



ANALISIS PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN KEPUASAN PELANGGAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN

Davia Sri Astuti¹, Mohamad Lutfi²

¹STIE Muhammadiyah Jakarta, davia.sriastuti@yahoo.com

² STIE Muhammadiyah Jakarta, nita.lutfita@gmail.com

ABSTRAK

Sekarang ini persaingan dunia usaha menjadi semakin ketat. Termasuk persaingan usaha dalam bidang bisnis penyediaan jasa internet. PT. Supra Primatama Nusantara atau dikenal dengan Biznet, merupakan salah satu perusahaan jasa yang bergerak dalam bidang penyedia jasa internet. Biznet mempunyai beberapa produk. Produk yang akan di analisis adalah Biznet Home, produk tersebut untuk perumahan dan Apartemen yang saat ini banyak sekali perumahan atau Apartemen membutuhkan layanan internet. Walaupun mendapat banyak pesaing produk yang sama, namun Biznet tetap mampu bertahan dengan melakukan berbagai strategi. Penelitian ini sendiri bertujuan untuk mengetahui sejauh mana pengaruh Kualitas Pelayanan (X1), Kepuasan Pelanggan (X2), terhadap Loyalitas Pelanggan (Y) Biznet Home di Bali. Sampel penelitian ini sebanyak 90 responden, dengan metode *accidental sampling* dengan populasi seluruh pelanggan Biznet Home di Bali. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif dengan metode analisis regresi, adapun tahap-tahap pengujiannya adalah uji validitas, uji reliabilitas, uji normalitas, uji multikolinearitas, uji heteroskedastisitas, analisis regresi berganda, uji korelasi, uji koefisien determinasi, uji simultan F, dan uji statistik t. Hasil pengujian kualitas pelayanan (X1) dan kepuasan pelanggan (X2) mempunyai pengaruh positif signifikan terhadap loyalitas pelanggan (Y).

Kata kunci: Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pelanggan, Loyalitas Pelanggan

ABSTRACT

*The business world is getting really competitive these days. Including in providing internet service business. The Supra Primatama Nusantara Inc. or known as Biznet, is one of the services company that runs in the field of providing internet service. Biznet has several products. The product which will be analysed is Biznet Home, a product provided for housing and for apartment that lots of them recently known in need of internet service. Although there are lots of similar competitive products, but Biznet is remain able to stand by doing several strategies. This research itself has the purpose to find out how far is the effect from the Service Quality (X1), the Customer Satisfaction (X2), towards Customer Loyalty (Y), of Biznet Home in Bali. The sample of this research is in amount of 90 respondents by doing the accidental sampling method with the whole population of Biznet Home customers in Bali. The method which is used in this research is quantitative with regression analysis method. There are examination steps such as validation test, reliability test, normality test, multicollinearity test, heteroscedasticity test, multiple regression analysis, correlation test, determination coefficient test, simultaneously F test, and t statistic test.. **This research results that independent variables of service quality (X1) and customer satisfaction (X2) have the significant positive relation towards dependent variable of customer loyalty (Y).***

Keywords: Service Quality, Customer Satisfaction, Customer Loyalty



PENDAHULUAN

Ciri utama yang menandakan dimulainya era informasi adalah internet. Internet sangatlah penting yaitu sebagai alat pertukaran informasi, penulis pun mendapatkan jurnal pendukung skripsi dan informasi lain berkaitan dengan penulisan skripsi ini sebagian besar lewat internet. Teknologi internet berasal dari penemuan ARPA, yaitu paket *switching* pada tahun 1960 sampai terbangunnya aplikasi *world wide web* atau yang lebih dikenal dengan *www* pada tahun 1990 oleh Tim Berners Lee. Di Indonesia sendiri pengguna internet terus meningkat dari tahun ke tahun dengan persentase peningkatan yang luar biasa. Berdasarkan data *Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII)* pengguna internet di Indonesia mencapai 143,26 juta jiwa dari 262 juta jiwa populasi penduduk Indonesia. Data statistik pengguna internet di Indonesia tahun 2014 hingga tahun 2017 adalah sebagai berikut:

Tabel 1. Data Penduduk dan Pengguna Internet di Indonesia Tahun 2014-2017

Tahun	Jumlah Pengguna Internet (orang)	Populasi Orang	% Pengguna Internet
2014	88,100,000	255,100,000	34.54
2015	110,200,000	258,200,000	42.68
2016	132,700,000	261,100,100	50.82
2017	143,260,000	262,000,000	54.68

Sumber : <https://www.apjii.or.id>.

Dari data pertumbuhan tersebut menunjukkan bahwa pertumbuhan internet di Indonesia berkembang sangat pesat, karena belakangan ini internet dirasakan memiliki berbagai manfaat berarti bagi umat manusia. Manfaat internet secara umum adalah memperoleh informasi yang luas tanpa batas secara individu maupun sosial yang dapat diperoleh melalui akses internet. Dari aktivitas tanpa batas ini internet mampu menciptakan suatu komunitas-komunitas unik seperti *facebook*, *twitter*, *instagram*, *path* ataupun social media lainnya yang dapat dimanfaatkan sebagai sarana berbisnis. Karena banyaknya manfaat tersebut, maka pengguna internet semakin meningkat jumlahnya seiring dengan meningkatnya kemudahan-kemudahan yang diperoleh dalam penggunaan internet.

Biznet Home merupakan layanan Internet Ultra Cepat dan Cable TV prabayar dari Biznet untuk pengguna perumahan ataupun apartemen. Setiap tahunnya Biznet Home mampu meningkatkan jumlah pelanggannya. Biznet Home memberikan koneksi ke internet yang lebih cepat, semestinya hal ini menjadi daya tarik tersendiri bagi para pelanggannya. Berikut ini adalah jumlah pelanggan dan berhenti berlangganan Biznet Home di Bali:

Tabel 2. Data Pelanggan Biznet Home dan Pelanggan yang Berhenti di Bali

Tahun	Jumlah Pelanggan	Pelanggan Berhenti Berlangganan
2014	12	-
2015	37	7
2016	175	1
2017	831	230

Sumber: data dari Biznet Home di Bali tahun 2014-2017

Berdasarkan data pada Tabel 2, terjadi peningkatan jumlah pelanggan Biznet Home yang berbanding lurus dengan jumlah pencabutan (terminasi) selama tahun 2014 - 2017. Hal ini



menimbulkan pertanyaan apakah tingkat pencabutan Biznet Home yang tinggi pada tahun 2017 dipengaruhi oleh kualitas pelayanan yang buruk atau karena tingkat kepuasan pelanggan yang rendah sehingga mereka beralih untuk tidak menggunakan jasa Biznet Home di Bali. Jenis pengaduan yang sering dikeluhkan pelanggan yaitu gangguan jaringan, kecepatan akses yang tidak stabil, koneksi yang sering putus, serta penanganan gangguan yang lambat. Ketidakpuasan pelanggan akan berdampak pada cabutan (terminasi) atau berhenti berlangganan yang terus meningkat. Hal ini juga akan berdampak pada pendapatan jangka panjang perusahaan. Dalam kondisi seperti ini, perusahaan seharusnya mulai menyadari betapa sentralnya peran pelanggan dalam bisnis mereka, bahwa pelangganlah yang jadi alasan keberadaan mereka. Oleh karena itu, banyak perusahaan mempertahankan pasar mereka melalui program pengembangan loyalitas pelanggan.

Jadi dapat disimpulkan Kualitas layanan merupakan suatu usaha yang dilakukan perusahaan dengan memberikan pelayanan sebaik mungkin untuk memenuhi kebutuhan pelanggan sehingga akan menimbulkan kepuasan kepada pelanggan yang menerimanya. Kualitas pelayanan dirasakan cukup penting untuk kelangsungan hidup perusahaan. Jika kualitas pelayanan kepada pelanggan baik, maka kepuasan pelanggan akan tercipta. Semakin banyak pelanggan yang puas, semakin banyak pelanggan yang menggunakan jasa Biznet home. Kepuasan ini jika dipelihara akan menimbulkan loyalitas pelanggan yang juga dapat kita lihat dari meningkatnya pelanggan yang melakukan terminasi Biznet Home. Ketika ketiga aspek ini tercipta, perusahaan akan dapat memaksimalkan keuntungannya.

KAJIAN LITERATUR

Loyalitas Pelanggan

Pelanggan yang loyal adalah mereka yang antusias Pelanggan yang loyal kepada keputusan pembeliannya, tidak lagi mempertimbangkan faktor-faktor yang berpengaruh dalam penentuan pilihan karena telah tertanam dalam dirinya bahwa produk atau jasa yang dibeli sesuai dengan harapan dan kebutuhan. Loyalitas pelanggan mencerminkan niat berperilaku (*intended behavior*) berkenaan dengan suatu produk atau jasa. Menurut Fandy Tjiptono (2007), Loyalitas pelanggan dapat dilihat dari beberapa indikator, yaitu:

- a. Pembelian Berulang
- b. Memberikan Referensi kepada Orang Lain
- c. Penolakan terhadap Produk Pesaing (Kesetiaan)

Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan adalah segala bentuk aktivitas yang dilakukan oleh perusahaan guna memenuhi harapan konsumen. Menurut Philip Kotler (2009: 36), Kualitas Pelayanan (*service quality*) didefinisikan sebagai penilaian pelanggan atas keunggulan atau keistimewaan suatu produk atau layanan secara menyeluruh. Sedangkan menurut Parasuraman (2001: 162) *service quality* didefinisikan sebagai seberapa jauh perbedaan antara kenyataan dan harapan pelanggan atas layanan yang mereka terima atau peroleh.

Konsep kualitas layanan merupakan faktor penilaian yang merefleksikan persepsi konsumen terhadap kualitas layanan. Menurut Zeithaml, Parasuraman, dan Berry (2001) Terdapat lima indikator (*Service Quality*) yang sering dipakai untuk mengukur kualitas layanan, yaitu:

- a. *Tangibles* (Berwujud/ Bukti Langsung)
- b. *Reliability* (Kehandalan)
- c. *Responsiveness* (Daya Tanggap)
- d. *Assurance* (Keyakinan/ Jaminan)
- e. *Empathy* (Perhatian)



Kepuasan Pelanggan

Menurut Kotler dan Armstrong (2010: 13) mengenai kepuasan pelanggan adalah *“the extent to which a product’s perceived performance matches a buyers expectation”*. Kepuasan pelanggan adalah tingkat dimana suatu pencapaian performa dari sebuah produk yang diterima oleh pelanggan sama dengan ekspektasi pelanggan itu sendiri. Pelanggan puas kalau setelah membeli produk tersebut, ternyata kualitas produknya baik.

Pandangan terhadap kepuasan pelanggan menurut Ali Hasan (2008: 56) sangat bervariasi, keragaman itu akan memberikan pembaca pemahaman yang lebih luas. Tidak ada satupun ukuran tunggal terbaik mengenai kepuasan pelanggan yang disepakati secara universal. Meskipun demikian, di tengah beragamnya cara mengukur kepuasan pelanggan, ada beberapa kesamaan konsep inti mengenai objek pengukuran sebagai berikut :

- a. Kepuasan pelanggan Keseluruhan (Overall Customer Satisfaction)
- b. Konfirmasi Harapan (Confirmation Of Expectations)
- c. Perusahaan pada Kesiapan Untuk Merekomendasikan (Willingness To Recommend)

Pengembangan Hipotesis

Pengaruh kualitas terhadap loyalitas telah dibuktikan oleh hasil penelitian Sabihaini, 2002 (dalam Sinaga, 2010:35) yang menyimpulkan bahwa peningkatan kualitas pelayanan akan memberikan dampak yang baik untuk meningkatkan loyalitas. Rahayu & Wati (2018) mendokumentasikan hasil positif dimana kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas konsumen. Dizaman yang semakin maju, dengan semakin banyaknya informasi, selain menjadi lebih pandai, calon pelanggan semakin berhati-hati dalam menggunakan uangnya untuk berbelanja. Ketika calon pelanggan memutuskan untuk membeli atau mengkonsumsi sesuatu, semakin banyak aspek atau kriteria yang dipertimbangkan, termasuk salah satunya ialah kualitas produk dan jasa yang akan dikonsumsi.

Berdasarkan penjelasan tersebut diatas maka hipotesisnya adalah sebagai berikut :

H1 : Kualitas Pelayanan berpengaruh positif terhadap Loyalitas Pelanggan

Dalam suatu proses konsumsi, pelanggan tidak akan berhenti hanya sampai pada proses konsumsi. Pelanggan akan melakukan proses evaluasi terhadap konsumsi yang telah dilakukannya. Inilah yang disebut sebagai evaluasi alternative pasca konsumsi (Sinaga, 2010). Hasil dari proses evaluasi pasca konsumsi adalah pelanggan merasa puas (satisfaction) atau tidak puas (dissatisfaction) terhadap konsumsi produk atau jasa yang sudah dilakukannya. Kepuasan akan mendorong pelanggan untuk membeli dan memakai ulang produk tersebut. Sebaliknya perasaan tidak puas akan menyebabkan pelanggan kecewa dan menghentikan pembelian kembali atau memakai produk tersebut.

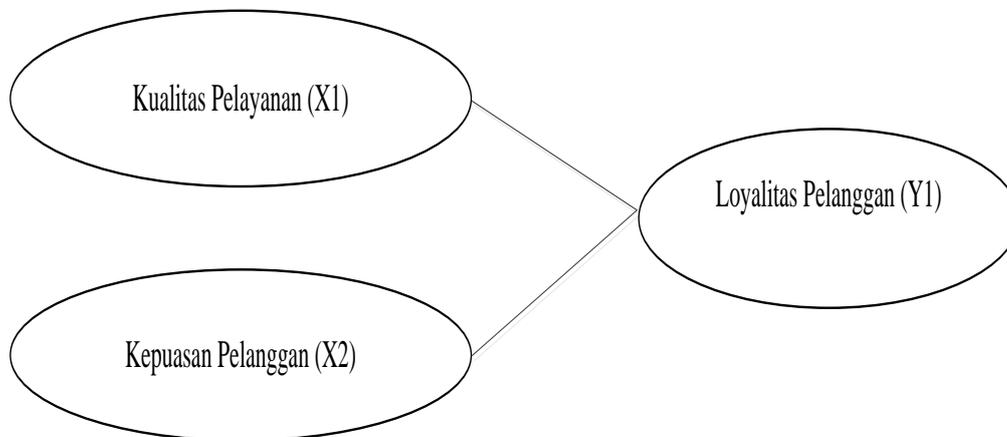
Perusahaan selayaknya memberikan tingkat kepuasan yang tinggi terhadap pelanggannya, sebab pelanggan yang mendapatkan kepuasan yang cukup hanya akan bertahan sementara waktu dan dapat beralih pada perusahaan/produk sejenis yang lain yang memberikan penawaran yang lebih baik. Pelanggan yang tidak mendapat kepuasan akan kabur bahkan tidak akan pernah kembali. Menurut Schnaars (1991), terciptanya kepuasan pelanggan dapat memberikan beberapa manfaat, di antaranya hubungan antara perusahaan dan pelanggannya menjadi harmonis, memberikan dasar yang baik bagi pembelian ulang, terciptanya loyalitas pelanggan terhadap suatu produk tertentu dan membentuk suatu rekomendasi dari mulut ke mulut yang menguntungkan bagi perusahaan.

Berdasarkan penjelasan tersebut diatas maka hipotesisnya adalah sebagai berikut :

H2 : Kepuasan Pelanggan berpengaruh positif terhadap Loyalitas Pelanggan

KERANGKA PIKIR

Penelitian ini menguji pengaruh dua variabel independen, yaitu kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan. Berdasarkan hubungan tersebut maka kerangka penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :



Gambar 1. Hubungan antara pengaruh kualitas pelayanan , kepuasan pelanggan, dan loyalitas pelanggan

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menganalisis mengenai pengaruh kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan pengguna Biznet Home di Bali. Variabel bebas (*independent variable*) yang diteliti yaitu kualitas layanan dan kepuasan pelanggan, kemudian yang menjadi variabel terikat (*dependent variable*) yang diteliti yaitu loyalitas pelanggan.

Pada penelitian ini, objek yang dijadikan responden adalah seluruh pengguna Internet Biznet Home di Bali minimal pernah berlangganan selama satu tahun . Oleh karena itu akan diteliti pengaruh kualitas layanan dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan pengguna Biznet Home di Bali.

Dalam penelitian ini dapat dibentuk persamaan :

Model Penelitian :

$$Y = b_1X_1 + b_2X_2$$

dimana :

Y = Loyalitas Pelanggan

b1 = Koefisian regresi variabel Kualitas Pelayanan (X1)

b2 = Koefisian regresi variabel Kepuasan Pelanggan (X2)

X1 = Kualitas Pelayanan

X2 = Kepuasan Pelanggan

HASIL DAN PEMBAHASAN

Karakteristik Responden

Data menunjukkan bahwa responden laki-laki berjumlah 37 orang atau setara dengan 41,1%. Sementara responden perempuan berjumlah 53 orang setara dengan 58,9%. menunjukkan bahwa responden wanita lebih banyak dibanding pria. Nampaknya ada perbedaan proporsi responden berdasarkan jenis kelamin. Hal ini dapat dikarenakan aktivitas wanita yang lebih banyak, termasuk aktivitas dalam memanfaatkan internet.

Untuk usia responden yang terbanyak adalah yang berumur antara 20-29 tahun sebanyak 67 orang (74,4 %), proporsi demikian menunjukkan adanya distribusi usia yang mencolok pada kisaran umur 20- 29 tahun atau usia produktif lebih banyak, dibandingkan seseorang yang sudah berusia > 40 tahun dalam memanfaatkan fasilitas internet.

Responden dengan pendidikan terakhir S2 hanya terdapat 1 orang atau 1,1%, pendidikan terakhir S1 sebanyak 57 orang atau 63,3%, pendidikan terakhir D3 terdapat 7 orang atau 7,8%, pendidikan terakhir SMA terdapat 424 orang atau 26,7%. Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas konsumen Biznet di Bali berpendidikan S1.

Responden berdasarkan tingkat pekerjaan wiraswata hanya terdapat 7 orang atau 7,8%, pekerjaan pegawai swasta sebanyak 70 orang atau 77,8%, pekerja pegawai negeri hanya terdapat 2 orang atau 2,2%, pekerja mahasiswa/I sebanyak 8 orang atau 8,9%. Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas konsumen Biznet mempunyai pekerjaan pegawai swasta.

Analisis Data

Uji Validitas

Untuk tingkat validitas dilakukan uji signifikan dengan membandingkan dengan nilai. Untuk degree of freedom (df) = n-k dalam hal ini n adalah jumlah sampel dan k adalah jumlah konstruk. Pada kasus ini besarnya df dapat dihitung $90-2$ atau $df= 88$ dengan alpha 0,05 didapat 0,2072, jika (untuk tiap-tiap butir pertanyaan dapat dilihat pada kolom corrected item pertanyaan total correlation) lebih besar dari dan nilai r positif, maka butir pernyataan tersebut dikatakan valid. Untuk lebih rincinya dapat dilihat pada Tabel berikut ini:

Tabel 2. Hasil Pengujian Validitas Variabel X1 (Kualitas Pelayanan)

No	Pertanyaan	r Hitung	r Tabel	Ket
X1 Kualitas Pelayanan				
Bukti Langsung (<i>Tangibles</i>)				
1	Lokasi branch-branch yang berada di Bali Strategis	0.484	0,2072	Valid
2	Branch yang berlokasi di Bali terlihat bersih	0.656	0,2072	Valid
3	Karyawan Biznet berpenampilan rapi, komunikatif dan sopan	0.73	0,2072	Valid
Keandalan (<i>Reliability</i>)				
1	Informasi mengenai layanan di jelaskan secara jelas	0.626	0,2072	Valid



2	Biznet telah memberikan kemudahan pada lini pembayaran seperti channel pembayaran secara online	0.658	0,2072	Valid
3	Layanan Biznet Home telah sesuai dengan iklan dan promosi Biznet yang anda ketahui	0.761	0,2072	Valid
Daya Tanggap (<i>Responsiveness</i>)				
1	Biznet memberikan kemudahan dalam pengajuan keluhan pelanggan	0.703	0,2072	Valid
2	Home Care memberikan pelayanan tepat dan jelas dalam hal penanganan pengaduan customer	0.658	0,2072	Valid
3	Home Care menjelaskan secara jelas dalam hal mengatasi kendala pembayaran	0.701	0,2072	Valid
Jaminan (<i>Assurances</i>)				
1	Kesesuaian paket Biznet Home dengan kecepatan dan kestabilan internet	0.698	0,2072	Valid
2	Biaya yang anda bayarkan telah sesuai dengan layanan yang anda dapatkan	0.651	0,2072	Valid
3	Home Care memiliki pengetahuan dalam memberikan informasi yang di perlukan pelanggan	0.723	0,2072	Valid
Empati (<i>Empathy</i>)				
1	Pelayanan yang ramah dan selalu tanggap terhadap pelanggan	0.734	0,2072	Valid
2	Biznet memberikan informasi jika terdapat pelayanan baru	0.822	0,2072	Valid
3	Biznet selalu berusaha untuk mempunyai reputasi yang terbaik di mata pelanggan	0.744	0,2072	Valid

Sumber : SPSS versi 19

Dari hasil pengujian yang disajikan dalam tabel di atas menunjukkan bahwa masing-masing item pernyataan kuesioner untuk variabel Kualitas Pelayanan mempunyai korelasi yang lebih besar dari nilai r tabel (0,2072) dan signifikan, maka dapat disimpulkan bahwa semua pertanyaan dinyatakan valid.

Tabel 4. Hasil Pengujian Validitas Variabel X2 (Kepuasan Pelanggan)

No	Pertanyaan	r Hitung	r Tabel	Ket
X2 Kepuasan Pelanggan				
1	Biznet Home telah mempunyai channel yang lengkap sesuai dengan kebutuhan saya	0.805	0,2072	Valid
2	Jaringan Biznet Home tidak terganggu walaupun pada kondisi cuaca kurang baik	0.815	0,2072	Valid
3	Secara keseluruhan saya puas terhadap jaringan dan pelayanan yang diberikan oleh Biznet	0.89	0,2072	Valid

Sumber : SPSS versi 19

Dari hasil pengujian yang disajikan dalam tabel di atas menunjukkan bahwa masing-masing item pernyataan kuesioner untuk variabel Kepuasan Pelanggan mempunyai korelasi yang lebih besar dari nilai r tabel (0,2072) dan signifikan, maka dapat disimpulkan bahwa semua pertanyaan dinyatakan valid.

Tabel 5. Hasil Pengujian Validitas Variabel Y1 (Loyalitas Pelanggan)

No	Pertanyaan	r Hitung	r Tabel	Ket
Y1 Loyalitas Pelanggan				
1	Saya akan merekomendasikan kepada orang lain untuk menggunakan Biznet Home	0.778	0,2072	Valid
2	Saya tidak akan terpengaruh pada produk sejenis meskipun produk sejenis memberikan diskon	0.902	0,2072	Valid
3	Saya akan tetap berlangganan Biznet Home	0.931	0,2072	Valid

Sumber : SPSS versi 19



Dari hasil pengujian yang disajikan dalam tabel di atas menunjukkan bahwa masing-masing item pernyataan kuesioner untuk variabel Loyalitas Pelanggan mempunyai korelasi yang lebih besar dari nilai r tabel (0,2072) dan signifikan, maka dapat disimpulkan bahwa semua pertanyaan dinyatakan valid.

Uji Realibilitas

Berdasarkan hasil pengujian reliabilitas instrumen yang dilakukan dengan bantuan program SPSS 19 *for windows* diketahui bahwa semua variabel reliabel, hal ini disebabkan nilai r hitung lebih besar dibandingkan dengan nilai r tabel yang bernilai 0,2072 hal ini dapat dilihat dalam Tabel 6 berikut ini.

Tabel 6. Hasil Pengujian Reliabilitas Instrumen Penelitian

No.	Variabel	Cronbach's Alpha	Ket
1	Kualitas Pelayanan (X1)	0,92	Reliabel
2	Kepuasan Pelanggan (X2)	0,781	Reliabel
3	Loyalitas Pelanggan (Y)	0,835	Reliabel

Sumber: Hasil Pengolahan Data Maret 2018

Dari keterangan tabel 4.10 diatas dapat diketahui Cronbach's Alpha $>$ 0,60 dengan demikian variabel bebas (*independent*) dan variabel terikan (*dependent*) dikatakan reliabel.

Hasil Uji Normalitas

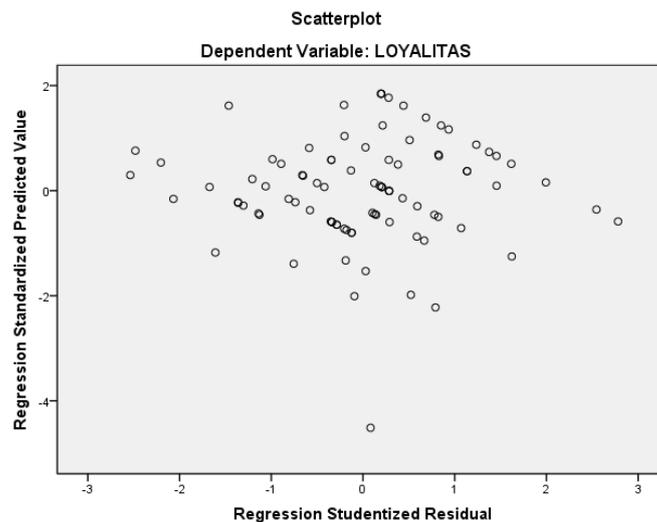
Pada hasil uji normalitas menunjukkan bahwa nilai Asymp. Sig. (2-tailed) yaitu 0,802 dari semua variabel penelitian adalah lebih besar dari nilai signifikan (0,05) atau 5%, sehingga dapat disimpulkan bahwa semua variabel penelitian berdistribusi normal.

Hasil Uji Multikolonieritas

Pada uji multikolinieritas terlihat bahwa nilai tolerance dari kedua variabel independen kurang dari 1 yaitu sebesar 0,450 untuk Kualitas Pelayanan (X1) dan 0,450 untuk Kepuasan Pelanggan (X2) dan nilai Variance Inflation Factor (VIF) adalah 2.223 atau kurang dari 10, sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi multikolinieritas dalam model regresi.

Hasil Uji Heteroskedastisitas

Gambar 2 **Hasil Uji Heteroskedastisitas**



Sumber : Hasil Olah Data Program SPSS

Berdasarkan grafik Scatterplot menunjukkan bahwa terdapat pola yang jelas serta titik yang menyebar diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y. jadi dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas pada model regresi.

Analisis Regresi

Hasil dari analisa regresi yang dilakukan menunjukkan model penelitian sebagai berikut:

$$Y = -0,392 + 0,128 X_1 + 0,364 X_2$$

Uji Signifikan Koefisien (Uji t)

Tabel 7
Hasil Uji Signifikan Koefisien (Uji t)

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	-.392	1.291		-.303	.762
Kualitas	.128	.031	.446	4.083	.000
Kepuasan	.364	.119	.335	3.065	.003

a. Dependent Variable: Loyalitas

Sumber: Data Primer yang diolah, Maret 2018

Hasil pengujian regresi untuk variabel kualitas pelayanan terhadap Loyalitas pelanggan menunjukkan besarnya nilai t_{hitung} melalui uji t yaitu sebesar 4.083, $t_{tabel} = 1.9873$ (dapat dilihat dalam lampiran), karena nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$, yaitu $4.083 > 1.9873$ maka dapat disimpulkan H_0 DITOLAK, artinya ada hubungan linier antara loyalitas pelanggan dengan kualitas pelayanan dengan tingkat signifikansi sebesar 0,000 yang lebih kecil dari taraf signifikansi 5% pada uji satu pihak dengan derajat kebebasan $(dk)n-2$, $(dk) = 90-2$ maka $dk = 88$. Karena probabilitas

(0,000) jauh lebih kecil dari 0,05, maka model regresi bisa dipakai untuk memprediksi loyalitas pelanggan atau dapat disimpulkan bahwa hipotesis H_{a1} diterima yaitu kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan sehingga semakin tinggi kualitas pelayanan yang diterima pelanggan pada akhirnya akan menciptakan sikap loyalitas pelanggan.

Hasil pengujian regresi untuk variabel kepuasan pelanggan terhadap Loyalitas pelanggan menunjukkan besarnya nilai t_{hitung} melalui uji t yaitu sebesar 3.065, $t_{tabel} = 1.9873$ (dapat dilihat dalam lampiran), karena nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$, yaitu $3.065 > 1.9873$ maka dapat disimpulkan H_0 DITOLAK, artinya ada hubungan linier antara loyalitas pelanggan dengan kualitas pelayanan dengan tingkat signifikansi sebesar 0,003 yang lebih kecil dari taraf signifikansi 5% pada uji satu pihak dengan derajat kebebasan $(dk)n-2$, $(dk)= 90-2$ maka $dk = 88$. Karena probabilitas (0,003) jauh lebih kecil dari 0,05, maka model regresi bisa dipakai untuk memprediksi loyalitas pelanggan atau dapat disimpulkan bahwa hipotesis H_{a1} diterima yaitu kepuasan pelanggan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan sehingga semakin tinggi kualitas pelayanan yang diterima pelanggan pada akhirnya akan menciptakan sikap loyalitas pelanggan.

Pengujian Simultan (uji F)

Uji simultan ini, bertujuan untuk menguji apakah hipotesis yang menjelaskan “Kualitas pelayanan dan Kepuasan pelanggan berpengaruh Signifikan terhadap Loyalitas pelanggan Biznet Home di Bali”. Hasil pengujian diperoleh sebagai berikut :

Tabel 8
Pengujian Simultan (uji F)

ANOVA ^b						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	256.903	2	128.452	49.598	.000 ^a
	Residual	225.319	87	2.590		
	Total	482.222	89			

a. Predictors: (Constant), KEPUASAN, KUALITAS

b. Dependent Variable: LOYALITAS

Sumber : Hasil Pengolahan Data, Maret 2018

Perumusan Hipotesis :

- 1) Tidak ada pengaruh yang signifikan dari variabel kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan secara bersama-sama terhadap loyalitas pelanggan.
- 2) Ada pengaruh yang signifikan dari kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan secara bersama-sama terhadap loyalitas pelanggan.

Hasil pengujian regresi untuk keseluruhan variabel menunjukkan besarnya nilai F_{hitung} melalui uji F yaitu sebesar 49.598, $F_{tabel} = 3,10$ (dapat dilihat dalam lampiran), karena nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$, yaitu $49.598 > 3,10$ dan signifikan sebesar 0,000. Dengan menggunakan taraf signifikansi 5%, nilai signifikansi tersebut lebih kecil dari 0,05. Dengan arah koefisien positif, maka dapat disimpulkan bahwa hipotesis diterima yang berarti terdapat pengaruh kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan secara simultan terhadap loyalitas pelanggan.

Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi yang memiliki fungsi untuk menjelaskan sejauh mana kemampuan variabel independen (kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan) terhadap



variabel dependen (loyalitas pelanggan).

Tabel 9
Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.730 ^a	.533	.522	1.609	1.932

a. Predictors: (Constant), Kepuasan, Kualitas

b. Dependent Variable: Loyalitas

Sumber: Data primer yang diolah, Maret 2018

Dari Tabel 8 menunjukkan bahwa pada kolom R Square diketahui jumlah persentase total variasi dalam variabel terikat yang diterangkan oleh variabel bebas adalah sebesar 0,533 atau 53,3%. Hal ini berarti besarnya pengaruh variabel bebas (variabel kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan) terhadap variabel terikat (loyalitas pelanggan) adalah sebesar 53,3%, sedangkan sisanya ($100 - 53,3\% = 46,7\%$) dijelaskan oleh variabel lain di luar penelitian ini.

PEMBAHASAN

Pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan Biznet di Bali

Hasil uji empiris pengaruh antara kualitas layanan terhadap loyalitas konsumen, menunjukkan nilai $4.083 > 1,9873$ dan p value (Sig) sebesar $0,000 < 0,05$. Artinya bahwa Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan Biznet Home di Bali. Hasil penelitian tidak dapat menolak hipotesis yang menyatakan “Kualitas Pelayanan berpengaruh Signifikan Positif terhadap Loyalitas Pelanggan Biznet Home di Bali.” Nilai beta dalam unstandardized coefficients variabel kualitas layanan menunjukkan angka sebesar 0,446 yang artinya adalah besaran koefisien kualitas layanan terhadap loyalitas konsumen adalah sebesar 44,6%.

Hasil dari penelitian sebelumnya (Sinaga, 2010) yang menyimpulkan bahwa peningkatan kualitas pelayanan akan memberikan dampak yang baik untuk meningkatkan loyalitas.

Pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan Biznet di Bali

Hasil uji empiris pengaruh antara kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan, menunjukkan nilai $3,065 > 1,9873$ dan p value (Sig) sebesar $0,003 < 0,05$. Artinya bahwa Kepuasan pelanggan berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan Biznet Home di Bali. Hasil penelitian tidak dapat menolak hipotesis yang menyatakan “Kepuasan Pelanggan berpengaruh Signifikan Positif terhadap Loyalitas Pelanggan Biznet Home di Bali”. Nilai beta dalam unstandardized coefficients variabel kepuasan konsumen menunjukkan angka sebesar 0,335 yang artinya adalah besaran koefisien kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan adalah sebesar 33,5%.

Hasil ini sejalan dengan penelitian sebelumnya (Sinaga (2010) yang menyimpulkan bahwa kepuasan pelanggan berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan.

PENUTUP



Simpulan

Secara parsial atau uji t kualitas pelayanan berpengaruh positif signifikan terhadap loyalitas Biznet Home di Bali. Nilai $4,083 > 1,9873$ dan p value (Sig) sebesar $0,000 < 0,05$. Artinya bahwa Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan Biznet Home di Bali. Hal ini menunjukkan bahwa Kualitas Pelayanan yang terdiri dari sub variabel (Indikator): *tangible, reliability, responsiveness, assurance*, dan *Empathy* berpengaruh positif signifikan dan mempunyai korelasi yang kuat sebesar 0,694 terhadap Loyalitas Pelanggan Biznet Home di Bali. Secara parsial atau uji t kepuasan pelanggan berpengaruh positif signifikan terhadap loyalitas Pelanggan Biznet Home di Bali. Nilai $3,065 > 1,9873$ dan p value (Sig) sebesar $0,003 < 0,05$. Artinya bahwa Kepuasan Konsumen berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan Biznet Home di Bali. Hal ini menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan yang terdiri dari sub variabel (Indikator): tidak ada keluhan atau keluhan yang teratasi, perasaan puas pelanggan dan kesesuaian dengan ekspektasi atau harapan pelanggan berpengaruh positif signifikan dan mempunyai korelasi yang sangat kuat sebesar 0,666 terhadap Loyalitas Pelanggan Biznet Home di Bali.

Saran

Disarankan kepada perusahaan untuk mempertahankan dan meningkatkan kualitas pelayanan dan memperhatikan keinginan pelanggan sehingga akan memunculkan kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan Biznet Home di Bali semakin mengalami peningkatan. Untuk penelitian di masa yang akan datang sebaiknya memperluas variabel dan pengukuran variabel penelitian sehingga dapat lebih meningkatkan kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan dan mempermudah penelitian berikutnya dalam menilai pengaruh kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan.

REFERENSI

- Ali Hasa. (2008). Marketing. Yogyakarta. Media Pressindo.
- Fitriadi, Ela, & Rini, Nova. 2019. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada *Showroom* Perintis Motor. Jurnal EKOBIS, Ekonomi, Bisnis dan Manajemen. Vol. 9. No. 1. Pp. 56-70.
- Kotler, Philip, Kevin Lane Keller, 2009, *Manajemen Pemasaran*, Edisi 13 Jilid II, Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip. And Amstrong, G, 2010 "*Principles Of Marketing*", Edition, New Jersey: Pearson Prentice Hall.
- Parasuraman, A Valerie A, Zeithaml and L. Berry, 2001 "The Behavioral Consequences of service Quality " *Journal of Marketing*,
- Rahayu, Sri., Wati, Lela Nurlaela. 2018. Pengaruh Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Dan Dampaknya Terhadap Loyalitas Pelanggan. Jurnal EKOBIS, Ekonomi, Bisnis dan Manajemen. Vol. 8. No. 2. Pp. 154-173.
- Sinaga, Partua Pramana Hamonangan. 2010. *Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pelanggan, Dan Lokasi Terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi Kasus Pada Warnet Chamber Semarang)*, Semarang : Manajemen UNDIP.
- Tjiptono, Fandy, 2007, *Strategi Pemasaran*, Cet. Ketiga, Jawa Timur: Banyumedia Publishing,
- Wati, L.N. (2018). Metodologi Penelitian Terapan, Aplikasi SPSS, EVIEWS, Smart PLS, dan AMOS. Edisi 2. Percetakan Pustaka AMRI: Jakarta
- <https://www.apjii.or.id> , di akses 21 Februari 2018