

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Deskripsi Objek Penelitian

1. Gambaran Umum Yam Yam Resto Jepara

Yam Yam Resto Jepara adalah sebuah restoran di Jepara yang menyediakan makanan dan minuman spesial dengan cita rasa Indonesia, Thailand, dan Western. Selain menu makanan dan minuman yang spesial, Yam Yam Resto juga mempunyai view yang indah, karena restoran ini berada di tepi pantai Karang Kebagusan Jepara. Yam Yam Resto ini beralamat di jalan Pantai Karang Kebagusan KM 5, Karang Kebagusan, Kecamatan Tahunan, Kabupaten Jepara, gang Joglo Putu Inten.

2. Sejarah Berdirinya Yam Yam Resto Jepara

Pada tahun 2007, awal mula berdirinya Yam Yam Resto dulu bukanlah sebuah usaha Restoran, tapi usaha SPA salon kecantikan di Jepara yang bernama Yam Yam SPA. Karena mengalami kebangkrutan, seorang WNA asal Perancis yang mempunyai usaha meubel di Jepara, membeli SPA tersebut dan dijadikan sebuah restoran, tapi menu makanannya masih Western food semua, dan namanya pun resmi diubah menjadi Yam Yam Resto.

Pada awal tahun 2010, usaha meubel milik WNA Perancis itu mengalami kebangkrutan, Yam Yam Resto pun terkena dampaknya dan hampir mengalami kebangkrutan juga. Hingga akhirnya pada akhir tahun 2010, seorang pengusaha mebel asal Jepara bernama bu Poniati membeli Yam Yam Resto tersebut. Namanya pun akhirnya berubah menjadi Yam Yam Resto Jepara hingga sampai saat ini.⁶⁹

3. Visi dan Misi Yam Yam Resto Jepara

a. Visi

Visi Yam Yam Resto Jepara adalah menjadikan Yam Yam Resto sebagai tempat dan rasa untuk dikenang bagi para pelanggan, dengan memberikan pelayanan yang terbaik, produk yang berkualitas, tempat yang nyaman dan view yang indah, sehingga menjadikan Yam Yam Resto sebagai pilihan utama

b. Misi

Misi adalah pernyataan yang menetapkan tujuan dan sasara yang akan dicapai dengan kegiatan spesifik yang

⁶⁹ Poniati, wawancara oleh penulis, 7 Mei, 2020, wawancara 1, transkrip

harus dilakukan, sehingga membawa organisasi dalam hal ini lembaga aparat pemerintah desa pada fokus atau tujuan tertentu yang hendak dicapai.

Oleh karena itu untuk mewujudkan Visi Yam Yam Resto sebagaimana tersebut di atas, akan dijabarkan melalui Misi sebagai berikut :

- 1) Kami berkomitmen untuk membentuk tim yang solid yang dapat melayani secara profesional serta mempunyai etika bisnis yang baik
- 2) Menjaga standarisasi dalam menyediakan makanan dan minuman yang halal, segar, sehat, lezat, bervariasi dan higienis dengan harga yang bersaing
- 3) Menciptakan vies yang natural dan relax dengan fasilitas-fasilitas yang menunjang demi meningkatkan kenyamanan pelanggan
- 4) Kami berkeyakinan bahwa kepuasan pelanggan adalah kunci keberhasilan Restoran dalam memperoleh keuntungan, mempertahankan keberadaan dan mencapai pertumbuhan.

4. Struktur Organisasi

Owner	: Poniati
Manajer Restoran	: Teguh Waskito
Administrasi Keuangan	: Yuyun Wahyuni
Kepala Kitchen	: Oktarina Fitrianiingsih
Kepala Security	: Maskuri
Kepala Kasir	: Riri Kusriarum
Kepala Bar	: Sumaidi

B. Deskripsi Hasil Data Penelitian

1. Deskripsi Identitas Responden

a. Jenis Kelamin Responden

Adapun data mengenai jenis kelamin responden dapat dilihat dalam tabel berikut ini :

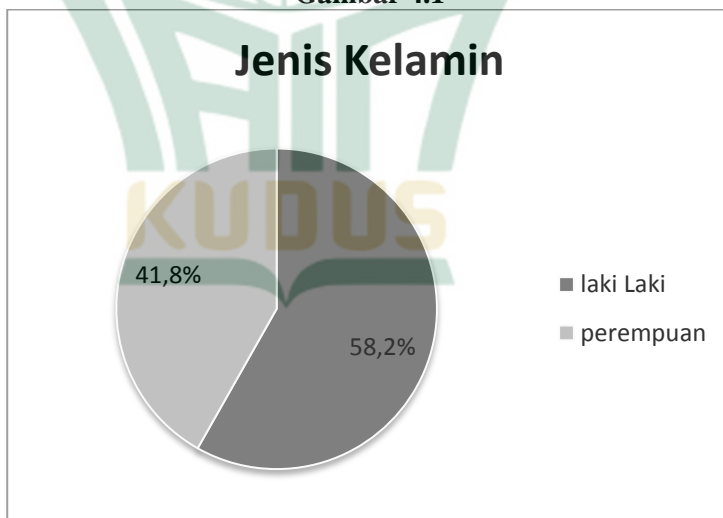
Tabel 4.1
Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin Responden

Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase
Laki-laki	39	58,2%
Perempuan	28	41,8%
Jumlah	67	100%

Sumber : Data primer yang diolah, 2020

Berdasarkan keterangan tabel di atas, dapat diketahui bahwa pelanggan yang dijadikan responden dalam penelitian sebanyak 67 orang yang terdiri dari laki-laki dan perempuan. Hasil penelitian berdasarkan jenis kelamin laki-laki sebanyak 39 orang (58,2%) dan berdasarkan jenis kelamin perempuan sebanyak 28 orang (41,8%). Untuk lebih jelasnya, berikut gambar porsi deskripsi responden dilihat dari jenis kelamin responden yang dapat peneliti peroleh :

Gambar 4.1



b. Umur Responden

Adapun data mengenai umur responden dapat dilihat dalam tabel berikut :

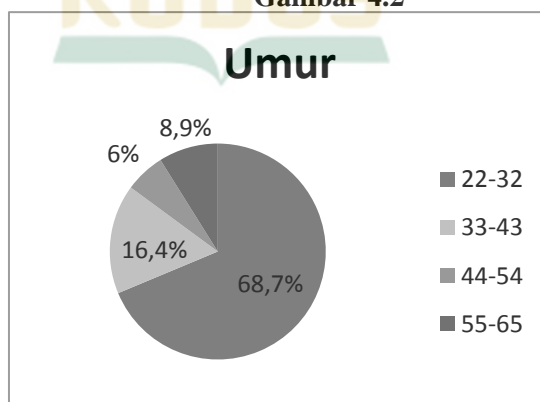
Tabel 4.2
Karakteristik Responden Berdasarkan Umur

Umur	Jumlah	Persentase
22-32 tahun	46	68,7%
33-43 tahun	11	16,4%
44-54 tahun	4	6%
55-65 tahun	6	8,9%
Jumlah	67	100%

Sumber : Data Primer yang diolah,2020

Berdasarkan keterangan tabel di atas, dapat diketahui bahwa pelanggan yang dijadikan responden dalam penelitian ini rata-rata berumur 22 tahun sampai 32 tahun sebanyak 46 orang (68,7%), pelanggan yang berumur 33 tahun sampai 43 tahun sebanyak 11 orang (16,4%), pelanggan yang berumur 44 tahun sampai 54 tahun sebanyak 4 orang (6%) dan pelanggan yang berumur 55 tahun sampai 65 tahun sebanyak 6 orang (8,9%). Untuk lebih jelasnya, berikut gambar porsi deskripsi responden dilihat dari umur responden yang dapat peneliti peroleh :

Gambar 4.2



c. **Tingkat Pendidikan Terakhir Responden**

Adapun data tingkat pendidikan terakhir responden dapat dilihat dalam tabel berikut :

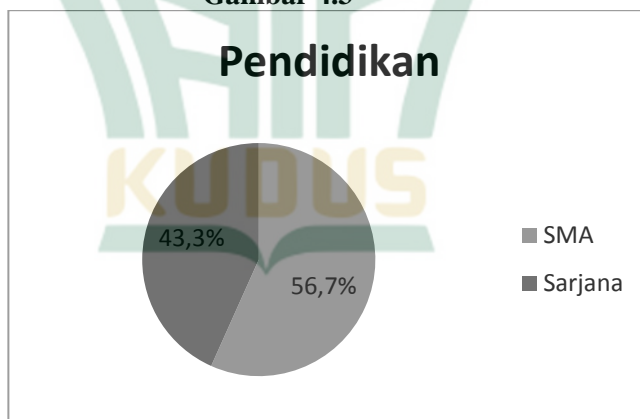
Tabel 4.3
Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan Terakhir

Pendidikan	Jumlah	Persentase
SMA	38	56,7%
Sarjana	29	43,3
Jumlah	67	100%

Sumber : Data primer yang diolah,2020

Berdasarkan tabel di atas, dapat diketahui bahwa pelanggan yang dijadikan responden dalam penelitian ini rata-rata pendidikan terakhir SMA sebanyak 38 orang (56,7%) dan rata-rata pendidikan terakhir Sarjana sebanyak 29 orang (43,3%). Untuk lebih jelasnya, berikut gambar porsi deskripsi responden dilihat dari pendidikan terakhir responden yang dapat peneliti peroleh :

Gambar 4.3



d. Pendapatan Responden

Adapun data pendapatan responden dapat dilihat dalam tabel berikut :

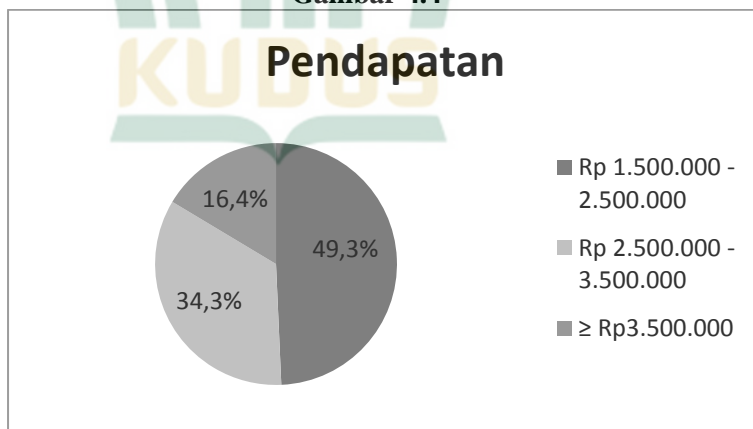
Tabel 4.4
Karakteristik Berdasarkan Pendapatan Responden

Pendapatan	Jumlah	Persentase
Rp 1.500.000 – Rp 2.500.000	33	49,3%
Rp 2.500.000 – Rp 3.500.000	23	34,3%
≥ Rp 3.500.000	11	16,4%
Jumlah	67	100%

Sumber : Data primer yang diolah,2020

Berdasarkan tabel di atas, dapat diketahui bahwa pelanggan yang dijadikan responden dalam penelitian ini rata-rata pendapatan pelanggan Rp 1.500.000 – Rp 2.500.000 sebanyak 33 orang (49,3%), rata-rata pendapatan pelanggan Rp 2.500.000 – Rp 3.500.000 sebanyak 23 orang (34,3%), dan rata-rata pendapatan pelanggan ≥ Rp 3.500.000 sebanyak 11 orang (16,4%). Untuk lebih jelasnya, berikut gambar porsi deskripsi responden dilihat dari pendidikan terakhir responden yang dapat peneliti peroleh :

Gambar 4.4



2. Deskripsi Angket

a. Variabel Kepercayaan (X1)

Adapun kepercayaan dapat dilihat tabel di bawah ini :

Tabel 4.5⁷⁰

Frekuensi Variabel Kepercayaan (X1)

Item Pernyataan	Tot al ST S	%	Tot al TS	%	Tot al N	%	Tot al S	%	Tot al SS	%
Kepercayaan 1	0	0 %	1	1,5 %	2	3%	41	61,2 %	23	34,3 %
Kepercayaan 2	0	0 %	2	3%	10	14,9 %	37	55,2 %	18	26,9 %
Kepercayaan 3	0	0 %	5	7,5 %	13	19,4 %	30	44,8 %	19	28,4 %
Kepercayaan 4	0	0 %	3	4,5 %	11	16,4 %	34	50,7 %	19	28,4 %
Kepercayaan 5	0	0 %	3	4,5 %	13	19,4 %	21	31,3 %	30	44,8 %
Kepercayaan 6	0	0 %	0	0%	12	17,9 %	25	37,3 %	30	44,8 %

Berdasarkan pada tabel di atas, data hasil angka untuk variabel pendapatan (X1) akan dijelaskan sebagai berikut:

- 1) Pada item pernyataan kepercayaan pertama, 1,5% responden menyatakan tidak setuju bahwa karyawan Yam Yam Resto telah beretika baik dalam melayani pelanggan, sedangkan 3% menyatakan netral, 61,2% menyatakan setuju dan 34,3% menyatakan sangat setuju.
- 2) Pada item pernyataan kepercayaan kedua, 3% responden menyatakan tidak setuju bahwa karyawan Yam Yam Resto mampu memberikan pelayanan sesuai dengan apa yang diinginkan pelanggan, sedangkan 14,9% menyatakan netral, 55,2% menyatakan setuju dan 26,9% menyatakan sangat setuju.

⁷⁰ Hasil olah SPSS berdasarkan frekuensi variabel kepercayaan (X1)

- 3) Pada item pernyataan kepercayaan ketiga, 7,5% responden menyatakan tidak setuju bahwa karyawan Yam Yam Resto mampu menjaga rahasia pelanggan dengan baik, sedangkan 19,4% menyatakan netral, 44,8% menyatakan setuju dan 28,4% menyatakan sangat setuju.
- 4) Pada item pernyataan kepercayaan keempat, 4,5% responden menyatakan setuju bahwa karyawan Yam Yam Resto mempedulikan kepentingan pelanggan, sedangkan 16,4% menyatakan netral, 50,7% menyatakan setuju, dan 28,4% menyatakan sangat setuju.
- 5) Pada item kepercayaan kelima, 4,5% responden menyatakan tidak setuju bahwa karyawan Yam Yam Resto mampu menghadapi keluhan pelanggan dengan baik, sedangkan 19,4% menyatakan netral, 31,3% menyatakan setuju, dan 44,8% menyatakan sangat setuju.
- 6) Pada item kepercayaan keenam, 17,9% menyatakan netral bahwa pelayanan yang diberikan karyawan Yam Yam Resto telah sesuai dengan harapan pelanggan, sedangkan 37,3% menyatakan setuju, dan 44,8 % menyatakan sangat setuju.

b. Variabel Kualitas Pelayanan (X2)

Adapun kualitas pelayanan dapat dilihat tabel di bawah ini :

Tabel 4.6⁷¹
Frekuensi Variabel Kualitas Pelayanan (X2)

Item Pernyataan	STS	%	TS	%	N	%	S	%	SS	%
Kualitas Pelayanan 1	0	0%	6	9%	9	13,4%	33	49,3%	19	28,4%
Kualitas Pelayanan 2	0	0%	4	6%	15	22,4%	31	46,3%	17	25,4%
Kualitas Pelayanan 3	0	0%	4	6%	13	19,4%	34	50,7%	16	23,9%
Kualitas Pelayanan 4	0	0%	3	4,5%	9	13,4%	31	46,3%	24	35,8%

⁷¹ Hasil olah SPSS berdasarkan frekuensi variabel kualitas pelayanan (X2)

Kualitas Pelayanan 5	0	0%	1	1,5%	10	14,9%	24	35,8%	32	47,8%
Kualitas Pelayanan 6	0	0%	4	6%	8	11,9%	35	52,2%	20	29,9%
Kualitas Pelayanan 7	0	0%	4	6%	8	11,9%	36	53,7%	19	28,4%

Berdasarkan pada tabel di atas, data hasil angka untuk variabel kebutuhan modal (X2) akan dijelaskan sebagai berikut:

- 1) Pada item pernyataan kualitas pelayanan pertama, 9% responden menyatakan tidak setuju bahwa Yam Yam Resto mampu menyelesaikan keluhan yang dihadapi pelanggan, sedangkan 13,4% menyatakan netral, 49,3% menyatakan setuju dan 28,4% menyatakan sangat setuju.
- 2) Pada item pernyataan kualitas pelayanan kedua, 6% responden menyatakan tidak setuju bahwa Yam Yam Resto mampu menanggapi keluhan pelanggan dengan cepat, sedangkan 22,4% menyatakan netral, 46,3% menyatakan setuju, dan 25,4% menyatakan sangat setuju.
- 3) Pada item pernyataan kualitas pelayanan ketiga, 6% reponden menyatakan tidak setuju bahwa Yam Yam Resto mampu memberikan jaminan atas ketidaknyamanan pelanggan, sedangkan 19,4% menyatakan netral, 50,7% menyatakan setuju dan 23,9% menyatakan sangat setuju.
- 4) Pada item pernyataan kualitas pelayanan keempat, 4,5% responden menyatakan tidak setuju bahwa Yam Yam Resto mampu merespon dengan baik apa yang menjadi permintaan ataupun keluhan pelanggan, sedangkan 13,4% menyatakan netral, 46,3% menyatakan setuju, dan 35,8% menyatakan sangat setuju.
- 5) Pada item pernyataan kualitas pelayanan kelima, 1,5% responden menyatakan tidak setuju bahwa karyawan Yam Yam Resto mampu memberikan perhatian yang baik secara personal/ individu, sedangkan 14,9% menyatakan netral, 35,8% menyatakan setuju, dan 47,8% menyatakan sangat setuju.
- 6) Pada item pernyataan kualitas pelayanan keenam, 6% responden menyatakan tidak setuju bahwa tempat Yam Yam Resto bersih dan rapi, sedangkan 11,9%

menyatakan netral, 52,2% menyatakan setuju, dan 29,9% menyatakan sangat setuju.

- 7) Pada item pernyataan kualitas pelayanan kelima, 6% responden menyatakan tidak setuju bahwa karyawan Yam Yam Resto berpenampilan rapi dan sopan, sedangkan 11,9% menyatakan netral, 53,7% menyatakan setuju, dan 28,4% menyatakan sangat setuju.

c. Variabel Loyalitas Pelanggan (Y)

Adapun loyalitas pelanggan dapat dilihat tabel di bawah ini :

Tabel 4.7⁷²

Frekuensi Variabel Loyalitas Pelanggan (Y)

Item Pernyataan	STS	%	TS	%	N	%	S	%	SS	%
Loyalitas Pelanggan 1	0	0%	4	6%	1	1,5%	32	47,8%	30	44,8%
Loyalitas Pelanggan 2	0	0%	6	9%	5	7,5%	42	62,7%	14	20,9%
Loyalitas Pelanggan 3	0	0%	6	9%	10	14,9%	43	64,2%	8	11,9%
Loyalitas Pelanggan 4	0	0%	6	9%	8	11,9%	41	61,2%	12	17,9%
Loyalitas Pelanggan 5	0	0%	1	1,5%	10	14,9%	24	35,8%	32	47,8%

Berdasarkan pada tabel di atas, data hasil angka untuk variabel loyalitas pelanggan (Y) akan dijelaskan sebagai berikut:

- 1) Pada item pernyataan loyalitas pelanggan pertama, 6% responden menyatakan tidak setuju bahwa pelanggan akan datang lagi ke Yam Yam Resto di masa yang akan datang, sedangkan 1,5% menyatakan netral, 47,8% menyatakan setuju dan 44,8% menyatakan sangat setuju.
- 2) Pada item pernyataan loyalitas pelanggan kedua, 9% responden menyatakan tidak setuju bahwa saya akan menjadi pelanggan setia Yam Yam Resto, sedangkan 7,5% menyatakan netral, 62,7% menyatakan setuju dan 20,9% menyatakan sangat setuju.

⁷² Hasil olah SPSS berdasarkan frekuensi variabel loyalitas pelanggan (Y)

- 3) Pada item pernyataan loyalitas pelanggan ketiga, 9% responden menyatakan tidak setuju bahwa saya menganggap Yam Yam Resto adalah pilihan utama restoran di Jepara, sedangkan 14,9% menyatakan netral, 64,2% menyatakan menyatakan setuju dan 11,9% menyatakan sangat setuju.
- 4) Pada item pernyataan loyalitas pelanggan keempat, 9% responden menyatakan tidak setuju bahwa saya merekomendasikan Yam Yam Resto kepada orang lain, sedangkan 11,9% menyatakan netral, 61,2% menyatakan setuju dan 17,9% menyatakan sangat setuju.
- 5) Pada item pernyataan loyalitas pelanggan kelima, 1,5% responden menyatakan tidak setuju bahwa pelanggan yang sudah loyal akan selalu datang membeli makanan di Yam Yam Resto, sedangkan 14,9% menyatakan netral, 35,8% menyatakan setuju dan 47,8% menyatakan sangat setuju.

C. Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen

1. Uji Validitas Instrumen

Validitas adalah ketepatan atau kecermatan suatu instrumen dalam mengukur apa yang ingin diukur. Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau tidaknya suatu kuesioner. Kuesioner dikatakan valid, jika pertanyaan pada kuesioner mampu mengungkapkan sesuatu yang akan diukur. Untuk keperluan ini maka diperlukan bantuan komputer yaitu dengan menggunakan SPSS.

a. Uji Validitas Instrumen Variabel Kepercayaan (X1)

Nilai validitas masing-masing butir pernyataan dapat dilihat pada nilai korelasi skor item dengan skor total masing-masing butir adalah sebagai berikut:

Tabel 4.8

Hasil Uji Validitas Instrumen Kepercayaan (X1)

No Item	r Korelasi	N=67, Tabel Product Moment	r	Keterangan Validitas
1	0,486	0,240		Valid
2	0,575	0,240		Valid
3	0,585	0,240		Valid

4	0,549	0,240	Valid
5	0,563	0,240	Valid
6	0,489	0,240	Valid

Sumber : Data primer yang diolah, 2020

Dari hasil analisis didapat nilai korelasi antara skor item dengan skor total. Nilai ini kemudian kita bandingkan dengan nilai r tabel, r tabel dicari pada signifikansi 0,05 dengan uji 2 sisi dan jumlah data (n) = 67 maka didapat r tabel sebesar 0,240. Berdasarkan hasil analisis didapat nilai korelasi masing-masing item lebih besar dari r tabel dan nilai positif. Dengan demikian maka semua item variabel dapat dilakukan pengujian ke tahap selanjutnya.

b. Uji Validitas Instrumen Variabel Kualitas Pelayanan (X2)

Nilai validitas masing-masing butir pernyataan dapat dilihat pada nilai korelasi skor item dengan skor total masing-masing butir adalah sebagai berikut:

Tabel 4.9

Hasil Uji Validitas Instrumen Kualitas Pelayanan (X2)

No Item	r Korelasi	N=67, Tabel r <i>Product Moment</i>	Keterangan Validitas
1	0,563	0,240	Valid
2	0,580	0,240	Valid
3	0,653	0,240	Valid
4	0,528	0,240	Valid
5	0,536	0,240	Valid
6	0,475	0,240	Valid
7	0,587	0,240	Valid

Sumber : Data primer yang diolah, 2020

Dari hasil analisis didapat nilai korelasi antara skor item dengan skor total. Nilai ini kemudian kita bandingkan dengan nilai r tabel, r tabel dicari pada signifikansi 0,05 dengan uji 2 sisi dan jumlah data (n) = 67 maka didapat r tabel sebesar 0,240. Berdasarkan hasil analisis didapat nilai korelasi masing-masing item lebih besar dari r tabel dan nilai positif. Dengan demikian maka semua item variabel dapat dilakukan pengujian ke tahap selanjutnya.

c. Uji Validitas Instrumen Variabel Loyalitas Pelanggan (Y)

Nilai validitas masing-masing butir pernyataan dapat dilihat pada nilai korelasi skor item dengan skor total masing-masing butir adalah sebagai berikut:

Tabel 4.10

Hasil Uji Validitas Instrumen Loyalitas Pelanggan (Y)

No Item	r Korelasi	N=30, Tabel r <i>Product Moment</i>	Keterangan Validitas
1	0,563	0,240	Valid
2	0,541	0,240	Valid
3	0,695	0,240	Valid
4	0,611	0,240	Valid
5	0,507	0,240	Valid

Sumber : Data primer yang diolah, 2020

Dari hasil analisis didapat nilai korelasi antara skor item dengan skor total. Nilai ini kemudian kita bandingkan dengan nilai r table, r table dicari pada signifikansi 0,05 dengan uji 2 sisi dan jumlah data (n) = 67 maka didapat r table sebesar 0,240. Berdasarkan hasil analisis didapat nilai korelasi masing-masing item lebih besar dari r table dan nilai positif. Dengan demikian maka semua item variabel dapat dilakukan pengujian ke tahap selanjutnya.

2. Uji Reliabilitas Instrumen

Uji reliabilitas adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal, jika jawaban

seseorang terhadap kenyataan konsisten atau stabil dari waktu-kewaktu.

Untuk melakukan uji reliabilitas dapat digunakan SPSS dengan menggunakan uji statistik Cronbach Alpha. Adapun kriteria bahwa instrumen itu dikatakan reliabel, maka nilai yang didapat dalam proses pengujian dengan uji statistik Cronbach Alpha $> 0,60$. dan sebaliknya jika Cronbach Alpha diketemukan angka koefisien lebih kecil ($< 0,60$), maka dikatakan tidak reliabel. Berikut hasil pengujian reliabilitas:

Tabel 4.11
Hasil Uji Reliabilitas Instrumen

Variabel	<i>Alpha Cronbach</i>
Kepercayaan (X1)	0,615
Kualitas Pelayanan (X2)	0,636
Loyalitas Pelanggan (Y)	0,602

Sumber : Data primer yang diolah, 2020

Berdasarkan tabel bahwa semua pernyataan untuk masing-masing variabel dapat dinyatakan reliabel karena nilai *Alpha Cronboach* $> 0,60$ maka dapat disimpulkan bahwa butir-butir pernyataan merupakan pernyataan yang reliabel.

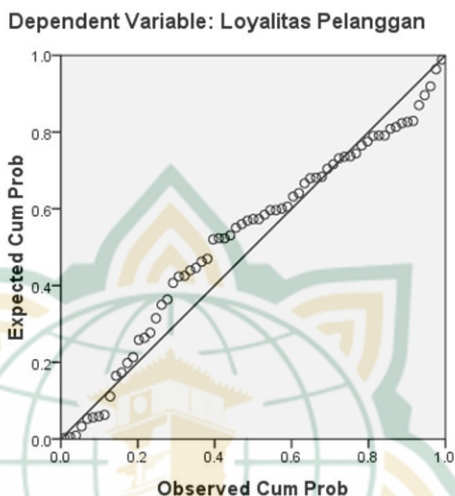
D. Hasil Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas

Uji normalitas untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel terikat dan variabel bebas keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah memiliki distribusi data normal atau mendekati normal. Uji normalitas data ini menggunakan metode normal probability plot, yaitu dengan cara melihat normal probability plot.

Gambar 4.5

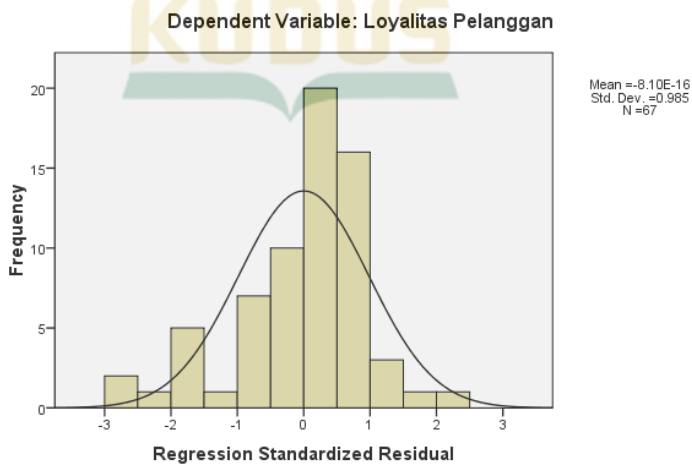
Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual



Sumber : Data primer yang diolah, 2020

Berdasarkan *normal probability plot* pada gambar tersebut menunjukkan bahwa data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal.

Gambar 4.6
Histogram



Sumber : Data primer yang diolah, 2020

Selain itu juga dapat dilihat grafik histogram gambar menunjukkan hasil uji normalitas yang menunjukkan pola distribusi normal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas.

2. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Model regresi yang baik tentu tidak terjadi korelasi di antara variabel bebas. Cara yang dipakai untuk mendeteksi gejala multikolinieritas adalah dengan melihat VIF, jika VIF kurang dari angka 10, maka tidak terjadi multikolinieritas. Berdasarkan uji multikolinieritas dengan SPSS didapatkan output sebagai berikut :

Tabel 4.12
Hasil Uji Multikolinieritas

Variabel	Tolerance	VIF	Keterangan
Kepercayaan (X1)	0,934	1,070	Tidak terjadi multikolinieritas
Kualitas Pelayanan (X2)	0,934	1,070	Tidak terjadi multikolinieritas

Sumber : Data primer yang diolah, 2020

Berdasarkan tabel di atas, dapat diketahui bahwa nilai *tolerance* untuk semua variabel adalah lebih dari 0,1 dan nilai VIF untuk semua variabel mempunyai nilai kurang dari 10, sehingga terbebas dari gejala multikolinieritas.

3. Uji Autokorelasi

Untuk melihat gejala autokorelasi dalam penelitian ini digunakan Uji *Durbin-Watson* yang mana hasilnya diperoleh sebagai berikut :

Tabel 4.15
Hasil Uji Autokorelasi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.586 ^a	.344	.323	2.015	1.806

a. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan, Kepercayaan

b. Dependent Variable: Loyalitas Pelanggan

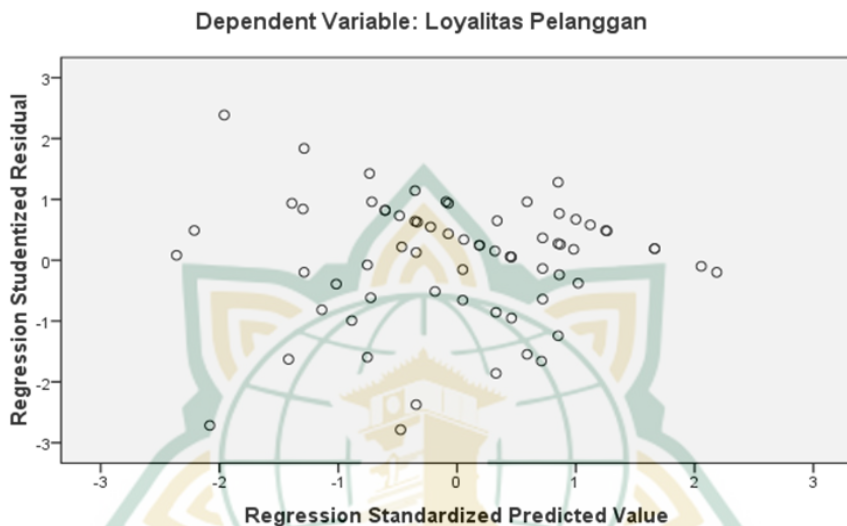
Sumber : Data primer yang diolah, 2020

Dari tabel diatas menunjukkan nilai Durbin-Watson (d-hitung) sebesar 1,806 Kemudian nilai tersebut dibandingkan dengan tabel Durbin-Watson dengan tingkat signifikansi $\alpha = 5\%$. Jumlah sampel (n) = 67, dan jumlah variabel independen 2 ($k = 2$), maka dari tabel Durbin-Watson didapat nilai batas bawah (dl) sebesar 1,543 dan nilai batas atas (du) sebesar 1,666. Karena hasil pengujiannya adalah $du < d < 4-du$ ($1,666 < 1,806 < 4-1,666$) atau ($1,666 < 1,806 < 2,334$), maka dapat disimpulkan bahwa data penelitian menunjukkan tidak ada autokorelasi positif maupun negatif untuk signifikan $\alpha = 5\%$ sehingga model regresi layak digunakan.

4. Uji Heteroskedastisitas

Heteroskedastisitas adalah keadaan di mana terjadi ketidaksamaan varian dari residual untuk semua pengamatan pada model regresi. Uji heteroskedastisitas digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya ketidaksamaan varian dari residual pada model regresi.

Gambar 4.7
Scatterplot



Sumber : Data primer yang diolah, 2020

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 digunakan.

E. Hasil Analisis Data

1. Analisis Deskriptif

Fungsi analisis deskriptif adalah untuk memberikan gambaran umum tentang data yang telah diperoleh. Gambaran umum ini bisa menjadi acuan untuk melihat karakteristik data yang kita peroleh. Statistik deskriptif lebih berhubungan dengan pengumpulan dan peringkasan data, serta penyajian hasil peringkasan tersebut. Berikut ini merupakan analisis statistik deskriptif dari variabel penelitian yang meliputi kepercayaan, kualitas pelayanan, dan loyalitas pelanggan.

Tabel 4.14
Hasil Analisis Deskriptif

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Kepercayaan	67	18	30	24.75	2.543
Kualitas Pelayanan	67	19	33	28.34	3.236
Loyalitas Pelanggan	67	12	24	20.24	2.450
Valid N (listwise)	67				

Sumber : Data primer yang diolah, 2020

Berdasarkan tabel tersebut diperoleh keterangan sebagai berikut :

- a. N atau jumlah data yang valid (sah untuk diproses) adalah 67 data. Berarti semua data tentang kepercayaan, kualitas pelayanan dan loyalitas pelanggan diproses.
- b. *Mean* / Nilai Rata-rata, adalah jumlah keseluruhan angka pada data dibagi dengan jumlah data yang ada. Mean atau rata-rata kepercayaan adalah 24,75, mean atau rata-rata kualitas pelayanan adalah 28,34, dan mean atau rata-rata loyalitas pelanggan adalah 20,24.
- c. *Std. Deviation* / Standar penyimpangan deviasi, adalah suatu ukuran penyimpangan. Jika nilainya kecil, maka data yang digunakan mengelompok di sekitar nilai rata-rata. *Std Deviation* variabel kepercayaan 2,543, *std Deviation* variabel kualitas pelayanan 3,236, dan *std Deviation* variabel loyalitas pelanggan 2,450.
- d. *Minimum*, Data minimum atau nilai data paling kecil untuk variabel kepercayaan 18, nilai data paling kecil untuk variabel kualitas pelayanan 19, dan nilai data paling kecil untuk variabel loyalitas pelanggan 12.
- e. *Maximum*, Data maksimum atau nilai data paling besar untuk variabel kepercayaan 30, nilai data paling besar untuk variabel kualitas pelayanan 33, dan nilai data paling besar untuk variabel loyalitas pelanggan 24.

2. Analisis Regresi Berganda

Model analisis regresi linier berganda ini digunakan untuk mengetahui pengaruh kepercayaan (X1) dan kualitas pelayanan (X2) terhadap loyalitas pelanggan di Yam Yam Resto Jepara. Dari estimasi diperoleh sebagai berikut :

Tabel 4.15
Hasil Analisis Regresi Berganda

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	.637	3.772		.169	.866		
Kepercayaan	.577	.101	.599	5.717	.000	.934	1.070
Kualitas Pelayanan	.188	.079	.248	2.368	.021	.934	1.070

a. Dependent Variable: Loyalitas Pelanggan

Sumber : Data Primer yang diolah, 2020

Dari tabel di atas diperoleh persamaan regresi pengaruh kepercayaan(X1) dan kualitas pelayanan (X2) terhadap loyalitas pelanggan (Y) adalah sebagai berikut :

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

$$Y = 0,637 + 0,577X_1 + 0,188X_2 + e$$

Berdasarkan nilai koefisien regresi dari variabel-variabel yang mempengaruhi loyalitas pelanggan dengan menggunakan tingkat signifikansi $\alpha = 0,05$ dapat diinterpretasikan sebagai berikut :

- a. Nilai konstanta dari hasil penelitian menunjukkan nilai yang positif, yaitu sebesar 0,637, dapat diartikan bahwa jika terdapat pengaruh dari variabel bebas seperti kepercayaan dan kualitas pelayanan maka variabel terikat loyalitas pelanggan mengalami perubahan.

- b. Apabila terjadi kenaikan pada kepercayaan, maka akan meningkat loyalitas pelanggan sebesar 0,577. Apabila terjadi penurunan variabel kepercayaan maka akan menurunkan loyalitas pelanggan sebesar 0,577 pula.
 - c. Apabila terjadi kenaikan pada kualitas pelayanan, maka akan meningkat loyalitas pelanggan sebesar 0,188. Apabila terjadi penurunan variabel kualitas pelayanan maka akan menurunkan loyalitas pelanggan sebesar 0,188 pula.
 - d. Persamaan $Y = 0,637 + 0,577X_1 + 0,188X_2 + e$, dapat disimpulkan bahwa faktor terbesar yang mempengaruhi loyalitas pelanggan pada Yam Yam Resto Jepara adalah kepercayaan pelanggan. Hal ini dapat dibuktikan dengan bila koefisien regresinya yang paling besar jika dibandingkan dengan koefisien regresi pada variabel independen lainnya.
3. **Koefisien Determinasi**

Uji koefisien determinasi R^2 digunakan untuk mengetahui prosentase sumbangan pengaruh variabel dependen secara serentak terhadap variabel dependen. Koefisien ini menunjukkan seberapa besar prosentase variasi variabel dependen. 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 pelanggan, selanjutnya variabel independen atau bebas adalah kepercayaan (X_1) dan kualitas pelayanan (X_2). Hasil analisis korelasi dan regresi berganda dengan menggunakan SPSS adalah sebagai berikut :

Tabel 4.16
Hasil Koefisien Determinasi
Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.586 ^a	.344	.323	2.015	1.806

a. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan, Kepercayaan

b. Dependent Variable: Loyalitas Pelanggan

Sumber : Data Primer yang diolah, 2020

Berdasarkan hasil penelitian pada tabel tersebut dapat diketahui bahwa korelasi yang terjadi antara variabel bebas terhadap variabel terikat diketahui nilai $r = 0,586^a$, hal ini mengindikasikan bahwa variabel bebas kepercayaan (X1) dan kualitas pelayanan (X2) memiliki hubungan terhadap loyalitas pelanggan (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 Adjusted R Square besarnya 0,323, hal ini berarti 32,3% variasi loyalitas pelanggan dapat dijelaskan oleh variasi kedua variabel independen, kepercayaan dan kualitas pelayanan, dan sisanya ($100\% - 32,3\% = 67,7\%$) dijelaskan oleh sebab-sebab yang lain. *Standart Error of Estimate* (SEE) sebesar 2,015 semakin kecil SEE akan membuat model regresi semakin tepat memprediksi variabel dependen.

4. Hasil Uji Signifikansi Parameter Parsial (Uji t)

Uji ini digunakan untuk mengetahui apakah dalam model regresi variabel independen (X1,X2) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen (Y). Dari tabel berikut hasil persamaan regresi pada variabel-variabel penelitian akan diperlihatkan satu persatu dengan memperlihatkan t_{hitung} dari olah data SPSS.

Tabel 4.17
Hasil Uji Parsial (Uji t)

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	.637	3.772		.169	.866		
Kepercayaan	.577	.101	.599	5.717	.000	.934	1.070
Kualitas Pelayanan	.188	.079	.248	2.368	.021	.934	1.070

a. Dependent Variable:
Loyalitas Pelanggan

Sumber : Data primer yang diolah, 2020

- a. Pengujian terhadap Variabel Kepercayaan (X1)
Hasil pengujian ini yang menggunakan tingkat signifikansi sebesar $\alpha = 5\%$ dan dengan derajat kebebasan $df (n-k-1) = 67-2-1 = 64$ diperoleh $t_{tabel} = 1,997$. Hasil perhitungan pada regresi linier berganda diperoleh nilai t_{hitung} sebesar 5,717. Dengan demikian nilai t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} ($5,717 > 1,997$) maka H_0 ditolak artinya terdapat pengaruh kepercayaan terhadap loyalitas pelanggan di Yam Yam Resto Jepara, sehingga H_1 diterima. Didukung dengan nilai signifikansi yang lebih kecil dari 0,05 yaitu menunjukkan nilai sebesar 0,000.
- b. Pengujian terhadap Variabel Kualitas Pelayanan (X2)
Hasil pengujian ini yang menggunakan tingkat signifikansi sebesar $\alpha = 5\%$ dan dengan derajat kebebasan $df (n-k-1) = 67-2-1 = 64$ diperoleh $t_{tabel} = 1,997$. Hasil perhitungan pada regresi linier berganda diperoleh nilai t_{hitung} sebesar 2,368. Dengan demikian nilai t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} ($2,368 > 1,997$) maka H_0 ditolak artinya terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan di Yam Yam Resto Jepara, sehingga H_2 diterima. Didukung dengan

nilai signifikansi yang lebih kecil dari 0,05 yaitu menunjukkan nilai sebesar 0,021.

5. Hasil Uji Signifikasi Parameter Simultan (Uji f)

Uji ini digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen (X_1 , X_2) secara bersama-sama berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen (Y). Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima, sebaliknya jika $F_{hitung} < F_{tabel}$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak. Tabel distribusi F dicari pada derajat kebebasan df 1 (jumlah variabel-1) atau $3-1 = 2$, dan df 2 ($n-k-1$) atau $67-2-1 = 64$ (n adalah jumlah sampel dan k adalah jumlah variabel independen). Sehingga nilai F_{tabel} diperoleh sebesar 3,14. Secara lebih rinci hasil Fhitung dijelaskan dalam tabel berikut ini:

Tabel 4.18
Hasil Uji Simultan (Uji F)

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	136.273	2	68.136	16.778	.000 ^a
	Residual	259.906	64	4.061		
	Total	396.179	66			

a. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan, Kepercayaan

b. Dependent Variable: Loyalitas Pelanggan

Sumber : Data primer yang diolah, 2020

Dari hasil uji F diperoleh F_{hitung} sebesar 16,778 dengan tingkat signifikansi $0,004 < 0,05$. Karena F_{hitung} lebih besar dari F_{tabel} ($16,778 > 3,14$) maka H_0 ditolak, artinya kepercayaan dan kualitas pelayanan secara simultan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan di Yam Yam Resto Jepara.

F. Pembahasan Hasil Penelitian

1. Pengaruh Kepercayaan terhadap Loyalitas Pelanggan di Yam Yam Resto Jepara.

Terdapat pengaruh kepercayaan terhadap loyalitas pelanggan di Yam Yam Resto Jepara. Berdasarkan hasil perhitungan koefisien regresi sebesar 0,577 dan nilai t_{hitung}

sebesar 5,717 dan tingkat signifikansi sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05. Nilai koefisien beta adalah positif, yang berarti bahwa berbagai item yang terdapat dalam kepercayaan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan di Yam Yam Resto Jepara.

Berdasarkan hasil penelitian tersebut, dapat disimpulkan bahwa kepercayaan pelanggan memberikan pengaruh yang besar terhadap loyalitas pelanggan di Yam Yam Resto Jepara. Jika karyawan Yam Yam Resto bersikap baik kepada pelanggan, maka otomatis pelanggan akan memberikan kepercayaan penuh kepada Yam Yam Resto. Oleh karena itu, Yam Yam Resto harus mempertahankan kepercayaan dari pelanggan, supaya pelanggan tetap menjadi semakin loyal dan pelanggan baru bisa menjadi pelanggan tetap. Hal tersebut sesuai dengan pendapat Sunarto (2009:153) yang menyatakan kepercayaan konsumen adalah semua pengetahuan yang dimiliki oleh konsumen dan semua kesimpulan yang dibuat konsumen tentang objek, atribut, dan manfaatnya.

Hasil penelitian ini mendukung penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Junai Al Fian yang berjudul Pengaruh Kepuasan dan Kepercayaan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan AUTO 2000 Sungkono Surabaya, yang menunjukkan bahwa kepercayaan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan.

2. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan di Yam Yam Resto Jepara

Terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan di Yam Yam Resto Jepara. Berdasarkan hasil perhitungan koefisien regresi sebesar 0,188 dan dengan nilai t_{hitung} sebesar 2,368 dan tingkat signifikansi sebesar 0,021 lebih kecil dari 0,05. Nilai koefisien beta adalah positif, yang berarti bahwa berbagai item yang terdapat dalam kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan di Yam Yam Resto Jepara.

Berdasarkan hasil penelitian tersebut, dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan memberikan pengaruh yang besar terhadap loyalitas pelanggan di Yam Yam Resto Jepara. Jika karyawan Yam Yam Resto mampu melayani pelanggan dengan baik, maka minat pelanggan untuk kembali lagi ke Yam Yam Resto akan semakin besar hingga terjadilah loyalitas pelanggan. Maka dari itu, peneliti memberikan sebuah saran kepada Yam Yam Resto, jangan sampai menurunkan kualitas pelayanan kepada para pelanggan, karena hal tersebut akan berpengaruh pada loyalitas pelanggan. Hal tersebut sesuai dengan pendapat

Goeth dan Davis dalam Tjiptono (2005:51) yang menyatakan kualitas merupakan sebuah kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses, dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan.

Hasil penelitian ini mendukung penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Septiadi Santoso yang berjudul Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan Laboratorium Klinik Populer Surabaya, yang menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan.

3. Pengaruh Seraca Simultan Kepercayaan dan Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan di Yam Yam Resto Jepara

Dari hasil uji F diperoleh F_{hitung} sebesar 16,778 dengan tingkat signifikansi 0,004 lebih kecil dari 0,05. Karena $F_{hitung} >$ dari F_{tabel} ($16,778 > 3,14$) maka H_0 ditolak, artinya kepercayaan dan kualitas pelayanan secara simultan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan di Yam Yam Resto Jepara.

Dalam penelitian ini hasil analisis regresi linier berganda, dapat diketahui bahwa koefisien determinasi yang dinotasikan dengan Adjusted R Square besarnya 0,323, ini berarti variabel loyalitas pelanggan di Yam Yam Resto dapat dijelaskan oleh variabel kepercayaan (X_1) dan kualitas pelayanan (X_2) yang diturunkan dalam model sebesar 10% atau dengan kata lain sumbangan efektif (kontribusi) variabel independen terhadap loyalitas pelanggan (Y) 32,3%. Jadi sisanya sebesar 67,7% loyalitas pelanggan di Yam Yam Resto Jepara dijelaskan oleh variabel-variabel lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian ini. Dengan demikian dapat disimpulkan ada pengaruh yang signifikan antara kepercayaan dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan di Yam Yam Resto Jepara.

Kondisi diatas mengakibatkan jika kepercayaan pelanggan naik maka akan diikuti oleh loyalitas pelanggan. Demikian pula dengan kualitas pelayanan yang baik juga mengakibatkan meningkatnya loyalitas pelanggan. Sehingga dapat dikatakan bahwa faktor kepercayaan dan kualitas pelayanan merupakan faktor yang penting dalam upaya meningkatkan loyalitas pelanggan di Yam Yam Resto Jepara. Hal tersebut sesuai dengan teori loyalitas pelanggan Morais (2005), menyatakan bahwa loyalitas pelanggan adalah komitmen pelanggan terhadap suatu merk toko, atau pemasok, berdasarkan sikap yang positif dan tercermin dalam pembelian ulang yang konsisten.

Hasil penelitian ini mendukung penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Widiyanto Bangun Prasetyo yang berjudul Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepercayaan dan Kepuasan berpengaruh positif secara simultan terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi pada Swalayan Luwes Purwodadi).

