting bagi perusahaan atau suatu usaha, mempertahankan konsumen berarti mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan, hal tersebut menjadi alasan utama bagi perusahaan untuk menarik dan mempertahankan konsumen sebagai pelanggan. Menurut Oliver dalam (Kotler & Keller, 2009, p. 175) mendefinisikan “kesetiaan sebagai komitmen yang dipegang kuat untuk membeli lagi atau berlangganan lagi produk atau jasa tertentu dimasa depan meskipun ada pengaruh situasi dan usaha pemasaran yang berpotensi menyebabkan peralihan perilaku”.

Bisnis atau usaha perlu melihat seberapa pentingnya konsumen untuk menentukan loyalitas pembelian, salah satunya adalah lokasi yang mudah dijangkau oleh konsumen dan dekat dengan keramaian merupakan lokasi yang tepat untuk

menentukan usaha. Pemilihan lokasi untuk setiap bentuk kegiatan dalam proses produksi sangat menentukan efektifitas dan efisiensi keberlangsungan kegiatan tersebut. Suatu lokasi yang optimal secara ekonomis dapat mengurangi beban biaya yang ditanggung oleh suatu bentuk kegiatan usaha. Sama halnya dengan Bintang Arut Motor yang lokasinya terletak di wilayah Kota Lamongan yang padat penduduk dan sebagian besar banyak terdapat komunitas anak muda dan dekat dengan area pasar.

Kualitas merupakan totalitas fitur dan karakteristik produk atau jasa yang bergantung pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau tersirat. Sementara layanan didefinisikan setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun (Kotler dan Keller, 2012). Konsumen pada Bintang Arut Motor bisa merasa puas dengan jasa yang ditawarkan, maka yang harus dilakukan Bintang Arut Motor memberikan kualitas layanan jasa yang cukup baik.

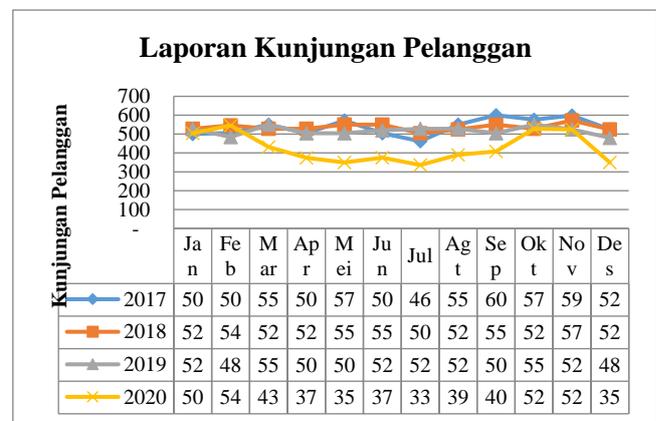
Bintang Arut Motor Lamongan cukup banyak diminati oleh konsumen dengan jam buka jasa pelayanan servis motor, baik motor manual atau matic dengan peyananan yang sering Service rutin dan ganti oli yang dibantu oleh 2 mekanik tetap dan terkadang terdapat siswa magang untuk belajar *On The Job Training*. Waktu pelayanan setiap hari kecuali hari Jum'at dan libur hari besar, dengan keterangan mulai jam 08.00 pagi hingga 04.00 sore. Kondisi bengkel paling sepi ketika hari Senin dan Selasa pada siang hari, sedangkan kondisi paling ramai pada hari Sabtu dan Minggu dengan rata-rata minimal sehari 11 hingga 22 pelayanan jasa servis. Selain pelayanan ini, Bintang Arut Motor juga melayani pergantian aksesoris motor seperti *spare part* Oli, fanbelt, rantai, ban, aki, bohlam, busi.

Persaingan yang ketat memiliki dampak tertentu pada kegiatan usahanya. Persaingan mengakibatkan terjadinya fluktuasi pada volume pelayanan jasa dan jumlah konsumen. Pelayanan jasa servis di Bintang Arut Motor Lamongan tidak bersifat konstan, artinya terjadi naik turun terhadap volume pelayanan dan jumlah konsumen setiap bulannya atau fluktuasi pelayanan. Untuk lebih jelasnya dapat diperhatikan pada Tabel 1.1 sebagai berikut:

Berdasarkan Tabel 1 dapat diketahui terjadinya naik turunnya intensitas pelanggan yang melakukan servis rutin pada Bintang Arut Motor Lamongan sejak pandemik corona mewabah di

Indonesia. Lebih tepatnya, adanya pandemic COVID-19 ini memberikan dampak yang kurang menguntungkan bagi Bintang Arut Motor Lamongan. Dimana terhitung sejak Maret tahun 2020 sampai sekarang, selalu memperoleh pendapatan terendah tiap bulan jika dibandingkan sejak Januari tahun 2017. Selain karena adanya dampak dari pandemic COVID-19, pihak Bintang Arut Motor Lamongan ingin mengetahui dan memperhatikan faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi loyalitas pelanggan sehingga dapat memperbaikinya adanya flutuasi pendapatan tersebut.

Tabel 1 Laporan Kunjungan Pelanggan Bintang Arut Motor Lamongan Periode Januari 2017 s/d November 2020



Sumber : Bintang Arut Motor Lamongan, 2020

Penelitian mengenai pengaruh kualitas layanan jasa, harga dan lokasi terhadap loyalitas konsumen, pernah diteliti oleh beberapa peneliti terdahulu, diantaranya (Saktiyanto, 2017) meneliti tentang “Pengaruh Harga, Lokasi Dan Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Konsumen Ahas Primadana Motor Pesanggaran – Banyuwangi”. Dengan hasil kesimpulan Hasil uji t menunjukkan terdapat pengaruh signifikan secara parsial terhadap variabel harga, lokasi dan kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas konsumen Ahas Primadana.

(Anggriawan, 2017) meneliti tentang “Pengaruh Pelayanan, Harga, Dan Lokasi Terhadap Loyalitas Pelanggan Studi Kasus B-Prend Cafe (Survey Pada B-Prend Cafe Di Kabupaten Rembang)”. Hasil analisis data dalam penelitian ini adalah a) Pada Variabel Pelayanan memiliki pengaruh yang signifikan dan positif terhadap loyalitas pelanggan. b) Pada Variabel Harga memiliki pengaruh yang signifikan dan negatif terhadap loyalitas pelanggan. c) Pada Variabel Lokasi memiliki pengaruh yang signifikan dan positif terhadap loyalitas pelanggan. d) Pada Variabel Pelayanan, Harga, dan Lokasi

memiliki pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas pelanggan.

(Sundari, 2018) meneliti tentang “Pengaruh Kualitas Layanan, Lokasi, Dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Apotek Sagita Farma Wonojoyo Gurah”. Hasil penelitian menunjukkan bahwa, ada pengaruh signifikan kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan, tidak ada pengaruh signifikan lokasi terhadap loyalitas pelanggan, ada pengaruh signifikan harga terhadap loyalitas pelanggan dan secara simultan ada pengaruh signifikan kualitas layanan, lokasi, dan harga terhadap loyalitas pelanggan.

(Chasanah, 2019) dengan judul penelitian “Pengaruh Kualitas Produk, Pelayanan Dan Lokasi Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Cafe Waroeng Pisa Purwokerto, Banyumas”. Hasil pada Uji T dapat disimpulkan bahwa kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan, kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Sedangkan lokasi tidak berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Hasil analisis Uji F dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas produk, kualitas pelayanan dan lokasi secara simultan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan pada Waroeng Pisa Purwokerto.

(Rosnawati, 2017) dengan judul penelitian “Pengaruh Lokasi, Harga, Dan Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Konsumen Pada TB. Sugeng Karya Kecamatan Salaman Kabupaten Magelang”. Hasil analisis data pada penelitian ini adalah: (a) Ada pengaruh yang positif dan signifikan antara lokasi terhadap loyalitas konsumen, (b) Ada pengaruh yang positif dan signifikan antara harga terhadap loyalitas konsumen, (c) Ada pengaruh yang positif dan signifikan antara kualitas layanan terhadap loyalitas konsumen, (d) Ada pengaruh yang positif dan signifikan antara lokasi, harga dan kualitas layanan secara simultan terhadap loyalitas konsumen.

(Bulan, 2016) dengan judul penelitian “Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Loyalitas Konsumen pada PT. Tiki Jalur Nugraha Ekakurir Agen Kota Langsa”. Hasil analisis dari penelitian ini adalah: (a) Kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas konsumen pada PT. TIKI Jalur Nugraha Ekakurir Agen Kota Langsa, (b) Harga berpengaruh signifikan terhadap loyalitas konsumen pada PT. TIKI Jalur Nugraha Ekakurir Agen Kota Langsa, (c) Kualitas pelayanan dan harga secara simultan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas konsumen pada PT. TIKI Jalur Nugraha Ekakurir Agen Kota Langsa.

Penelitian terdahulu diatas menunjukkan bahwa faktor kualitas layanan jasa, harga dan lokasi merupakan faktor yang menjadi pertimbangan loyalitas konsumen dalam melakukan pembelian ulang, oleh karena itu, pemahaman mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi loyalitas konsumen yang meliputi kualitas layanan jasa, harga dan lokasi perlu untuk diketahui oleh Bintang Arut Motor Lamongan agar dapat memenuhi kebutuhan konsumen sebaik mungkin kedepannya.

Berdasarkan latar belakang diatas, maka peneliti tertarik melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh Kualitas Layanan Jasa, Harga Dan Lokasi Terhadap Loyalitas Pelanggan Di Bintang Arut Motor Lamongan”.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan penelitian kuantitatif. Data yang digunakan adalah data primer yaitu data dari jawaban responden yang selanjutnya diolah dengan menggunakan analisis regresi liner berganda, analisis reliabilitas, dan validitas, uji asumsi klasik, analisis koefisien determinasi berganda, koefisien korelasi berganda, uji t dan uji F untuk mengetahui pengaruh variabel Kualitas Layanan Jasa (X_1) Harga (X_2) Lokasi (X_3) terhadap Loyalitas Pelanggan di usaha Bintang Arut Motor Lamongan (Y). Penelitian ini dilaksanakan di Bintang Arut Motor berlokasi di Jl. Babat - Jombang No.14, Sumuralas, Gajah, Kec. Baureno, Kabupaten Lamongan, Jawa Timur 62192, Indonesia.

Data ini diperoleh melalui studi lapangan dengan menyebarkan kuesioner yang akan diisi oleh responden pada Bintang Arut Motor Lamongan. Dalam kuesioner yang digunakan peneliti, setiap pertanyaan terdiri dari 5 (lima) kategori jawaban, yaitu:

- a. Sangat setuju/Sangat baik Skor = 5
- b. Setuju/Baik Skor = 4
- c. Cukup setuju/Cukup baik Skor/Ragu-ragu = 3
- d. Tidak Setuju/Tidak baik Skor = 2
- e. Sangat tidak setuju/Sangat tidak baik Skor = 1

Data sekunder diperoleh peneliti dari dokumen perusahaan seperti data sejarah, kegiatan pelayanan dan perkembangan usaha Bintang Arut Motor Lamongan. Terutama data kunjungan pelanggan periode 2017 hingga 2020 yang menggambarkan terjadinya penurunan jumlah layanan dalam periode satu tahun terakhir dampak adanya pandemik Covid-19.

Populasi pada penelitian ini adalah seluruh konsumen atau pelanggan Bintang Arut Motor

Lamongan dengan jumlah tidak terhingga. Apabila populasi besar dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya karena keterbatasan dana, tenaga dan waktu, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu.

Jumlah sampel yang diambil dalam penelitian ini menggunakan rumus Lameshow dalam (Riduwan & Akdon, 2013), hal ini dikarenakan jumlah populasi tidak diketahui atau tidak terhingga. Berikut rumus Lameshow yaitu:

$$n = \frac{z^2 \cdot p(1-p)}{d^2}$$

Keterangan:

- n = Jumlah sampel
- z = skor z pada kepercayaan 95% = 1,96
- p = maksimal estimasi = 0,5
- d = alpha (0,10) atau sampling error = 10% melalui rumus di atas, maka jumlah sampel yang akan diambil adalah:

$$n = \frac{z^2 \cdot p(1-p)}{d^2}$$

$$n = \frac{1,96^2 \cdot 0,5(1-0,5)}{0,1^2}$$

$$n = \frac{3,8416 \cdot 0,25}{0,01}$$

$$n = 96,04 \approx 97$$

Sehingga jika berdasarkan rumus tersebut maka n yang didapatkan adalah 97 orang. Sehingga pada penelitian ini setidaknya penulis harus mengambil data dari sampel sekurang – kurangnya sejumlah 97 orang Pelanggan. Pengambilan sampel dilakukan dengan metode *accidental sampling*. *Accidental sampling* adalah mengambil responden sebagai sampel secara kebetulan, yaitu siapa yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel bila orang yang kebetulan ditemui cocok sebagai sumber data (Sugiyono, 2004, p. 77). Sampel yang didapatkan pada penelitian ini sebesar 97 Pelanggan atau pelanggan Bintang Arut Motor. Teknik analisa yang digunakan pada penelian ini adalah regresi linear berganda. Pengolahan data yang dilakukan dalam penelitian ini menggunakan program SPSS (*Statistical Product and Service Solution*) versi 24, sehingga pemrosesan data berjalan secara otomatis dan kemudian diinterpretasikan hasilnya.

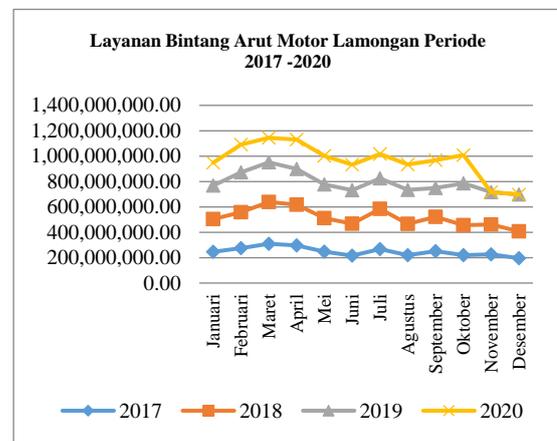
HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Gambaran umum objek penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di salah satu jasa servis kendaraan bermotor yang ada di Lamongan adalah Bintang Arut Motor yang terletak di Jl. Jombang No. 5A Babat, Gabang, Kedungrejo, Lamongan, Jawa Timur, 62215, Indonesia. Bintang Arut Motor melayani beragam jasa servis kendaraan bermotor dari kalangan usia remaja hingga dewasa, Bintang Arut Motor terus berinovasi dan memberikan kualitas jasa yang berkualitas agar pada konsumen tidak berpindah ke kompetitor lain yang juga sama-sama saling bersaing mempromosikan jasa yang mereka tawarkan. Pada dasarnya untuk mempertahankan konsumen perlu adanya upaya untuk memperkenalkan produk melalui komunikasi pemasaran yaitu kualitas layanan jasa yang baik, harga yang terjangkau dan lokasi yang strategis.

Bintang Arut Motor Lamongan cukup banyak diminati oleh konsumen dikarenakan alasan dalam pelayanan jasa Bintang Arut Motor memberikan layanan terbaiknya secara konsisten, namun persaingan yang ketat memiliki dampak tertentu pada kegiatan usahanya. Persaingan mengakibatkan terjadinya fluktuasi pada volume pelayanan jasa dan jumlah konsumen. Untuk lebih jelasnya dapat diperhatikan pada Gambar 1 sebagai berikut:



Gambar 1. Layanan Bintang Arut Motor Lamongan Periode Januari 2017 sampai November 2020

Sumber : Bintang Arut Motor Lamongan, 2020

Berdasarkan Gambar 1 dapat diketahui terjadinya fluktuasi layanan pada Bintang Arut Motor Lamongan sejak pandemi Covid-19 mewabah di Indonesia. Lebih tepatnya, adanya pandemic COVID-19 ini memberikan dampak yang kurang menguntungkan bagi Bintang Arut

Motor Lamongan. Dapat dikatakan setiap tahunnya layanan jasa yang ditawarkan mengalami peningkatan, namun dapat diketahui peningkatan tersebut memiliki trend penurunan setiap bulannya terutama pada Tahun 2020. Dimana terhitung sejak Januari tahun 2020 sampai sekarang, selalu memperoleh pendapatan terendah tiap bulan jika dibandingkan sejak Januari tahun 2017. Yang mana penurunan pelayanan jasa yang paling mencolok terjadi pada tahun 2019 ke tahun 2020.

Selain pemberian layanan jasa yang baik, Bintang Arut Motor juga memberikan harga layanan yang bersaing dengan kompetitor. Beberapa layanan diberikan harga sama dan ada yang lebih murah, namun lebih mahal atau murahnya layanan jasa ini bergantung juga kepada jenis perbaikan yang diberikan. Karena layanan jasa ini berkaitan dengan barang akan spare part akan akan digantikan, semakin bagus spare part atau bahan yang akan diganti/diperbaiki maka akan turut meningkatkan harga layanan tersebut. Hal ini memberikan nilai tersendiri bagi konsumen untuk melakukan persepsi dan berperilaku loyal kepada Bintang Arut Motor.

Mengingat lokasi strategis Bintang Arut Motor yang terletak dijalan utama di Kota Lamongan yang berdekatan dengan pasar dan diimbangi dengan harga yang bersaing dan tetap memberikan kualitas jasa terbaiknya maka menjadi nilai lebih bagi Bintang Arut Motor yang selalu ramai dikunjungi oleh konsumen. Namun kendati demikian pada tahun 2020 terjadi penurunan tingkat layanan jasa yang signifikan dikarenakan adanya dampak Covid-19. Selain karena adanya dampak dari pandemic COVID-19, pihak Bintang Arut Motor Lamongan ingin mengetahui dan memperhatikan faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi loyalitas pelanggan sehingga dapat memperbaikinya adanya flutuasi pendapatan tersebut.

Gambaran umum kuesioner

Berdasarkan Tabel 2. dapat dilihat bahwa deskripsi data yang akan disajikan dari hasil penelitian ini adalah untuk memberikan gambaran secara umum mengenai kuesioner yang akan disebar untuk responden. Jumlah pertanyaan pada kuesioner yang dikirimkan dapat diperhatikan ikhtisarnya sebagai berikut:

Tabel 2. Gambaran Umum Kuesioner

No.	Variabel	Keterangan Variabel	Skala Likert	Jumlah
1	X1	Kualitas Layanan	1-5	5 Pertanyaan

Jasa				
2	X2	Harga	1-5	5 Pertanyaan
3	X3	Lokasi	1-5	7 Pertanyaan
4	Y	Loyalitas Pelanggan	1-5	6 Pertanyaan
Jumlah Pertanyaan				23 Pertanyaan

Sumber data: Diolah Peneliti, 2021

Deskripsi Responden

Responden dalam penelitian ini merupakan konsumen Bintang Arut Motor Lamongan sebanyak 97 orang. Keseluruhan responden tersebut dapat diketahui karakteristiknya berdasarkan jenis kelamin, asal responden, usia, pendapatan, pekerjaan dan pendidikan. Gambaran karakteristik responden pada Tabel 4.2 sebagai berikut:

Jenis Kelamin Responden

Perbandingan jumlah responden berdasarkan jenis kelamin dapat diketahui bahwa responden dalam penelitian ini di dominasi oleh responden dengan jenis kelamin laki-laki yaitu sebanyak 66 orang (68%). Sedangkan 31 orang lainnya (32%) adalah responden dengan jenis kelamin perempuan.

Hal ini membuktikan bahwa kebanyakan peminat dari Bintang Arut Motor Lamongan didominasi oleh laki-laki dimana memang kebanyakan yang mengerti tentang otomotif adalah laki-laki yang sedang memperbaiki motornya atau untuk memberikan tambahan aksesoris pada motornya.

Asal kota

Jumlah dan persentase responden pada karakteristik asal kota adalah sebagai berikut, dapat diketahui bahwa responden dalam penelitian ini secara keseluruhan berasal dari kota Lamongan yaitu sebanyak 97 orang (100%).

Hal ini membuktikan bahwa banyaknya peminat layanan jasa oleh warga sekitar yang sangat tinggi, dan tidak adanya responden dari kota lainnya karena adanya dampak Covid-19 yang mewabah di Indonesia. Yang awalnya dulu sebelum Covid-19 masih ada konsumen yang berasal dari luar kota yang tinggal di kota Lamongan untuk menempuh pendidikan dan bekerja

Usia responden

Jumlah dan persentase responden pada kategori usia pada Tabel 4.5 sebagai

berikut, dapat diketahui bahwa responden dalam penelitian ini berdasarkan usia responden paling banyak berada di kategori usia 36-45 tahun yaitu sebanyak 49 orang (50,5%). Sedangkan responden dengan frekuensi usia paling sedikit yaitu 11 orang lainnya (11,3%) adalah responden dengan usia >45 tahun.

Hal ini membuktikan bahwa kebanyakan peminat dari Bintang Arut Motor Lamongan didominasi oleh kalangan usia 36-45 tahun yang mana pada usia ini mereka melakukan servis rutin bulanan dan beberapa diantaranya yang tertarik dengan dunia otomotif dan mengoleksi motor antik.

Pendapatan responden

Jumlah dan persentase masing-masing kategori pendapatan responden dapat dijelaskan pada Tabel 4.6 sebagai berikut yang mana keseluruhan responden dalam penelitian ini didominasi oleh responden yang memiliki pendapatan >Rp.3.000.000-Rp.6.000.000 yaitu sebanyak 54 responden (55,7%). Sedangkan responden dengan pendapatan > Rp.6.000.000 dan > Rp.9.000.000 yang dari masing-masing kategori pendapatan rata-rata perbulan hanya memiliki frekuensi 2 (2,1%). Hal ini membuktikan bahwa kebanyakan peminat dari Bintang Arut Motor Lamongan didominasi oleh responden yang memiliki pendapatan > Rp.3.000.000- Rp.6.000.000 yang mana dari pendapatan rata-rata itu merupakan standar UMK yang diberikan oleh kabupaten Lamongan. Berbeda dengan pendapatan rata-rata perbulan yang memiliki frekuensi paling sedikit yaitu diatas Rp.6.000.000.

Pekerjaan responden

Jumlah dan persentase masing-masing kategori pendapatan responden dapat dijelaskan pada Tabel 4.7 sebagai berikut keseluruhan responden dalam penelitian ini didominasi oleh responden yang memiliki pekerjaan sebagai Karyawan Swasta yaitu sebanyak 56 responden (57,7%). Sedangkan responden dengan pekerjaan BUMN/BUMD memiliki jumlah frekuensi paling sedikit yaitu 1 (1%).

Hal ini membuktikan bahwa kebanyakan peminat dari Bintang Arut Motor Lamongan didominasi oleh responden yang memiliki pekerjaan sebagai Karyawan Swasta diberbagai perusahaan dengan kepemilikan non-pemerintah.

Pendidikan responden

Jumlah dan persentase masing-masing kategori pendapatan responden dapat dijelaskan pada Tabel 4.8 sebagai berikut keseluruhan responden dalam penelitian ini didominasi oleh responden yang memiliki pendidikan sebagai SMA/SMK yaitu sebanyak 57 responden (58,8%). Sedangkan kategori pendidikan S2 dan Lainnya memiliki frekuensi paling sedikit yaitu sejumlah 1 (1%).

Hal ini membuktikan bahwa kebanyakan peminat dari Bintang Arut Motor Lamongan didominasi oleh responden yang memiliki pendidikan terakhir SMA/SMK yang mana masyarakat sekitar tempat usaha jarang yang melanjutkan pendidikan ke jenjang lebih tinggi.

Uji Instrumen

Penelitian ini menggunakan kuesioner sebagai instrument penelitian. Kuesioner mencakup 4 variabel penelitian yang harus diuji validitas dan reliabilitasnya.

Uji validitas instrumen

Uji validitas digunakan untuk mengukur valid tidaknya suatu kuisisioner. Dalam hal ini digunakan indikator pernyataan yang diharapkan dapat secara tepat mengungkapkan variabel yang diukur. Suatu instrumen dapat dinyatakan valid atau layak digunakan dalam pengujian hipotesis apabila *Corrected Item-Total Correlation* > 0,30.

Tabel 3. Validitas Variabel Kualitas Layanan Jasa

Item-Total Statistics			
	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted	Valid
X1_1	.498	.769	Valid
X1_2	.667	.723	Valid
X1_3	.583	.742	Valid
X1_4	.504	.773	Valid
X1_5	.622	.728	Valid

Sumber : Hasil Output SPSS 24, 2021

Berdasarkan Tabel 3. dapat disimpulkan bahwa indikator Variabel Kualitas Layanan Jasa (X1) pernyataan yang digunakan dalam penelitian ini valid atau layak digunakan dalam pengujian hipotesis. Hal tersebut dapat dilihat dari nilai masing-masing indikator pernyataan yang memiliki *Corrected Item-Total Correlation* > 0,30.

Tabel 4 Validitas Variabel Harga

Item-Total Statistics			
	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted	Valid
X2_1	.853	.887	Valid
X2_2	.823	.894	Valid
X2_3	.725	.913	Valid
X2_4	.769	.905	Valid
X2_5	.785	.902	Valid

Sumber : Hasil Output SPSS 24, 2020

Berdasarkan Tabel 4 dapat disimpulkan bahwa seluruh indikator Variabel Harga (X2) pernyataan yang digunakan dalam penelitian ini valid atau layak digunakan dalam pengujian hipotesis. Hal tersebut dapat dilihat dari nilai masing-masing indikator pernyataan yang memiliki *Corrected Item-Total Correlation* > 0,30.

Tabel 5 Validitas Variabel Lokasi

Item-Total Statistics			
	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted	Valid
X3_1	.530	.669	Valid
X3_2	.398	.698	Valid
X3_3	.533	.663	Valid
X3_4	.347	.709	Valid
X3_5	.356	.710	Valid
X3_6	.545	.664	Valid
X3_7	.351	.709	Valid

Sumber : Hasil Output SPSS 24, 2020

Berdasarkan Tabel 5 dapat disimpulkan bahwa seluruh indikator Lokasi (X3) pernyataan yang digunakan dalam penelitian ini valid atau layak digunakan dalam pengujian hipotesis. Hal tersebut dapat dilihat dari nilai masing-masing indikator pernyataan yang memiliki *Corrected Item-Total Correlation* > 0,30.

Tabel 5 Validitas Variabel Loyalitas Pelanggan

Item-Total Statistics			
	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted	Valid
Y1_1	.566	.856	Valid
Y1_2	.722	.832	Valid
Y1_3	.684	.836	Valid
Y1_4	.672	.838	Valid
Y1_5	.605	.851	Valid
Y1_6	.720	.830	Valid

Sumber : Hasil Output SPSS 24, 2021

Berdasarkan Tabel 5 dapat disimpulkan bahwa seluruh indikator Loyalitas Pelanggan

(Y) pernyataan yang digunakan dalam penelitian ini valid atau layak digunakan dalam pengujian hipotesis. Hal tersebut dapat dilihat dari nilai masing-masing indikator pernyataan yang memiliki *Corrected Item-Total Correlation* > 0,30.

Uji reliabilitas instrumen

Reliabilitas digunakan untuk menunjukkan sejauh mana alat ukur dapat dipercaya atau dihandalkan. Uji reliabilitas dilakukan dengan melihat nilai *Cronbach's Alpha* dengan kriteria reliabel apabila nilai *Cronbach's Alpha* lebih dari 0,6. Hasil uji reliabilitas dapat disajikan pada Tabel 4.13 sebagai berikut:

Tabel 6. Uji Reliabilitas

Variabel	Variabel	Cronbach's Alpha	Keterangan
X1	Kualitas Layanan	0.787	Reliabel
	Jasa		
X2	Harga	0.919	Reliabel
X3	Lokasi	0.722	Reliabel
Y	Loyalitas Pelanggan	0.864	Reliabel

Sumber : Hasil Output SPSS 24, 2020

Berdasarkan hasil uji reliabilitas maka dapat disimpulkan bahwa seluruh item yang digunakan dalam kuesioner pada masing-masing variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah reliabel, hal tersebut dikarenakan nilai *Cronbach's Alpha* lebih dari 0,6.

Deskriptif Variabel Penelitian

Data yang telah terkumpul dari kuesioner yang telah disebarakan ditabulasi dengan tujuan sebagai alat analisis data. Data yang telah terkumpul dari kuesioner yang telah disebarakan ditabulasi dengan tujuan sebagai alat analisis data. Hasil tabulasi tersebut diolah menghasilkan deskripsi statistik variabel penelitian. Berikut deskripsi penilaian responden terhadap masing-masing itemitem variabel penelitian yang diperoleh dengan perhitungan interval sebagai berikut:

$$\text{Skala Interval} = \frac{\text{nilai maksimal} - \text{nilai minimal}}{\text{jumlah kelas}} = \frac{5-1}{3} = 1.33$$

Kemudian penilaian variabel dihitung berdasarkan penilaian rata-rata pada setiap variabel, selanjutnya diskor dengan interval sebagai berikut :

- a. Interval 1,00 – 2,33 Kategori Rendah

- b. Interval 2,34 – 3,66 Kategori Sedang
- c. Interval 3,67 – 5,00 Kategori Tinggi

Hasil tabulasi tersebut diolah menghasilkan deskripsi statistik variabel penelitian, seperti yang tampak pada tabel 7 berikut:

Tabel 7 Analisis Deskriptif Variabel Penelitian

Descriptive Statistics					
	N	Min	Max	Mean	Std. Deviation
X1	97	2.00	5.00	4.1093	.56791
X2	97	1.00	5.00	3.6330	.89985
X3	97	2.86	5.00	4.1810	.44597
Y	97	1.67	5.00	4.0737	.62209
Valid N (listwise)	97				

Sumber : Hasil Output SPSS 24, 2021

Analisis deskriptif pada masing-masing variabel menunjukkan bahwa rata-rata pada variabel Kualitas Layanan Jasa (X_1) sebesar 4,10 yang termasuk dalam kategori tinggi, variabel Harga (X_2) sebesar 3,63 yang termasuk dalam kategori sedang, variabel Lokasi (X_3) sebesar 4,18 yang termasuk dalam kategori tinggi, dan variabel Loyalitas Pelanggan (Y) sebesar 4,07 yang termasuk dalam kategori tinggi. Hal ini menunjukkan bahwa pada pihak Bintang Arut Motor Lamongan perlu mempertahankannya variabel yang berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan.

Analisis hasil penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh Kualitas Layanan Jasa, Harga Dan Lokasi Terhadap Loyalitas Pelanggan Di Usaha Bintang Arut Motor Lamongan. Analisis dilakukan dengan menggunakan uji regresi linier berganda.

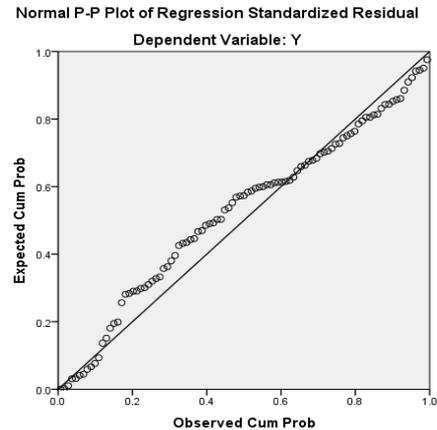
Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi yang harus terpenuhi pada analisis regresi linier berganda adalah uji normalitas, uji multikolinearitas, uji heteroskedastisitas dan uji autokorelasi.

- a. Uji Normalitas

Uji normalitas adalah uji untuk mengetahui normalitas dan bertujuan untuk menguji apakah variabel terikat dan variabel bebas

keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak. Sehingga apabila data tersebut memiliki distribusi normal maka uji-t dapat dilakukan, sementara apabila asumsi normalitas tidak dapat dipenuhi maka inferensi tidak dapat dilakukan dengan statistik t.



Gambar 2. P-P Plot Uji Normalitas

Sumber : Hasil Output SPSS 24, 2020

Hasil uji normalitas dengan Normal P-P Plot ditunjukkan pada Gambar 2. Hasil uji normalitas dengan Normal P-P Plot menunjukkan bahwa angka probabilitas disekitar garis linier atau lurus. Artinya bahwa seluruh variabel yang mempengaruhi Loyalitas Pelanggan digunakan dalam penelitian memiliki random data yang berdistribusi normal, sehingga pengujian statistik selanjutnya dapat dilakukan.

- b. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk mengetahui ada tidaknya hubungan linear yang sempurna diantara variabel-variabel bebas dalam regresi. Untuk mengetahui ada tidaknya gejala multikolinearitas dapat dilihat dari besarnya nilai tolerance dan VIF (*Variances Inflation Factor*). Kriteria yang dipakai adalah apabila nilai tolerance > 0,1 atau nilai VIF < 10 maka tidak terjadi multikolinearitas. Hasil uji multikolinearitas disajikan pada Tabel 8

Tabel 8 Uji Multikolinearitas

Coefficients ^a							
Model	Unstand. Coeff.		Stand.Coeff.	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	.149	.403		.370	.712		
X1	.646	.082	.590	7.840	.000	.722	1.385
X2	.167	.050	.241	3.317	.001	.772	1.295
X3	.159	.099	.114	1.596	.114	.803	1.245

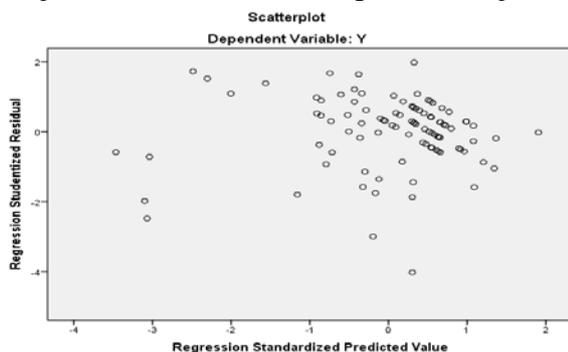
a. Dependent Variable: Y

Sumber : Hasil Output SPSS 24, 2021

Berdasarkan Tabel 8 dapat diketahui hasil perhitungan menunjukkan bahwa nilai nilai tolerance > 0,1 atau nilai VIF < 10. Hal ini dapat disimpulkan bahwa persamaan model regresi tidak mengandung masalah multikolinieritas yang artinya tidak ada korelasi yang signifikan diantara variabel-variabel bebas sehingga layak digunakan untuk analisis lebih lanjut.

c. Uji Heteroskedastisitas

Heteroskedastisitas muncul ketika varian dari distribusi probabilitas gangguan tidak konstan untuk seluruh pengamatan atas variabel penelitian. Metode yang digunakan untuk menguji heteroskedastisitas dalam penelitian ini memakai diagram scatterplot.



Gambar 3 Diagram Scatterplot
Sumber : Hasil Output SPSS 24, 2021

Berdasarkan Gambar 3 dapat disimpulkan bahwa tidak ada pola yang jelas dalam pengujian terhadap variabel Loyalitas Pelanggan, serta titik-titik menyebar keatas dan dibawah 0 pada sumbu Y maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

d. Uji Autokorelasi

Autokorelasi pada model regresi artinya ada korelasi antar anggota sampel yang diurutkan berdasarkan waktu saling berkorelasi. Untuk mengetahui adanya autokorelasi dalam suatu

model regresi dilakukan melalui pengujian terhadap nilai uji Durbin Watson (Uji DW). Suatu model dikatakan bebas autokorelasi jika dihitung (Durbin Watson) terletak antara -2 dan 2.

Tabel 9. Uji Autokorelasi

Model Summary ^b					
Mo	R	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson	
1	.788 ^a	.620	.608	.38953	2.066

a. Predictors: (Constant), X3, X2, X1

b. Dependent Variable: Y

Sumber : Hasil Output SPSS 24, 2021

Berdasarkan Tabel 9 diperoleh hasil uji Durbin Watson, diperoleh nilai dihitung sebesar 2,066. Nilai DW menurut tabel dengan n = 97 dan k = 4 didapat angka dl (*Durbin Lower*) = 1,60625 dan du (*Durbin Upper*) = 1,73354. Berdasarkan teori yang disebutkan sebelumnya dimana jika nilai dihitung (Durbin Watson) terletak antaranilai DW hitung > dl (2,066 > 1,60625). Maka dapat disimpulkan bahwa tidak ditemukannya autokorelasi dalam model regresi.

Uji Regresi Linier Berganda

Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah regresi linier berganda yaitu dengan melihat pengaruh antara variabel Kualitas Layanan Jasa (X₁) Lokasi (X₂) dan Harga (X₃) terhadap variabel Loyalitas Pelanggan (Y).

Tabel 10 Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	.149	.403		.370	.712
1 X1	.646	.082	.590	7.840	.000
X2	.167	.050	.241	3.317	.001
X3	.159	.099	.114	1.596	.114

a. Dependent Variable: Y

Sumber : Hasil Output SPSS 24, 2020

Berdasarkan Tabel 4.17 diatas, dapat dituliskan model regresi linier berganda mengenai pengaruh variabel Kualitas Layanan Jasa (X_1), Harga (X_2) Dan Lokasi (X_3) terhadap variabel Loyalitas Pelanggan (Y) di Bintang Arut Motor Lamongan sebagai berikut:

$$Y = 0,149 + 0,590X_1 + 0,241X_2 + 0,114X_3 + \varepsilon$$

Interpretasi hasil uji parsial adalah sebagai berikut:

- Nilai konstanta (α) sebesar 0,149 menunjukkan besarnya Loyalitas Pelanggan yang dipengaruhi oleh variabel Kualitas Layanan Jasa (X_1), Harga (X_2) Dan Lokasi (X_3) nilainya adalah nol (0), maka besarnya nilai Loyalitas Pelanggan akan sama dengan nilai konstanta yaitu 0,149.
- Berdasarkan persamaan regresi menunjukkan bahwa variabel Kualitas Layanan Jasa (X_1) sebesar 0,590, artinya apabila Kualitas Layanan Jasa mengalami peningkatan 1% maka Loyalitas Pelanggan (Y) akan mengalami penurunan sebesar 0,590. Koefisien bernilai positif antara Kualitas Layanan Jasa dengan Loyalitas Pelanggan.
- Berdasarkan persamaan regresi menunjukkan bahwa variabel Harga (X_2) sebesar 0,241, artinya apabila Harga mengalami peningkatan 1% maka Loyalitas Pelanggan (Y) akan mengalami peningkatan sebesar 0,241. Koefisien bernilai positif antara Harga dengan Loyalitas Pelanggan.
- Berdasarkan persamaan regresi menunjukkan bahwa variabel Lokasi (X_3) sebesar 0,114, artinya apabila Lokasi mengalami peningkatan 1% maka Loyalitas Pelanggan (Y) akan mengalami peningkatan sebesar

0,114. Koefisien bernilai positif antara Lokasi dengan Loyalitas Pelanggan.

Koefisien Determinasi

Uji R^2 digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menjelaskan variabel dependen. Dalam penelitian ini koefisien determinasi menggunakan nilai R^2 .

Tabel 11. Koefisien Determinasi

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.788 ^a	.620	.608	.38953

a. Predictors: (Constant), X3, X2, X1

b. Dependent Variable: Y

Sumber : Hasil Output SPSS 24, 2021

Dari hasil koefisien determinasi, diperoleh nilai R^2 sebesar 0,620 atau 62%. Hal ini menunjukkan bahwa Loyalitas Pelanggan (Y) di Bintang Arut Motor Lamongan dapat dijelaskan sebesar 62% oleh variabel independen yaitu Kualitas Layanan Jasa (X_1), Harga (X_2) Dan Lokasi (X_3). Sedangkan 38% variabel Loyalitas Pelanggan (Y) di Bintang Arut Motor Lamongan dijelaskan oleh variabel-variabel lain diluar variabel independen penelitian ini.

Uji Parsial (Uji t)

Uji t digunakan untuk mengetahui pengaruh dari variabel independen terhadap variabel dependen secara parsial atau individual. Jika nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$, dengan taraf signifikansinya 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa variabel Kualitas Layanan Jasa (X_1), Harga (X_2) Dan Lokasi (X_3) secara individual berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan (Y) di Bintang Arut Motor Lamongan. Pada penelitian ini penulis menggunakan tingkat kepercayaan sebesar 95% maka nilai α pada penelitian ini sebesar 0,05, sehingga untuk melihat nilai t_{tabel} dapat ditentukan sebagai berikut:

$$t_{\text{tabel}} = (\alpha ; n - k - 1)$$

$$= (0,05 ; 97 - 4 - 1)$$

$$= (0,05 ; 92)$$

Jadi dengan nilai t sebesar 0,05 dan nilai df sebesar 92 maka dapat diketahui nilai t_{tabel} sebesar 1,9860.

Uji Serentak (Uji F)

Uji F dilakukan untuk mengetahui apakah variabel Kualitas Layanan Jasa (X_1), Harga (X_2) Dan Lokasi (X_3) secara simultan (bersama-sama) berpengaruh terhadap variable Loyalitas Pelanggan (Y) di Bintang Arut Motor Lamongan. Hasil uji simultan dapat disajikan pada Tabel 4.20 sebagai berikut:

Tabel 12 Hasil Uji F

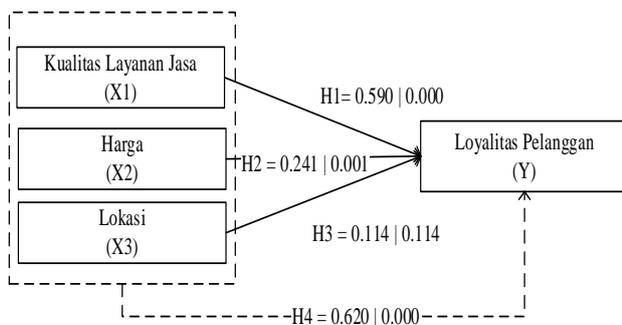
ANOVA ^a					
Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	23.040	3	7.680	50.617	.000 ^b
Residual	14.111	93	.152		
Total	37.151	96			

a. Dependent Variable: Y

b. Predictors: (Constant), X3, X2, X1

Sumber : Hasil Output SPSS 24, 2021

Berdasarkan pada tabel 4.26 dapat diketahui bahwa nilai Fhitung sebesar 50,617. Sedangkan Ftabel diperoleh dari nilai df 1= (Jumlah semua variabel - 1) atau 4 - 1= 3 dan df 2= (n - jumlah semua variabel) atau 97 - 4 - 1 = 92. Berdasarkan perhitungan tersebut menghasilkan Ftabel sebesar 2,7004. Nilai tersebut menjelaskan bahwa nilai Fhitung > Ftabel sebesar 50,617 > 2,70, dan nilai sig. 0,000 < 0,05. Maka dapat disimpulkan bahwa hipotesis keempat (H4) yang menyatakan bahwa Terdapat pengaruh signifikan pada Kualitas Layanan Jasa (X_1), Harga (X_2) Dan Lokasi (X_3) secara bersama-sama terhadap Loyalitas Pelanggan (Y) di Bintang Arut Motor Lamongan terbukti.



Gambar 4 Hasil Temuan Penelitian

Sumber : Hasil Olah Data Peneliti

Tabel 13. Hasil Uji t

Model	Coefficients ^a			t	Sig.
	Unstandardized Coefficients	Standardized Coefficients	Std. Error		
	B	Beta			
1 (Constant)	.149		.403	.370	.712
X1	.646	.590	.082	7.840	.000
X2	.167	.241	.050	3.317	.001
X3	.159	.114	.099	1.596	.114

a. Dependent Variable: Y

Sumber : Hasil Output SPSS 24, 2021

Berdasarkan pada tabel 13 diatas, maka dapat diperoleh uji hipotesis sebagai berikut:

- a. Pengujian Hipotesis 1 (H1)

Berdasarkan hasil analisis regresi diperoleh nilai $t_{\text{hitung}} > t_{\text{tabel}}$ yakni 7,840 > 1,9860, dan nilai signifikansi 0,000 < 0,05. Maka dapat disimpulkan bahwa hipotesis pertama yang menyatakan bahwa terdapat pengaruh variabel Kualitas Layanan Jasa (X_1) terhadap Loyalitas Pelanggan (Y) di Bintang Arut Motor Lamongan terbukti.
- b. Pengujian Hipotesis 2 (H2)

Berdasarkan hasil analisis regresi diperoleh nilai $t_{\text{hitung}} > t_{\text{tabel}}$ yakni 3,317 > 1,9860, dan nilai signifikansi 0,001 < 0,05. Maka dapat disimpulkan bahwa hipotesis kedua yang menyatakan bahwa terdapat pengaruh variabel Harga (X_2) terhadap Loyalitas Pelanggan (Y) di Bintang Arut Motor Lamongan terbukti.
- c. Pengujian Hipotesis 3 (H3)

Berdasarkan hasil analisis regresi diperoleh nilai $t_{\text{hitung}} < t_{\text{tabel}}$ yakni 1,596 > 1,9860, dan nilai signifikansi 0,114 > 0,05. Maka dapat disimpulkan bahwa hipotesis pertama yang menyatakan bahwa terdapat pengaruh variabel Kualitas Layanan Jasa (X_1) terhadap Loyalitas Pelanggan (Y) di Bintang Arut Motor Lamongan tidak terbukti.

Dari hasil analisis menggunakan Regresi Linier Berganda didapatkan data hasil temuan yang ditunjukkan pada Gambar 4.1 yang menunjukkan pengaruh dan hasil signifikansi tiap hipotesis. Untuk lebih jelasnya mengenai hasil temuan dapat dilihat pada Tabel 4.28 sebagai berikut:

Tabel 14. Hasil Temuan Pengaruh Antar Variabel

No.	Hipotesis	Keterangan	Sig.	Besarnya Pengaruh %
1	H1	H1 Diterima H0 Ditolak	0.000	59%
2	H2	H2 Diterima H0 Ditolak H3 Ditolak	0.001	24.1%
3	H3	H3 H0 Diterima H4	0.114	11.4%
4	H4	H4 Diterima H0 Ditolak	0.000	62%

Sumber : Hasil Olah Data Peneliti

Berdasarkan tabel 14 merupakan rekap dari hasil pengujian hipotesis, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

Hipotesis Pertama (H1) diterima karena, diperoleh nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ yakni $7,840 > 1,9860$, dan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$. Maka dapat disimpulkan bahwa hipotesis pertama yang menyatakan bahwa terdapat pengaruh variabel Kualitas Layanan Jasa (X_1) terhadap Loyalitas Pelanggan (Y) di Bintang Arut Motor Lamongan terbukti.

Hipotesis kedua (H2) diterima karena, diperoleh nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ yakni $3,317 > 1,9860$, dan nilai signifikansi $0,001 < 0,05$. Hal ini menunjukkan bahwa nilai t_{hitung} lebih besar daripada nilai t_{tabel} 2,004 dan nilai Sig lebih besar daripada 0,05. Maka dapat disimpulkan bahwa hipotesis kedua yang menyatakan bahwa terdapat pengaruh variabel Harga (X_2) terhadap Loyalitas Pelanggan (Y) di Bintang Arut Motor Lamongan terbukti.

Hipotesis ketiga (H3) ditolak karena, diperoleh nilai $t_{hitung} < t_{tabel}$ yakni $1,596 < 1,9860$, dan nilai signifikansi $0,114 > 0,05$. Maka dapat disimpulkan bahwa hipotesis ketiga yang menyatakan bahwa terdapat pengaruh variabel Kualitas Layanan Jasa (X_1) terhadap Loyalitas Pelanggan (Y) di Bintang Arut Motor Lamongan tidak terbukti.

Hipotesis keempat (H4) diterima karena, diperoleh nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ sebesar $50,617 > 2,7$, dan nilai sig. $0,000 < 0,05$. Maka dapat disimpulkan bahwa hipotesis keempat (H4) yang menyatakan bahwa Terdapat pengaruh signifikan pada Kualitas Layanan Jasa (X_1), Harga (X_2) Dan Lokasi (X_3) secara bersama-sama terhadap Loyalitas Pelanggan (Y) di Bintang Arut Motor Lamongan terbukti.

Pembahasan

Pengaruh Kualitas Layanan Jasa Terhadap Loyalitas Pelanggan

Berdasarkan hasil penelitian regresi linier berganda dengan uji t menunjukkan bahwa variabel Kualitas Layanan Jasa (X_1) terdapat pengaruh positif dan signifikan langsung terhadap Loyalitas Pelanggan (Y) di Bintang Arut Motor Lamongan, yang dibuktikan dengan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ yakni $7,840 > 1,9860$, dan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$. Hasil tersebut mendukung hipotesis pertama yang menyatakan bahwa terdapat pengaruh variabel Kualitas Layanan Jasa (X_1) terhadap Loyalitas Pelanggan (Y) di Bintang Arut Motor Lamongan.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Saktiyanto, 2017), (Anggriawan, 2017), (Sundari, 2018), (Chasanah, 2019), (Rosnawati, 2017) dan (Bulan, 2016) yang menyatakan bahwa variable Kualitas Layanan Jasa (X_1) berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan (Y). Hal ini dikarenakan Kualitas Layanan Jasa yang ditawarkan oleh pihak Bintang Arut Motor Lamongan telah dipahami dan dirasakan oleh konsumen dimana Kualitas Layanan Jasa terus berkesinambungan untuk menjalin suatu hubungan yang baik dengan hasil jasa yang konsisten memberikan yang terbaik. Hal ini membuktikan semakin tinggi nilai persepsi konsumen terhadap Kualitas Layanan Jasa, maka akan semakin kuat dorongan konsumen untuk melakukan Loyalitas.

Pengaruh Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan

Berdasarkan hasil penelitian regresi linier berganda dengan uji t menunjukkan bahwa variabel Harga (X_2) terdapat pengaruh positif dan signifikan langsung terhadap Loyalitas Pelanggan (Y) di Bintang Arut Motor Lamongan, yang dapat dibuktikan dengan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ yakni $3,317 > 1,9860$, dan nilai signifikansi $0,001 < 0,05$. Hasil tersebut mendukung hipotesis kedua yang menyatakan bahwa terdapat pengaruh variabel Harga (X_2) terhadap Loyalitas Pelanggan (Y) di Bintang Arut Motor Lamongan.

Hasil dalam penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh (Saktiyanto, 2017), (Anggriawan, 2017), (Sundari, 2018), (Rosnawati, 2017) dan (Bulan, 2016) yang menyatakan bahwa Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan (Y).

Hal tersebut dikarenakan harga yang ditawarkan oleh Bintang Arut Motor Lamongan terjangkau dengan kualitas jasa yang diberikan tetap konsisten dari dulu hingga sekarang yang terbaik. Hal ini membuktikan semakin tinggi nilai

persepsi konsumen terhadap Harga, maka akan semakin kuat dorongan konsumen untuk melakukan Loyalitas.

Pengaruh Lokasi Terhadap Loyalitas Pelanggan

Berdasarkan hasil penelitian regresi linier berganda dengan uji t menunjukkan bahwa variabel Lokasi (X_3) terdapat pengaruh positif dan signifikan langsung terhadap Loyalitas Pelanggan (Y) di Bintang Arut Motor Lamongan, yang dapat dibuktikan dengan nilai $t_{hitung} < t_{tabel}$ yakni $1,596 < 1,9860$, dan nilai signifikansi $0,114 > 0,05$. Hasil tersebut mendukung hipotesis ketiga yang menyatakan bahwa terdapat pengaruh variabel Lokasi (X_3) terhadap Loyalitas Pelanggan (Y) di Bintang Arut Motor Lamongan.

Hasil dalam penelitian ini menolak dengan penelitian yang dilakukan oleh (Saktiyanto, 2017), (Anggriawan, 2017), (Rosnawati, 2017) dan (Bulan, 2016) yang menyatakan bahwa Lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan (Y). Hal tersebut dikarenakan Bintang Arut Motor Lamongan dalam memasang tanda petunjuk jalan menuju Bintang Arut Motor Lamongan kurang jelas dan arus transportasi menuju Bintang Arut Motor Lamongan lancar. Hal ini membuktikan semakin tinggi nilai persepsi konsumen terhadap Lokasi, maka akan semakin kuat dorongan konsumen untuk melakukan loyalitas.

Pengaruh Kualitas Layanan Jasa (X_1), Harga (X_2) Dan Lokasi (X_3) Terhadap Variabel Loyalitas Pelanggan

Berdasarkan hasil penelitian regresi linier berganda dengan uji F menunjukkan bahwa variabel Kualitas Layanan Jasa (X_1), Harga (X_2) Dan Lokasi (X_3) terdapat pengaruh signifikan secara bersama-sama terhadap Loyalitas Pelanggan di Bintang Arut Motor Lamongan, yang dapat dibuktikan dengan nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ sebesar $50,617 > 2,70$, dan nilai sig. $0,000 < 0,05$. Hasil tersebut mendukung hipotesis ketiga yang menyatakan bahwa Terdapat pengaruh signifikan langsung pada Kualitas Layanan Jasa (X_1), Harga (X_2) Dan Lokasi (X_3) secara bersama-sama terhadap Loyalitas Pelanggan (Y) di Bintang Arut Motor Lamongan.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Anggriawan, 2017), (Sundari, 2018), (Chasanah, 2019), (Rosnawati, 2017) dan (Bulan, 2016) yang menunjukkan bahwa secara simultan variabel Kualitas Layanan Jasa (X_1), Harga (X_2) Dan Lokasi (X_3) berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan (Y). Hal

ini membuktikan semakin tinggi nilai persepsi konsumen terhadap variabel Kualitas Layanan Jasa (X_1), Harga (X_2) Dan Lokasi (X_3), maka akan semakin kuat dorongan konsumen dalam melakukan Loyalitas Pelanggan.

SIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

1. Kualitas Layanan Jasa berpengaruh positif signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan (Y) di Bintang Arut Motor Lamongan.
2. Harga berpengaruh positif signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan (Y) di Bintang Arut Motor Lamongan.
3. Lokasi berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan (Y) di Bintang Arut Motor Lamongan.
4. Kualitas Layanan Jasa, Harga dan Lokasi berpengaruh secara simultan terhadap Loyalitas Pelanggan (Y) di Bintang Arut Motor Lamongan.

Saran

1. Diharapkan pihak manajemen dapat terus menjaga dan meningkatkan Kualitas Layanan Jasa yang diberikan kepada konsumen dan pelanggan di Bintang Arut Motor Lamongan. Yang mana hasil penelitian ini membuktikan semakin tinggi nilai persepsi konsumen terhadap Kualitas Layanan Jasa, maka akan semakin kuat dorongan konsumen untuk melakukan Loyalitas.
2. Diharapkan pihak manajemen dapat terus menjaga dan meningkatkan Harga yang diberikan dan ditawarkan kepada konsumen dan pelanggan di Bintang Arut Motor Lamongan. Yang mana dengan menawarkan harga yang terjangkau dibandingkan pihak kompetitor dengan kualitas jasa yang diberikan tetap konsisten dari dulu hingga sekarang yang terbaik. Yang mana hasil penelitian ini membuktikan semakin tinggi nilai persepsi konsumen terhadap Harga, maka akan semakin kuat dorongan konsumen untuk melakukan Loyalitas
3. Bagi peneliti yang akan datang, penelitian ini hanya memfokuskan pada kajian mengenai Kualitas Layanan Jasa (X_1), Harga (X_2) Dan Lokasi (X_3) terhadap Loyalitas Pelanggan (Y) di Bintang Arut Motor Lamongan, diharapkan peneliti dapat menambahkan

4. variabel-variabel baru seperti promosi, kepuasan, *store atmosphere* dan lainnya, sehingga dapat memberikan nilai indeks yang lebih tinggi serta dapat menghasilkan gambaran yang lebih luas mengenai masalah yang sedang diteliti.

DAFTAR PUSTAKA

- Anggriawan, F. (2017). Pengaruh Pelayanan, Harga, Dan Lokasi Terhadap Loyalitas Pelanggan Studi Kasus B-Prend Cafe (Survey Pada B-Prend Cafe Di Kabupaten Rembang). *Jurnal Ekonomi Manajemen*.
- Bulan, T. P. (2016, NOVEMBER). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Loyalitas Konsumen pada PT. Tiki Jalur Nugraha Ekakurir Agen Kota Langsa. *JURNAL MANAJEMEN DAN KEUANGAN, VOL.5, NO.2*.
- Chasanah, U. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Pelayanan Dan Lokasi Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Cafe Waroeng Pisa Purwokerto, Banyumas.
- Kotler, P., dan Keller, K. L. (2009). *Manajemen Pemasaran. Jilid 2. Edisi 12. Alih Bahasa: Bob Sabran.* . Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., dan Keller, K. L. (2012). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Riduwan, D. M., dan Akdon, P. D. (2013). *Rumus dan Data dalam Analisis Statistika*. Bandung: Alfabeta.
- Rosnawati. (2017). Pengaruh Lokasi, Harga, Dan Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Konsumen Pada TB. Sugeng Karya Kecamatan Salaman Kabupaten Magelang.
- Saktiyanto, T. (2017). Pengaruh Harga, Lokasi Dan Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Konsumen Ahass Primadana Motor Pesanggaran – Banyuwangi. *Jurnal Ekonomi Manajemen 2017*.
- Sugiyono. (2004). *Statistika untuk Penelitian* (Cetakan Keenam ed.). Bandung: Penerbit Alfabeta.
- Sundari, M. (2018). Pengaruh Kualitas Layanan, Lokasi, Dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Apotek Sagita Farma Wonojoyo Gurah. *Artikel Skripsi Universitas Nusantara PGRI Kediri, Vol. 02 No. 01 Tahun 2018* .