

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Toko Busana Muslim Ilham Komplek Menara Kudus

1. Sejarah Toko Busana Muslim Ilham Komplek Menara Kudus

Sejarah berdirinya Toko Busana Muslim Ilham Komplek Menara Kudus tidak lepas dari kondisi dan situasi pasar busana muslim pada tahun 1970-an hingga 1980an dimana pada saat itu belum terdapat toko khusus busana muslim beserta perlengkapan ibadah lainnya secara lengkap di kota Kudus maupun di kota-kota lain pada umumnya. Pemilik melihat kebutuhan masyarakat akan gerai muslim serta perlengkapan ibadah dalam satu area, maka didirikanlah toko khusus perlengkapan beribadah umat Islam dengan konsep *One Stop Shopping* dengan nama Toko Busana Muslim Ilham Komplek Menara Kudus pada tanggal 24 Februari 1989 di Kudus.¹

Adapun tujuan didirikannya Toko Busana Muslim Ilham Komplek Menara Kudus adalah memenuhi ragam kebutuhan dan perlengkapan ibadah umat muslim dimanapun berada sebagai Toko Busana Muslim Ilham Komplek Menara Kudus dengan *tagline* “Bagian Gaya Hidup Islami”. Sebagai bagian dari komitmen perusahaan dalam mendukung peningkatan ekonomi nasional, Toko Busana Muslim Ilham Komplek Menara Kudus terus memberikan fokus dan perhatian terhadap eksistensi dan daya saing produk lokal sebagai dukungan terhadap program pemerintah dalam membatasi produk impor. Dengan dukungan kontribusi 80% produk lokal, Toko Busana Muslim Ilham Komplek Menara Kudus berharap dapat turut berkontribusi bagi industri lokal untuk dapat diakses dimanapun Toko Busana Muslim Ilham Komplek Menara Kudus berada. Sebagaimana konsistensi Toko Busana Muslim Ilham Komplek Menara Kudus untuk menjadi bagian dari gaya hidup islami keluarga muslim. Toko Busana Muslim Ilham Komplek Menara Kudus memberikan pilihan citra bagi keluarga muslim sehingga menyadari betapa mudah,

¹ Data dokumentasi Toko Busana Muslim Ilham Komplek Menara Kudus, dikutip tanggal 20 Desember 2018.

menyenangkan dan nyaman tampil islami ataupun dapat khusus' untuk beribadah. Dengan keinginan untuk tetap memberikan pilihan, kenyamanan, fasilitas dan layanan terbaik bagi para ayah, ibu dan anak-anak muslim.

B. Gambaran Umum Subyek Penelitian

Sebagaimana dikemukakan di dalam bab III, pengambilan data dalam penelitian ini menggunakan konsumen Toko Busana Muslim Ilham Komplek Menara Kudus. Penentuan jenis populasi ini didasarkan atas alasan bahwa yang akan diuji adalah persepsi konsumen Toko Busana Muslim Ilham Komplek Menara Kudus. Sehingga data yang terkumpul bisa valid dan reliabel. Dari 97 kuesioner yang peneliti sebarkan semuanya kembali kepada peneliti, sehingga data yang diolah dalam penelitian ini sebanyak 97 responden.

Analisis ini menggambarkan tentang karakteristik responden yang diteliti. Analisis karakteristik responden digunakan untuk memberikan gambaran responden, apakah dengan karakteristik responden yang berbeda-beda mempunyai penilaian yang sama ataukah tidak. Dalam penelitian ini yang dijadikan sebagai karakteristik responden tersebut antara lain: jenis kelamin, umur dan pendidikan.

1. Jenis Kelamin

Berdasarkan jenis kelamin responden, terdiri atas dua kelompok, yaitu responden laki-laki dan responden perempuan yang seluruhnya berjumlah 97 responden disajikan pada tabel berikut ini :

Tabel 4.1

Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase
Laki-laki	44	45,4%
Perempuan	53	54,6%
Jumlah	97	100%

Sumber : Data primer yang diolah, 2018.

Dari tabel 4.1 di atas dapat diketahui bahwa dari 97 responden yang menjadi sampel responden berjenis kelamin laki-laki sebanyak 44 orang atau 45,4%, sedangkan responden yang berjenis kelamin perempuan sebanyak 53 orang atau 54,6% dari keseluruhan jumlah sampel.

2. Umur Responden

Hasil penelitian terdapat dua kelompok responden, yaitu responden yang berusia kurang dari 25 tahun dan lebih dari 25 tahun yang seluruhnya berjumlah 97 responden yang disajikan pada tabel berikut ini:

Tabel 4.2
Karakteristik Responden Berdasarkan Umur

Usia	Jumlah	Persentase
Kurang dari 25 tahun	33	34,02%
Lebih dari 25 tahun	64	65,98%
Jumlah	97	100%

Sumber: Data primer yang diolah, 2018.

Berdasarkan tabel 4.2 menunjukkan bahwa dari 97 responden yang menjadi sampel yang berusia kurang dari 25 tahun sebanyak 33 orang atau 34,02%. Sedangkan mayoritas responden berusia lebih dari 25 tahun sebanyak 64 orang atau 65,98% dari keseluruhan jumlah sampel.

3. Pendidikan Terakhir

Berdasarkan kuesioner yang dikumpulkan dari 97 responden diperoleh data tentang status pendidikan responden penelitian. Tabel 4.3 menunjukkan identitas responden berdasarkan status pendidikannya.

Tabel 4.3
Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan

Pendidikan	Jumlah	Persentase
SD/Sederajat	13	13,4%
SMP/Sederajat	18	18,6%
SMA/Sederajat	39	40,2%
Diploma/Sarjana	27	27,8%
Jumlah	97	100%

Sumber: Data primer yang diolah, 2018.

Berdasarkan tabel 4.3 menunjukkan bahwa dari 97 responden yang menjadi sampel mayoritas adalah responden yang berpendidikan SMA/Sederajat yaitu sebesar 39 orang atau 40,2%. Sedangkan distribusi tingkat pendidikan yang lain adalah berpendidikan SD/Sederajat sebesar 13 orang atau

13,4%, responden yang berpendidikan SMP/Sederajat yaitu sebesar 18 orang atau 18,6% dan yang berpendidikan Diploma/Sarjana sebesar 27 responden atau 27,8%.

C. Deskripsi Data

Hasil dari masing-masing jawaban responden tentang analisis pengaruh kepuasan konsumen dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas konsumen Toko Busana Muslim Ilham Komplek Menara Kudus adalah sebagai berikut:

Tabel 4.4
Data Hasil Penelitian

Variabel	Item	Total SS	%	Total S	%	Total N	%	Total TS	%	Total S T S	%
Kepuasan Konsumen (X ₁)	X1.1	13	13,4	50	51,5	21	21,6	11	11,3	2	2,1
	X1.2	23	23,7	24	24,7	30	30,9	18	18,6	2	2,1
	X1.3	22	22,7	51	52,6	19	19,6	3	3,1	2	2,1
	X1.4	27	27,8	58	59,8	12	12,4	0	0,0	0	0,0
	X1.5	16	16,5	43	44,3	28	28,9	9	9,3	1	1,0
Kualitas Pelayanan (X ₂)	X2.1	24	24,7	54	55,7	12	12,4	6	6,2	1	1,0
	X2.2	30	30,9	36	37,1	20	20,6	8	8,2	3	3,1
	X2.3	20	20,6	47	48,5	26	26,8	3	3,1	1	1,0
	X2.4	29	29,9	52	53,6	14	14,4	1	1,0	1	1,0
	X2.5	17	17,5	37	38,1	32	33,0	10	10,3	1	1,0
Loyalitas Konsumen (Y)	YQ1	25	25,8	60	61,9	11	11,3	1	1,0	0	0,0
	YQ2	39	40,2	46	47,4	8	8,2	3	3,1	1	1,0
	YQ3	24	24,7	46	47,4	27	27,8	0	0,0	0	0,0

Sumber data: data primer yang diolah, 2018.

1. Kepuasan Konsumen (X_1)

Dari hasil penelitian pada pertanyaan pertama mengenai kepuasan konsumen, responden menjawab sangat setuju sebanyak (13,4%), setuju (51,5%), netral (21,6%), tidak setuju (11,3%), dan sangat tidak setuju (2,1%). Pada pertanyaan kedua responden menjawab sangat setuju sebanyak (23,7%), setuju (24,7%), netral (30,9%), tidak setuju (18,6%), dan sangat tidak setuju (2,1%). Kemudian pertanyaan ketiga responden menjawab sangat setuju sebanyak (22,7%), setuju (52,6%), netral (19,6%), tidak setuju (3,1%), dan sangat tidak setuju (2,1%). Kemudian pertanyaan keempat responden menjawab sangat setuju sebanyak (27,8%), setuju (59,8%), netral (12,4%), tidak setuju (0,0%), dan sangat tidak setuju (0,0%). Kemudian pertanyaan kelima responden menjawab sangat setuju sebanyak (16,5%), setuju (44,3%), netral (28,9%), tidak setuju (9,3%), dan sangat tidak setuju (1,0%).

2. Kualitas Pelayanan (X_2)

Dari hasil penelitian pada pertanyaan pertama mengenai kualitas pelayanan, responden menjawab sangat setuju sebanyak (24,7%), setuju (55,7%), netral (12,4%), tidak setuju (6,2%), dan sangat tidak setuju (1,0%). Pada pertanyaan kedua responden menjawab sangat setuju sebanyak (30,9%), setuju (37,1%), netral (20,6%), tidak setuju (8,2%), dan sangat tidak setuju (3,1%). Kemudian pertanyaan ketiga responden menjawab sangat setuju sebanyak (20,6%), setuju (48,5%), netral (26,8%), tidak setuju (3,1%), dan sangat tidak setuju (1,0%). Kemudian pertanyaan keempat responden menjawab sangat setuju sebanyak (29,9%), setuju (53,6%), netral (14,4%), tidak setuju (1,0%), dan sangat tidak setuju (1,0%). Kemudian pertanyaan kelima responden menjawab sangat setuju sebanyak (17,5%), setuju (38,1%), netral (33,0%), tidak setuju (10,3%), dan sangat tidak setuju (1,0%).

3. Loyalitas Konsumen (Y)

Dari hasil penelitian pada pertanyaan pertama mengenai loyalitas konsumen, responden menjawab sangat setuju sebanyak (25,8%), setuju (61,9%), netral (11,3%), tidak setuju (1,0%), dan sangat tidak setuju (0,0%). Pada pertanyaan kedua responden menjawab sangat setuju sebanyak (40,2%), setuju (47,4%), netral (8,2%), tidak setuju (3,1%), dan sangat tidak setuju (1,0%). Kemudian pertanyaan ketiga responden menjawab sangat setuju sebanyak (24,7%), setuju (47,4%),

netral (27,8%), tidak setuju (0,0%), dan sangat tidak setuju (0,0%).

D. Data Instrumen Penelitian

1. Uji Validitas Instrumen

Penerapan uji ini dimaksudkan untuk mengetahui apakah alat pengumpul data pada dasarnya menunjukkan tingkat ketepatan, keakuratan, kestabilan atau konsistensi alat tersebut dalam mengungkapkan gejala tertentu dan sekelompok parsial, walaupun dilakukan pada waktu yang berbeda. Uji keandalan dilakukan terhadap pertanyaan-pertanyaan yang sudah valid untuk mengetahui hasil pengukuran tetap konsisten bila dilakukan pengukuran kembali, terhadap gejala yang sama. Uji validitas dan reliabilitas dilakukan dengan bantuan program SPSS yang hasilnya dapat disederhanakan sebagai berikut:

a. Variabel Kepuasan Konsumen (X_1)

Tabel 4.5
Hasil Uji Validitas

No.Pernyataan	r _{hitung}	r _{tabel}	Keterangan
X1.1	0,427	0,3610	Valid
X1.2	0,475	0,3610	Valid
X1.3	0,572	0,3610	Valid
X1.4	0,583	0,3610	Valid
X1.5	0,552	0,3610	Valid

Sumber : Data primer yang diolah, 2018.

Untuk tingkat validitas, dilakukan uji signifikan dengan membandingkan nilai r_{hitung} dan r_{tabel} untuk *Degree of freedom* (df) = $n-2$. Dalam hal ini n adalah jumlah sampel yang diuji coba. Pada kasus ini besarnya df dapat dihitung $30-2 = 28$ dengan α 0.05 didapat r_{tabel} 0,3610. Jika r_{hitung} (untuk r tiap butir dapat dilihat pada kolom *pearson correlation*) lebih besar dari r_{tabel} dan nilai r positif. Berdasarkan hasil pengujian validitas tersebut, pada variabel kepuasan konsumen yang terdiri dari 5 pernyataan semua itemnya valid. Dengan demikian maka variabel penelitian dapat dilakukan pengujian ke tahap selanjutnya.

b. Variabel Kualitas Pelayanan (X_2)

Tabel 4.6
Hasil Uji Validitas

No.Pernyataan	r _{hitung}	r _{tabel}	Keterangan
X2.1	0,857	0,3610	Valid
X2.2	0,468	0,3610	Valid
X2.3	0,654	0,3610	Valid
X2.4	0,572	0,3610	Valid
X2.5	0,508	0,3610	Valid

Sumber : Data primer yang diolah, 2018.

Untuk tingkat validitas, dilakukan uji signifikan dengan membandingkan nilai r_{hitung} dan r_{tabel} untuk *Degree of freedom* (df) = $n-2$. Dalam hal ini n adalah jumlah sampel yang diuji coba. Pada kasus ini besarnya df dapat dihitung $30-2 = 28$ dengan α 0.05 didapat r_{tabel} 0,3610. Jika r_{hitung} (untuk r tiap butir dapat dilihat pada kolom *pearson correlation*) lebih besar dari r_{tabel} dan nilai r positif. Berdasarkan hasil pengujian validitas tersebut, pada variabel kualitas pelayanan yang terdiri dari 5 pernyataan semua itemnya valid. Dengan demikian maka variabel penelitian dapat dilakukan pengujian ke tahap selanjutnya.

c. Variabel Loyalitas Konsumen (Y)

Tabel 4.7
Hasil Uji Validitas

No.Pernyataan	r _{hitung}	r _{tabel}	Keterangan
Y.1	0,553	0,3610	Valid
Y.2	0,513	0,3610	Valid
Y.3	0,463	0,3610	Valid

Sumber : Data primer yang diolah, 2018.

Untuk tingkat validitas, dilakukan uji signifikan dengan membandingkan nilai r_{hitung} dan r_{tabel} untuk *Degree of freedom* (df) = $n-2$. Dalam hal ini n adalah jumlah sampel yang diuji coba. Pada kasus ini besarnya df dapat dihitung $30-2 = 28$ dengan α 0.05 didapat r_{tabel} 0,3610. Jika r_{hitung} (untuk r tiap butir dapat dilihat pada kolom *pearson correlation*) lebih besar dari r_{tabel} dan nilai r

positif. Berdasarkan hasil pengujian validitas tersebut, pada variabel loyalitas konsumen yang terdiri dari 3 pernyataan semua itemnya valid. Dengan demikian maka variabel penelitian dapat dilakukan pengujian ke tahap selanjutnya.

2. Uji Reliabilitas Instrumen

Selanjutnya pengukuran keandalan suatu kuesioner dilakukan untuk mengetahui sejauh mana pengukuran konsisten atau terhindar dari bias. Reliabilitas menunjukkan stabilitas dan konsistensi alat ukur untuk menilai *goodness of measure*. Pengukuran reliabilitas menggunakan koefisien *Alpha Cronbach*, apabila koefisien $\alpha > 0,60$ maka instrumen dikatakan reliabel. Berikut hasil pengujian reliabilitas.

Tabel 4.8
Hasil Uji Reliabilitas Instrumen

Variabel	Reliability Coefficients	r-Alpha	Kaidah	Keterangan
Kepuasan konsumen (X_1)	5 Item	0,735	0,60	Reliabel
Kualitas pelayanan (X_2)	5 Item	0,776	0,60	Reliabel
Loyalitas konsumen (Y)	3 Item	0,701	0,60	Reliabel

Sumber : Data primer yang diolah, 2018.

Dari tabel diatas dapat diketahui bahwa masing-masing variabel memiliki *Alpha Cronbach* $> 0,60$, dengan demikian semua variabel (X_1 , X_2 dan Y) dapat dikatakan reliabel.

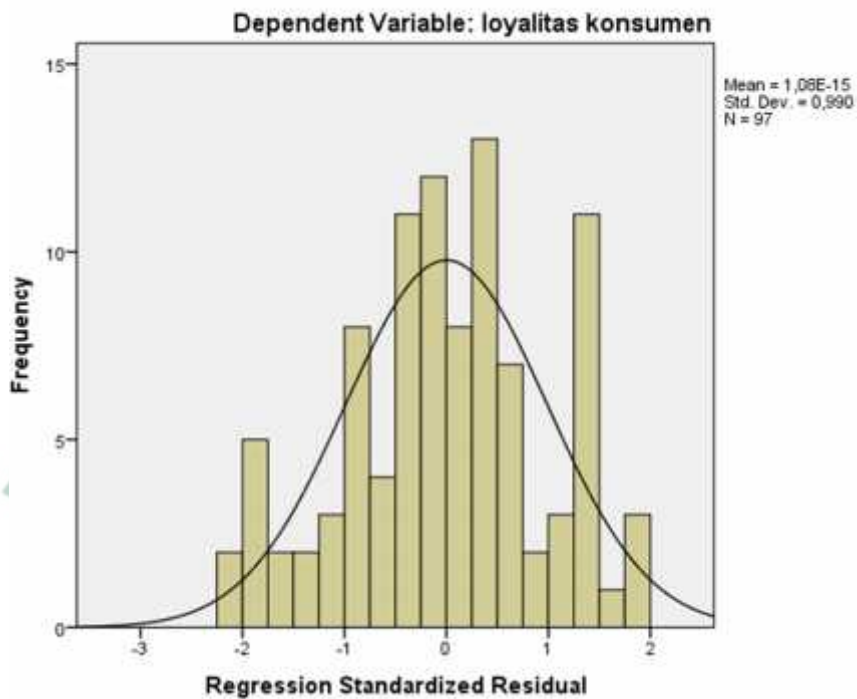
E. Uji Asumsi Klasik

Untuk mengetahui apakah suatu data dapat dianalisa lebih lanjut diperlukan suatu uji asumsi klasik agar hasil dan analisa nantinya efisien dan tidak bias. Adapun kriteria pengujian tersebut sebagai berikut :

1. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi, variabel terikat dan variabel bebas keduanya mempunyai distribusi normal ataukah tidak. Model regresi yang baik adalah memiliki distribusi data normal atau mendekati normal.

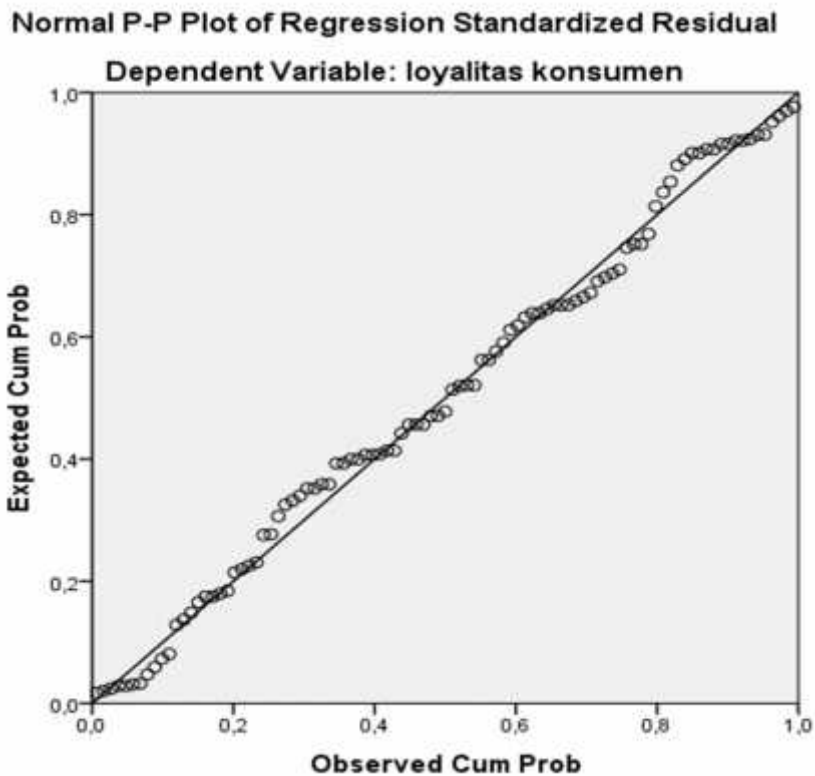
Gambar 4.1
Hasil Uji Normalitas
Histogram



Sumber : Data primer diolah, 2018.

Berdasarkan *normal probability plot* pada gambar tersebut menunjukkan bahwa data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogramnya menunjukkan pola distribusi normal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas.

Gambar 4.2
Hasil Uji Normalitas



Sumber : Data primer diolah, 2018.

2. Uji Multikolinieritas

Pengujian multikolinieritas dilakukan untuk mengetahui apakah antara variabel bebas terdapat hubungan atau saling berkorelasi. Cara yang dipakai untuk mendeteksi gejala multikolinieritas adalah dengan melihat VIF (*variance inflation factor*), jika nilai VIF kurang dari angka 10, maka tidak terjadi multikolinieritas.

Tabel 4.9
Hasil Uji Multikolinieritas

Variabel	Tolerance	VIF
Kepuasan konsumen (X_1)	0,944	1,059
Kualitas pelayanan (X_2)	0,944	1,059

Sumber : Data primer diolah, 2018.

Hasil pengujian multikolinieritas tersebut menunjukkan bahwa tidak terjadi gejala multikolinieritas pada semua variabel penjelas model regresi yang digunakan yaitu kehandalan, daya tanggap dan jaminan karena semua nilai VIF kurang dari angka 10. Berdasarkan hasil pengujian yang tercermin dalam tabel diatas maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi gejala multikolinieritas, artinya tidak terjadi hubungan linier antara variabel bebas yang digunakan dalam model regresi.

3. Uji Autokorelasi

Pengujian ini digunakan untuk menguji suatu model apakah variabel pengganggu masing-masing variabel bebas saling mempengaruhi, untuk mengetahui apakah model regresi mengandung autokorelasi dapat digunakan pendekatan Durbin Watson.

Tabel 4.10
Hasil Uji Autokorelasi

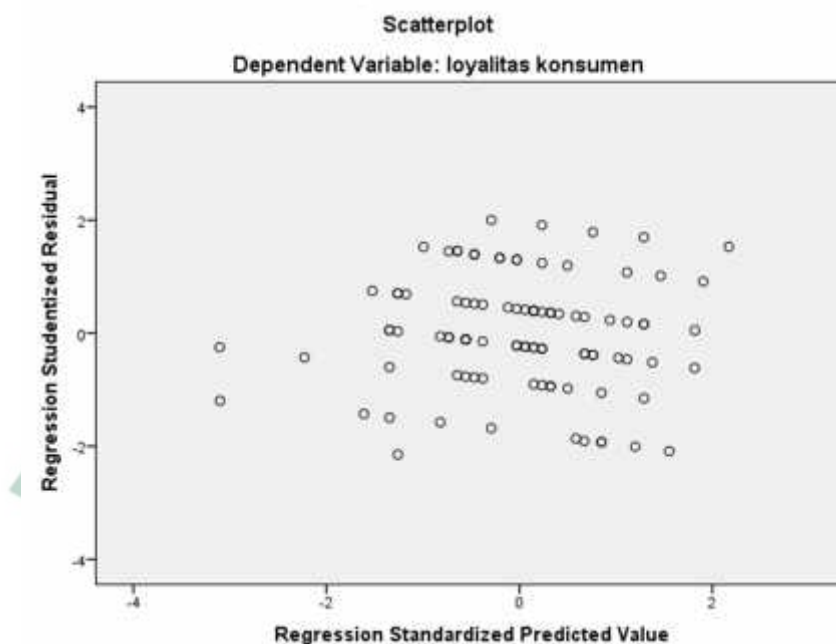
Model	Durbin-Watson
1	1,892

Sumber : Data primer diolah, 2018.

Dari hasil pengujian autokorelasi nilai Durbin Watson sebesar 1,892 nilai tersebut dibandingkan dengan nilai tabel signifikansi 5% jumlah sampel 97, dan jumlah variabel bebas 2, maka diperoleh nilai d_l 1,6275 dan nilai d_u 1,7116. Oleh karena nilai DW 1,892 diantara $d_u < DW < 4 - d_u$ yaitu $(1,7116 < 1,892 < 2,2884)$ maka sesuai kaidah pengambilan keputusan disimpulkan bahwa tidak terdapat autokorelasi positif pada model regresi.

4. Uji Heterokedastisitas

Gambar 4.3
Hasil Uji Heterokedastisitas



Sumber : Data primer diolah, 2018.

Berdasarkan grafik scatterplot tersebut menunjukkan bahwa tidak terdapat pola yang jelas serta titik-titik menyebar secara acak yang tersebar di atas dan di bawah angka 0 (nol) pada sumbu Y. Hal ini dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas pada model regresi, sehingga model regresi layak dipakai untuk memprediksi pengaruh kepuasan konsumen dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas konsumen Toko Busana Muslim Ilham Komplek Menara Kudus.

F. Hasil Analisis Statistik

1. Analisis Regresi Berganda

Model analisis regresi berganda ini digunakan untuk mengetahui pengaruh kepuasan konsumen dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas konsumen Toko Busana Muslim Ilham Komplek Menara Kudus. Dari estimasi diperoleh hasil sebagai berikut :

Tabel 4.11
Hasil Regresi Berganda

Variabel	Koefisien B
Konstanta	3,298
Kepuasan konsumen (X_1)	0,042
Kualitas pelayanan (X_2)	0,168

Sumber : Data primer yang diolah, 2018.

Dari tabel di atas diperoleh persamaan regresi pengaruh kepuasan konsumen dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas konsumen Toko Busana Muslim Ilham Komplek Menara Kudus adalah sebagai berikut :

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

$$Y = 3,298 + 0,042X_1 + 0,168X_2 + e$$

Berdasarkan nilai koefisien regresi dari variabel-variabel yang mempengaruhi loyalitas konsumen Toko Busana Muslim Ilham Komplek Menara Kudus dengan menggunakan tingkat signifikansi 0.05 dapat diinterpretasikan sebagai berikut :

- a. Nilai konstanta dari hasil penelitian menunjukkan nilai yang positif yaitu sebesar 3,298, dapat diartikan bahwa jika tidak ada pengaruh dari variabel bebas seperti kepuasan konsumen dan kualitas pelayanan maka variabel terikat loyalitas konsumen sudah memiliki pengaruh sendiri sebesar 3,298.
- b. Variabel kepuasan konsumen (X_1) mempunyai pengaruh terhadap loyalitas konsumen (Y), dengan koefisien regresi sebesar 0,042. Artinya variabel kepuasan konsumen (X_1) mempunyai pengaruh yang searah dengan loyalitas konsumen (Y), apabila variabel kepuasan konsumen (X_1) naik 1 satuan maka loyalitas konsumen (Y) akan naik sebesar 0,042 dan apabila variabel kepuasan konsumen (X_1) turun 1 satuan maka loyalitas konsumen (Y) akan turun sebesar 0,042.
- c. Variabel kualitas pelayanan (X_2) mempunyai pengaruh terhadap loyalitas konsumen (Y), dengan koefisien regresi sebesar 0,168. Artinya variabel kualitas pelayanan (X_2) mempunyai pengaruh yang searah dengan loyalitas konsumen (Y), apabila variabel kualitas pelayanan (X_2) naik 1 satuan maka loyalitas konsumen (Y) akan naik

sebesar 0,168 dan apabila variabel kualitas pelayanan (X_2) turun 1 satuan maka loyalitas konsumen (Y) akan turun sebesar 0,168.

2. Uji t

Dalam rangka pengujian hipotesis bahwa variabel kehandalan, daya tanggap dan jaminan berpengaruh signifikan secara parsial terhadap kepuasan pengguna (Y) digunakan uji t. Dari tabel berikut hasil persamaan regresi pada variabel-variabel penelitian akan diperlihatkan satu persatu dengan memperlihatkan t_{hitung} dari olah data SPSS.

Tabel 4.12
Hasil Uji t

Variabel	t hitung	t tabel	Nilai Sig	Kaidah	Interpretasi
Kepuasan konsumen (X_1)	2,491	1,9855	0,025	0,05	berpengaruh
Kualitas pelayanan (X_2)	2,776	1,9855	0,009	0,05	berpengaruh

Sumber : Data primer yang diolah, 2018.

a. Pengujian terhadap Variabel Kepuasan Konsumen (X_1)

Dengan pengujian satu sisi yang menggunakan tingkat signifikan sebesar $\alpha=0.5$ dan dengan derajat kebebasan $df (N-k-1) = 97-2-1 = 94$ diperoleh $t_{tabel} = 1,9855$. Hasil perhitungan pada regresi linier berganda diperoleh nilai t_{hitung} sebesar 2,491. Dengan demikian t_{hitung} lebih besar dari pada t_{tabel} ($2,491 > 1,9855$), seperti terlihat pada tabel diatas. Dengan demikian, t_{hitung} berada pada daerah H_0 ditolak dan H_a diterima, sehingga **H1 diterima** yang menyatakan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara kepuasan konsumen terhadap loyalitas konsumen Toko Busana Muslim Ilham Komplek Menara Kudus.

Terdapat pengaruh yang signifikan antara kepuasan konsumen terhadap loyalitas konsumen Toko Busana Muslim Ilham Komplek Menara Kudus, berdasarkan nilai signifikansi sig. lebih kecil dari 0.05, yaitu sebesar 0,025 sehingga indikator yang menggambarkan kepuasan konsumen terbukti berpengaruh terhadap loyalitas

konsumen Toko Busana Muslim Ilham Komplek Menara Kudus.

b. Pengujian terhadap Variabel Kualitas Pelayanan (X_2)

Dengan pengujian satu sisi yang menggunakan tingkat signifikan sebesar $\alpha = 0.5$ dan dengan derajat kebebasan $df (N-k-1) = 97-2-1 = 94$ diperoleh $t_{tabel} = 1,9855$. Hasil perhitungan pada regresi linier berganda diperoleh nilai t_{hitung} sebesar 2,776. Dengan demikian t_{hitung} lebih besar dari pada t_{tabel} ($2,776 > 1,9855$), seperti terlihat pada tabel diatas. Dengan demikian, t_{hitung} berada pada daerah H_0 ditolak dan H_a diterima, sehingga **H2 diterima** yang menyatakan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara kualitas pelayanan terhadap loyalitas konsumen Toko Busana Muslim Ilham Komplek Menara Kudus.

Terdapat pengaruh yang signifikan antara kualitas pelayanan terhadap loyalitas konsumen Toko Busana Muslim Ilham Komplek Menara Kudus, berdasarkan nilai signifikansi sig. lebih kecil dari 0.05, yaitu sebesar 0,009 sehingga indikator yang menggambarkan kualitas pelayanan terbukti berpengaruh terhadap loyalitas konsumen Toko Busana Muslim Ilham Komplek Menara Kudus.

3. Uji F

Langkah pertama yaitu merumuskan hipotesis diduga terdapat pengaruh kepuasan konsumen dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas konsumen Toko Busana Muslim Ilham Komplek Menara Kudus. Langkah kedua menentukan besarnya F tabel. Dimana dk pembilang = k, dk penyebut = $n-k-1$, dimana n adalah jumlah sampel dan k adalah jumlah variabel independen. Sehingga diperoleh nilai dk pembilang = 2 dk penyebut = $97-2-1 = 94$ dan nilai $\alpha = 0.05$, sehingga di dapat F tabel = 3,09 seperti pada tabel berikut:

Tabel 4.13

Hasil Uji Statistik F

Koefisien	Nilai
Nilai F hitung	5,016
Nilai F Tabel	3,09
Nilai Sig.	0,039

Sumber : Data primer diolah, 2018.

Langkah ketiga menentukan besarnya F hitung = 5,016 yang telah disajikan tabel ANOVA dalam persamaan regresi. Langkah keempat yaitu membuat keputusan pengujian dengan cara membandingkan antara F_{hitung} dengan F_{tabel} . Karena F_{hitung} lebih besar dari F_{tabel} ($5,016 > 3,09$), sehingga **H₃ diterima** yang menyatakan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara kepuasan konsumen dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas konsumen Toko Busana Muslim Ilham Komplek Menara Kudus dapat diterima dan terbukti benar.

4. Koefisien Determinasi

Untuk memperkirakan atau meramalkan nilai variabel dependen (Y), perlu dilakukan perhitungan variabel-variabel lain yang ikut mempengaruhi Y. Dengan demikian antara variabel baik dependen dan independen tentunya mempunyai hubungan atau korelasi. Dalam penelitian ini variabel dependen atau terikat (Y) adalah loyalitas konsumen Toko Busana Muslim Ilham Komplek Menara Kudus, selanjutnya variabel independen atau bebas adalah kehandalan, empati dan jaminan. Hasil analisis korelasi dan regresi berganda dengan menggunakan SPSS adalah sebagai berikut :

Tabel 4.14
Hasil Koefisien Determinasi

Koefisien	Nilai
R	0,803 ^a
<i>R square</i>	0,645

Sumber : data primer yang diolah, 2018.

Besarnya korelasi atau hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen dapat dilihat menggunakan nilai pada kolom R. Berdasarkan hasil penelitian dapat diketahui bahwa korelasi yang terjadi antara variabel bebas terhadap variabel terikat sebesar $r = 0,803^a$, hal ini mengindikasikan bahwa variabel bebas kepuasan konsumen dan kualitas pelayanan memiliki hubungan terhadap variabel terikat loyalitas konsumen (Y). Adapun hubungan yang terjadi adalah positif dan searah dengan tingkat hubungan yang tinggi.

Dari hasil analisis regresi linier berganda tersebut, diketahui bahwa koefisien determinasi yang dinotasikan dengan *R square* besarnya 0,645. Ini berarti variabel loyalitas konsumen dapat dijelaskan oleh kepuasan konsumen dan

kualitas pelayanan yang diturunkan dalam model sebesar 64,5%, atau dengan kata lain sumbangan efektif (kontribusi) variabel independen terhadap variasi (perubahan) loyalitas konsumen sebesar 64,5%. Variasi loyalitas konsumen bisa dijelaskan oleh variasi dari ketiga variabel independen, jadi sisanya sebesar ($100\% - 64,5\% = 35,5\%$) loyalitas konsumen dijelaskan oleh variabel-variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model penelitian ini misalnya kepercayaan dan harga.

G. Pembahasan

1. Pengaruh Kepuasan Konsumen terhadap Loyalitas Konsumen

Terdapat pengaruh kepuasan konsumen terhadap loyalitas konsumen Toko Busana Muslim Ilham Komplek Menara Kudus, berdasarkan nilai demikian t_{hitung} lebih besar dari pada t_{tabel} ($2,491 > 1,9855$), sehingga indikator yang menggambarkan kepuasan konsumen terbukti berpengaruh terhadap loyalitas konsumen Toko Busana Muslim Ilham Komplek Menara Kudus.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa 59,8% responden menyatakan setuju bahwa responden selalu setia untuk menggunakan dan membeli produk baju atau gamis di Toko Ilham Menara Kudus. Responden membeli hijab yang lebih banyak saat ada produk baru di Toko Ilham Menara Kudus. Responden akan memberikan komentar yang baik jika ada yang bertanya mengenai produk Toko Ilham Menara Kudus. Responden memberikan masukan kepada Toko Ilham Menara Kudus jika ada produk yang lebih bagus atau lebih murah. Karyawan Toko Ilham Menara Kudus sudah terbiasa dengan konsumen karena konsumen sering membeli produk di Toko Ilham.

Kepuasan konsumen atas pelayanan yang diberikan oleh perusahaan akan diketahui apabila melakukan suatu pengukuran dan pengujian terhadap konsumen. Pelayanan di nilai memuaskan apabila pelayanan tersebut dapat memenuhi kebutuhan dan harapan konsumen. Pengukuran kepuasan konsumen merupakan elemen penting dalam menyediakan pelayanan yang lebih baik, lebih efisien dan lebih efektif. Penggunaan dimensi kualitas pelayanan sebagai alat ukur yang di harapkan sebuah perusahaan untuk mengetahui tingkat kepuasan konsumennya. Dengan di ketahuinya hasil

pengukuran kepuasan konsumen perusahaan bisa mempersiapkan strategi yang nantinya akan diterapkan dalam rangka menciptakan loyalitas konsumen.²

Hasil penelitian ini sesuai dengan hasil penelitian Teguh Desan Henriawan (2015) yang berjudul *Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi Kasus pada Toko Cabang Mufin Wilayah Bandung Timur)* yang menunjukkan kepuasan konsumen berpengaruh terhadap loyalitas konsumen.

2. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Konsumen

Terdapat pengaruh yang signifikan antara kualitas pelayanan terhadap loyalitas konsumen Toko Busana Muslim Ilham Komplek Menara Kudus, berdasarkan nilai t_{hitung} lebih besar dari pada t_{tabel} ($2,776 > 1,9855$), sehingga indikator yang menggambarkan kualitas pelayanan terbukti berpengaruh terhadap loyalitas konsumen Toko Busana Muslim Ilham Komplek Menara Kudus.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa 55,7% responden menyatakan setuju bahwa Toko Ilham Menara Kudus memiliki suasana yang nyaman, sejuk dan bersih. Toko Ilham Menara Kudus memiliki produk yang dicari konsumen. Pelayan toko Ilham Menara Kudus menanggapi pertanyaan konsumen dengan baik. Konsumen toko Ilham Menara Kudus boleh menukarkan produk yang keliru dengan jangka waktu satu hari. Pemilik toko Ilham Menara Kudus memberikan perhatian yang lebih kepada konsumen.

Pada kenyataannya kepuasan pelanggan seringkali dikesampingkan atau kurang diperhatikan secara baik oleh setiap individu dalam organisasi. Dari perspektif pelanggan/konsumen seringkali muncul begitu banyak keluhan menyangkut mutu produk, harga yang terlampau tinggi, jaminan purna jual yang tidak memadai dan sebagainya. Pada saat sekarang dan masa yang akan datang sejalan dengan perkembangan yang terjadi, tingkat pendidikan masyarakat

² Ernani Hadiyati, *Analisis Kualitas Pelayanan dan Pengaruhnya terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi Kasus pada PT. Pos Indonesia (Persero) Kantor Pos Lawang)*, Jurnal Manajemen Vol 2 No.2 ISSN: 2085-0972, Universitas Gajayana Malang, 2010, hal. 82.

meningkat, jalan pikiran menjadi lebih modern diikuti dengan kesadaran akan pentingnya kualitas pelayanan. Terdapat lima determinan atas kualitas pelayanan yang ada, yaitu meliputi bukti langsung (*tangibles*), kehandalan (*reliability*), tanggapan (*responsiveness*), jaminan (*assurance*) dan perhatian (*emphaty*), variabel tersebut diatas sangat berpengaruh terhadap kepuasan konsumen atas kualitas pelayanan yang diberikan pihak perusahaan dan berdampak dalam usaha menciptakan loyalitas konsumen.³

Hasil penelitian ini sesuai dengan hasil penelitian Ernani Hadiyati (2010) yang berjudul *Analisis Kualitas Pelayanan dan Pengaruhnya terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi Kasus pada PT. Pos Indonesia (Persero) Kantor Pos Lawang)* yang menunjukkan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas konsumen.

3. Pengaruh Kepuasan Konsumen dan Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Konsumen

Terdapat pengaruh kepuasan konsumen dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas konsumen Toko Busana Muslim Komplek Menara Kudus, berdasarkan nilai F_{hitung} lebih besar dari F_{tabel} ($5,016 > 3,09$), sehingga indikator yang menggambarkan kepuasan konsumen dan kualitas pelayanan, secara bersama-sama terbukti berpengaruh terhadap loyalitas konsumen Toko Busana Muslim Ilham Komplek Menara Kudus.

Besarnya korelasi atau hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen dapat dilihat menggunakan nilai pada kolom R. Berdasarkan hasil penelitian dapat diketahui bahwa korelasi yang terjadi antara variabel bebas terhadap variabel terikat sebesar $r = 0,803^a$, hal ini mengindikasikan bahwa variabel bebas kepuasan konsumen dan kualitas pelayanan memiliki hubungan terhadap variabel terikat loyalitas konsumen (Y). Adapun hubungan yang terjadi adalah positif dan searah dengan tingkat hubungan yang tinggi.

Dari hasil analisis regresi linier berganda tersebut, diketahui bahwa koefisien determinasi yang dinotasikan dengan *R square* besarnya 0,645. Ini berarti variabel loyalitas konsumen dapat dijelaskan oleh kepuasan konsumen dan

³ *Ibid.*, hal. 82.

kualitas pelayanan yang diturunkan dalam model sebesar 64,5%, atau dengan kata lain sumbangan efektif (kontribusi) variabel independen terhadap variasi (perubahan) loyalitas konsumen sebesar 64,5%. Variasi loyalitas konsumen bisa dijelaskan oleh variasi dari ketiga variabel independen, jadi sisanya sebesar ($100\% - 64,5\% = 35,5\%$) loyalitas konsumen dijelaskan oleh variabel-variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model penelitian ini misalnya kepercayaan dan harga.

Loyalitas konsumen dapat dijadikan dasar atau patokan dalam mengambil kebijakan untuk menambahkan atau mengurangi nilai produk bagi konsumen. Dimana perusahaan akan memperoleh informasi dari konsumen yaitu mengenai kegiatan menafsirkan, memproses, dan menyimpan informasi mengenai produk dan merek. Oleh karena itu loyalitas pelanggan dapat mempengaruhi rasa percaya diri konsumen dalam mengambil keputusan pembelian. Loyalitas konsumen dapat menunjukkan seberapa besar dukungan seorang konsumen terhadap produk atau jasa yang ditawarkan oleh perusahaan. Pada sisi yang lain loyalitas konsumen dapat membuktikan tingkat kepercayaan konsumen terhadap produk atau jasa yang ditawarkan oleh perusahaan.⁴

Hasil penelitian ini sesuai dengan hasil penelitian Desan Henriawan (2015) yang berjudul *Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi Kasus pada Toko Cabang Mufin Wilayah Bandung Timur)* yang menunjukkan kepuasan konsumen dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas konsumen.

⁴ *Ibid.*, hal. 82.