

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP  
LOYALITAS PELANGGAN TOKO BINTANG  
MAKASSAR CABANG ALAUDDIN**

**SKRIPSI**



**SUNARDI  
NIM : 105721100817**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR  
MAKASSAR  
2024**

**HALAMAN JUDUL**

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP  
LOYALITAS PELANGGAN TOKO BINTANG  
MAKASSAR CABANG ALAUDDIN**

**SKRIPSI**

**Disusun dan Diajukan Oleh:**

**SUNARDI**

**NIM:105721100817**

*Untuk Memenuhi Persyaratan Guna Memperoleh  
Gelar Sarjana Manajemen pada Program Studi  
Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Universitas Muhammadiyah Makassar*

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR  
MAKASSAR  
2024**

## **MOTTO DAN PERSEMBAHAN**

### **MOTTO**

**“Kesempatan Tidak Akan Datang Untuk Yang Kedua  
Kalinya, Tetapi Kesempatan Akan Datang Kepada Mereka  
yang Tidak pernah Berhenti Mencoba”**

### **PERSEMBAHAN**

**Dengan Penuh Kerendahan Hati dan Rasa Syukur Kepada  
Allah SWT yang tiada henti.**

**Skripsi ini ku persembahkan untuk kedua orang tua saya  
tercinta serta saudara saya dan teman teman yang berada  
di sekitar saya yang selalu memberi dukungan dan afirmasi  
positif, serta motivasi untuk tidak mudah menyerah dalam  
menyelesaikan studi ini hingga tahap akhir.**



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR**

*Jl. Sultan Alauddin No. 295 gedung iqra Lt. 7 Tel. (0411) 866972 Makassar*

**HALAMAN PERSETUJUAN**

Judul Penelitian : Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Toko Bintang Makassar Cabang Alauddin  
Nama Mahasiswa : Sunardi  
No. Stambuk/ NIM : 105721100817  
Program Studi : Manajemen  
Fakultas : Ekonomi Dan Bisnis  
Perguruan Tinggi : Universitas Muhammadiyah Makassar

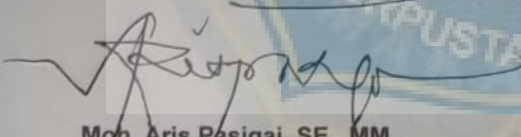
Menyatakan bahwa skripsi ini telah diteliti, diperiksa dan diujikan di depan panitia penguji skripsi strata satu (S1) pada tanggal 20 April 2024 di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar.

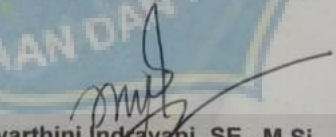
Makassar, 24 April 2024

Menyetujui,

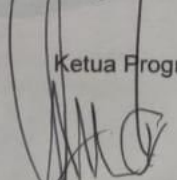
Pembimbing I


Pembimbing II

  
**Mch. Aris Pasigai, SE., MM**  
NIDN : 0008056301

  
**Syarthini Indrayani, SE., M.Si**  
NIDN : 0907037104

  
Dekan

  
Ketua Program Studi

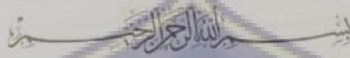
  
**Dr. H. Andi Jam'an, SE., M. Si**  
NBM : 651 507

**Wasrullah, SE., MM**  
NBM : 1151 132



**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR**

Jl. Sultan Alauddin No. 295 gedung iqra Lt. 7 Tel. (0411) 866972 Makassar



**HALAMAN PENGESAHAN**

Skripsi atas Nama : Sunardi, Nim : 105721100817 diterima dan disahkan oleh Panitia Ujian Skripsi berdasarkan Surat Keputusan Rektor Universitas Muhammadiyah Makassar Nomor: 0005/SK-Y/61201/091004/2024, Tanggal 15 Syawal 1445H/24 April 2024 M. Sebagai salah satu syarat guna memperoleh gelar **Sarjana Manajemen** pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar.

Makassar, 15 Syawal 1445H  
24 April 2024M

**PANITIA UJIAN**

1. Pengawas Umum : Prof. Dr. Ambo Asse, M.Ag  
(Rektor Unismuh Makassar) 
2. Ketua : Dr. H. Andi Jam'an, SE., M. Si  
(Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis) 
3. Sekretaris : Agusdiwana Suarni, SE., M. Acc  
(Wakil Dekan I Fakultas Ekonomi dan Bisnis) 
4. Penguji : 1. Dr. Muhammad Rusydi, M.Si   
2. Dr. Samsul Rizal, S.E., M.M   
3. Dr. Sitti Nurbaya, S.Pd., MM   
4. Drs. Muhiddin Daweng, M.M 

Disahkan oleh  
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Universitas Muhammadiyah Makassar

**Dr. H. Andi Jam'an, SE., M. Si**  
NBM : 651 507



FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR

Jl. Sultan Alauddin No. 295 gedung iqra Lt. 7 Tel. (0411) 866972 Makassar



**SURAT PERNYATAAN KEABSAHAN**

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Sunardi

Stambuk : 105721100817

Program Studi : Manajemen

Judul Skripsi : PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP  
LOYALITAS PELANGGAN TOKO BINTANG MAKASSAR  
CABANG ALAUDDIN

Dengan ini menyatakan bahwa :

*Skripsi yang saya ajukan di depan Tim Penguji adalah ASLI hasil karya sendiri, bukan hasil jiplakan dan tidak dibuat oleh siapa pun.*

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya dan saya bersedia menerima sanksi apabila pernyataan ini tidak benar.

Makassar, 15 Syawal 1445H

24 April 2024M

Yang Membuat Pernyataan,



NIM : 105721100817

Diketahui Oleh

Ketua Program Studi,



Dr. H. Andi Jam'an, SE., M. Si  
NBM : 1286 845

Nasrullah, SE., MM  
NBM : 1151 132



**HALAMAN PERNYATAAN  
PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR**

---

Sebagai sivitas akademik Universitas Muhammadiyah Makassar, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : SUNARDI  
Nim : 105721100817  
Program Studi : Manajemen  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis  
Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Muhammadiyah Makassar **Hak Bebas Royalti Noneksklusif (Non-exclusive Royalty Free Right)** atas karya ilmiah saya yang berjudul:

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN TOKO BINTANG MAKASSAR CABANG ALAUDDIN**

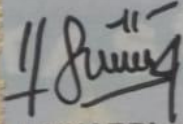
Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Universitas Muhammadiyah Makassar berhak menyimpan, mengalihmedia/format-kan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya

Makassar, 15 Syawal 1445H  
24 April 2024M

Yang Membuat Pernyataan,



  
**SUNARDI**  
NIM : 105721100817

## KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Puji dan syukur Alhamdulillah penulis panjatkan atas kehadiran Allah SWT karena segala rahmat dan hidayah yang tiada henti diberikan kepada hambanya. Shalawat dan salam tak lupa penulis kirimkan kepada Rasulullah Muhammad SAW beserta para keluarga, sahabat dan para pengikutnya. Merupakan nikmat yang tiada ternilai manakala penulisan skripsi yang berjudul **“Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Toko Bintang Makassar Cabang Alauddin”** Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar.

Skripsi yang penulis buat ini bertujuan untuk memenuhi syarat dalam menyelesaikan program Sarjana (S1) pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar.

Teristimewa dan terutama penulis sampaikan ucapan terimakasih kepada kedua orang tua penulis bapak Patta Naja dan ibu Andi Ratang yang senantiasa memberi harapan, semangat, perhatian, kasih sayang serta doa tulus, dan saudaraku tercinta yang senantiasa mendukung dalam memberikan semangat hingga akhir studi ini dan seluruh keluarga besar atas segala pengorbanan, serta dukungan baik materi maupun moral, dan doa restu yang telah diberikan demi keberhasilan penulis dalam menuntut ilmu. Serta teman saya Syamsuryo Arjuna yang telah membantu saya dalam menyelesaikan tugas akhir saya, serta Rahmiyanti yang selalu memberikan dorongan dan motivasi yang tiada henti. Semoga apa yang telah mereka berikan kepada penulis menjadi ibadah dan cahaya penerang kehidupan di dunia dan di akhirat.



Penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini tidak akan terwujud tanpa adanya bantuan dan dorongan dari berbagai pihak. Begitu pula penghargaan yang setinggi tingginya dan terimakasih banyak disampaikan dengan hormat kepada:

1. Bapak Prof. Dr. H. Ambo Asse, M.Ag, Rektor Universitas Muhammadiyah Makassar.
2. Bapak Dr. H. Andi Jam an, SE, M.Si, Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Makassar.
3. Bapak Nasrullah, SE., MM, selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Muhammadiyah Makassar.
4. Bapak Moh. Aris Pasigai, SE., MM, Selaku Pembimbing I yang senantiasa meluangkan waktunya membimbing dan mengarahkan penulis sehingga skripsi bisa selesai dengan baik.
5. Ibu Syarthini Indrayani, SE., M.Si, Selaku pembimbing II yang telah berkenan membantu selama dalam penyusunan skripsi hingga ujian skripsi.
6. Bapak/Ibu dan Asisten Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar yang tak kenal lelah banyak menuangkan ilmunya kepada penulis selama mengikuti kuliah.
7. Bapak Abdul Muttalib, SE., MM,S Penasehat Akademik yang senantiasa membimbing penulis selama masa perkuliahan.
8. Segenap Staf dan Karyawan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar.
9. Kepala Toko, TOKO BINTANG MAKASSAR CABANG ALAUDDIN yang telah bersedia menerima penulis untuk mengadakan penelitian dalam rangka penyelesaian studi.

10. Terimakasih teruntuk semua kerabat yang tidak bisa saya tulis satu persatu yang telah memberikan semangat, kesabaran, motivasi, dan dukungannya sehingga penulis dapat merampungkan penulisan skripsi ini.

Akhirnya, sungguh penulis sangat menyadari bahwa skripsi ini masih sangat jauh dari kesempurnaan. Oleh karena itu, kepada semua pihak utamanya para pembaca yang Budiman, penulis senantiasa mengharapkan saran dan kritiknya demi kesempurnaan Skripsi ini. Mudah-mudahan Skripsi yang sederhana ini dapat bermanfaat bagi semua pihak utamanya kepada Almamater tercinta Kampus Biru Universitas Muhammadiyah Makassar.

*Billahi fii Sabilil Haq, Fastabiqul Khairat, Wassalamu alaikum Wr.Wb*

Makassar, 24 April 2024

**Sunardi**



## ABSTRAK

**SUNARDI, Tahun 2024. *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Toko Bintang Makassar Cabang Alauddin*. Skripsi. Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar. Dibimbing oleh: Pembimbing I Bapak Moh. Aris Pasigai dan Pembimbing II Ibu Syarthini Indrayani.**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana gambaran dan pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan toko Bintang Makassar Cabang Alauddin. Untuk mencapai tujuan tersebut maka peneliti menggunakan indikator-indikator untuk mengukur variabel tersebut. Pada variabel kualitas pelayanan indikator yang digunakan yakni keandalan, daya tanggap, jaminan, empati, dan bukti fisik. Adapun pada variabel loyalitas pelanggan, indikator yang digunakan yakni pembelian ulang, membeli antar lini produk atau jasa, mereferensikan produk kepada orang lain, dan menunjukkan kekebalan terhadap daya tarik pesaing. Pada penelitian ini metode yang digunakan adalah metode kuantitatif, dengan teknik pengumpulan data yakni observasi, kuesioner dan dokumentasi yang diuji validitas dan reliabilitas. Sampel yang digunakan yaitu teknik purposive sampling dengan teknik analisis data menggunakan bantuan program SPSS yang terdiri dari uji asumsi klasik, uji regresi linear dan koefisien determinan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa indikator yang digunakan untuk setiap variabel menunjukkan bahwa gambaran kualitas pelayanan dan loyalitas pelanggan toko Bintang Makassar Cabang Alauddin berada pada kategori sangat baik. Selain itu, berdasarkan hasil uji regresi linear sederhana dan koefisien determinan diperoleh bahwa kualitas pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas pelanggan toko Bintang Cabang Alauddin.

**Kata Kunci:** Kualitas Pelayanan, Loyalitas Pelanggan

## ABSTRACT

**SUNARDI, 2024. *The Influence Of Service Quality On Customer Loyalty at Bintang Makassar Store Alauddin Brach.*Thesis. Manajemen Study Program, Faculty Of Economics and Business,Muhammadiyah University of Makssar. Supervised by: Supervisor I Mr. Moh. Aris Pasigai and Supervisor II Mrs. Syarthini Indrayani**

*This study aims to determine how the description and influence of service quality on customer loyalty at Bintang Makassar store Alauddin Branch. To achieve this goal, the researchers used indicators to measure these variables. In the service quality variable, the indicators used are reliability, responsiveness, assurance, empathy, and physical evidence. As for the customer loyalty variable, the indicators used are repeat purchases, buying between product or service lines, referencing products to others, and showing immunity to competitors' attractiveness. In this study, the method used is quantitative method, with data collection techniques namely observation, questionnaires and documentation that are tested for validity and reliability. The sample used is purposive sampling technique with data analysis technique using SPSS program which consists of classical assumption test, linear regression test and determinant coefficient.*

*The results showed that the indicators used for each variable showed that the description of service quality and customer loyalty at the Bintang Makassar store, Alauddin Branch was in the very good category. In addition, based on the results of simple linear regression and determinant coefficients, it is found that service quality has a significant effect on customer loyalty at the Bintang Branch Alauddin store.*

**Keywords:** Service Quality, Customer Loyalty

## DAFTAR ISI

<b>SKRIPSI</b> .....	i
<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	ii
<b>HALAMAN PERSEMBAHAN</b> .....	iii
<b>HALAMAN PERSETUJUAN</b> .....	Error! Bookmark not defined.
<b>HALAMAN PENGESAHAN</b> .....	Error! Bookmark not defined.
<b>SURAT PERNYATAAN</b> .....	Error! Bookmark not defined.
<b>HALAMAN PERNYATAAN</b> .....	Error! Bookmark not defined.
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	viii
<b>ABSTRAK</b> .....	xi
<b>ABSTRACT</b> .....	xii
<b>DAFTAR ISI</b> .....	xiii
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	xv
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	xvi
<b>BAB I. PENDAHULUAN</b> .....	1
A. Latar Belakang .....	1
B. Rumusan Masalah .....	4
C. Tujuan Penelitian.....	5
D. Manfaat Penelitian.....	5
<b>BAB II. TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	6
A. Kajian Pustaka .....	6
B. Penelitian Terdahulu .....	17
C. Kerangka Pikir.....	20
D. Hipotesis .....	22
<b>BAB III. METODE PENELITIAN</b> .....	23

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian .....	23
B. Waktu dan Lokasi Penelitian .....	23
C. Jenis dan Sumber Data .....	24
D. Populasi dan Sampel .....	25
E. Teknik dan Prosedur Pengumpulan Data .....	27
F. Defenisi Fungsional Variabel dan Pengukuran .....	28
G. Teknik Analisis Data .....	30
H. Uji Hipotesis .....	33
<b>BAB IV. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>36</b>
A. Gambaran Umum Tempat Penelitian .....	36
B. Hasil Penelitian .....	47
C. Pembahasan .....	77
<b>BAB V. PENUTUP .....</b>	<b>87</b>
A. Kesimpulan .....	87
B. Saran .....	88
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>90</b>
<b>LAMPIRAN</b>	

## DAFTAR TABEL

Nomor	Halaman
2.1 Penelitian Terdahulu.....	18
3.1 Penilaian Skala Likert.....	29
3.2 Interpretasi Persentase .....	32
4.1 Frekuensi Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	47
4.2 Frekuensi Keandalan (reability) .....	48
4.3 Frekuensi Daya Tanggap (Responsiveness) .....	50
4.4 Frekuensi Jaminan (Assurance) .....	53
4.5 Frekuensi Empati (Empathy).....	55
4.6 Frekuensi Bukti Fisik (Tangible).....	57
4.7 Frekuensi Indikator Pencapaian Kualitas Pelayanan .....	59
4.8 Frekuensi Melakukan Pembelian Berulang Secara Teratur.....	61
4.9 Frekuensi Membeli Antarlini Produk Atau Jasa.....	64
4.10 Frekuensi Merekomendasikan Kepada Orang Lain.....	66
4.11 Frekuensi Menunjukkan Kekebalan Terhadap Daya Tarik Pesaing.....	68
4.12 Frekuensi Indikator Pencapaian Loyalitas Pelanggan .....	70
4.13 Hasil Uji Validitas Item Variabel X.....	72
4.14 Hasil Uji Validitas Item Variabel Y.....	72
4.15 Uji Reliabilitas Variabel Kualitas Pelayanan (X) .....	73
4.16 Uji Reliabilitas Variabel Loyalitas Pelanggan (Y).....	73
4.17 Analisis Regresi Linier Sederhana.....	74
4.18 Uji T .....	75
4.19 Analisis Koefisien Determinasi.....	76

## DAFTAR GAMBAR

Nomor	Halaman
2.1 Kerangka pikir .....	21
4.1 Struktur organisasi .....	39
4.2 Grafik persensatase variabel kualitas pelayanan.....	60
4.3 Grafik Persentase variabel loyalitas pelanggan .....	71





# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang**

Perkembangan bisnis di Indonesia saat ini semakin meningkat dan terus berkembang seiring dengan perkembangan zaman. Tidak heran jika saat ini banyak bisnis yang tersebar luas, baik offline maupun online. Tingkat persaingan yang semakin tinggi, menyebabkan pelanggan menghadapi lebih banyak alternatif produk atau jasa yang sangat bervariasi. Walaupun persaingan bisnis merupakan hal yang biasa dan termasuk salah satu resiko dalam dunia bisnis, para pelaku bisnis harus tetap menghadapi tantangan tersebut untuk tetap bertahan ditengah ketatnya persaingan, khususnya pada era perdagangan bebas seperti sekarang ini dalam mempertahankan pelanggannya.

Oleh karena itu, para pelaku bisnis sebisa mungkin dapat merancang strategi agar tetap dapat mempertahankan dan bersaing dalam dunia bisnis yang semakin meluas setiap harinya. Tentunya ini juga tidak terlepas kualitas pelayanan yang ditawarkan kepada pelanggan.

Kualitas pelayanan merupakan hal yang harus diperhatikan oleh para pelaku usaha dikarenakan kualitas pelayanan merupakan upaya terkait pemenuhan harapan dan kebutuhan konsumen. Kualitas pelayanan secara sederhana bisa diartikan sebagai ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan mampu sesuai dengan ekspektasi pelanggan (Kodu, 2013). Oleh karena itu, kualitas pelayanan yang berkualitas dan memuaskan bagi pelanggan dapat menjadi salah satu faktor yang dapat membentuk adanya loyalitas pelanggan.

Loyalitas pelanggan memiliki peran penting untuk mengurangi dampak terjadinya persaingan dengan para kompetitor. Dengan terbentuknya loyalitas pelanggan, maka perusahaan dapat terus bertahan dalam kondisi perekonomian yang tidak menentu seperti sekarang ini. Loyalitas pelanggan termasuk perilaku (retensi pelanggan) dimana pelanggan melakukan pembelian ulang suatu barang merek tertentu saat ini, daripada melirik merek pesaing sebagai gantinya atau mempergunakan jasa mereka saat ini daripada memilih jasa yang lainnya (Fartihudin dan Firmansyah, 2019).

Pentingnya masalah kualitas pelayanan yang menjadi objek penelitian ini adalah toko Bintang Cabang Alauddin yang merupakan salah satu cabang dari PT Bintang Internasional. Perusahaan ini mempunyai konsep supermarket dan toko retail serta *sparepartgadget*. Toko Bintang Cabang Alauddin beralamat di Jl. Sultan Alauddin No.234, Gn. Sari, Kec.Rappocini, Kota Makassar, Sulawesi Selatan.

Pemilihan toko Bintang Makassar Cabang Alauddin sebagai tempat penelitian didasarkan atas beberapa pertimbangan tertentu. Salah satu yang menjadi pertimbangan dari peneliti adalah karena toko Bintang Makassar Cabang Alauddin merupakan toko aksesoris *gadget* yang sudah populer dan menjadi pilihan para pengguna *gadget* dalam membeli aksesoris *gadget* baru. Selain itu penelitian dilakukan pada toko Bintang Makassar Cabang Alauddin adalah karena peneliti ingin tahu seberapa jauh kualitas pelayanan yang diberikan oleh toko Bintang Makassar Cabang Alauddin kepada pelanggannya. Adapun alasan lain yaitu unsur keterjangkauan lokasi penelitian oleh peneliti, baik dilihat dari segi tenaga, dana maupun dari segi efisiensi waktu. Berdasarkan

beberapa hal tersebutlah, sehingga menjadi alasan peneliti memilih toko Bintang Makassar Cabang Alauddin sebagai tempat penelitian.

Fenomena kualitas pelayanan yang terjadi pada toko Bintang Makassar Cabang Alauddin berdasarkan observasi awal yang dilakukan oleh peneliti pada peneliti, bahwa terdapat masalah pelayanan pada bagian kasir dan bagian pemasangan anti gores. Masalah pelayanan ini terjadi karena banyaknya pelanggan tidak sebanding dengan karyawan yang bertugas. Pada bagian kasir dan bagian pemasangan anti gores, karyawan yang ditugaskan pada bagian tersebut masing-masing hanya dua (2) orang sehingga mengakibatkan terjadinya antrian yang lumayan panjang. Hal tersebut membuat pelanggan menunggu antrian yang tentunya dapat berdampak pada pemberian respon yang lambat kepada pelanggan.

Permasalahan kualitas pelayanan tersebut dibuktikan dengan adanya keluhan dari salah satu pelanggan dengan inisial akun MU pada Agustus 2023, yang memberikan ulasan mengenai pengalamannya berbelanja di toko Bintang Makassar Cabang Alauddin. Ulasan tersebut dibagikan disalah satu *platform* digital (*google maps*), dimana pelanggan tersebut mengeluhkan mengenai pelayanan karyawan yang kurang memuaskan, karenakaryawan tersebut kurang merespon saat melakukan pelayanan terhadap pelanggan tersebut. Hal ini dirasa cukup mengecewakan terhadap pelanggan karena pelanggan tersebut merasa kurang nyaman apabila pelayanan dari salah satu karyawan kurang merespon ketika saat sedang ditanya oleh pelanggan .

Dari keluhan pelanggan tersebut, hal ini semakin mempertegas tentang pentingnya memberikan kualitas pelayanan yang maksimal dari suatu perusahaan kepada pelanggan untuk menjaga loyalitas pelanggan itu sendiri.

Hal ini sejalan dengan pendapat Yulianti, Lamsah, dan Periyadi (2019) menjelaskan bahwa terdapat hubungan yang sangat erat antara kualitas pelayanan, kepuasan pelanggan, dan loyalitas pelanggan. Semakin tinggi tingkat kualitas pelayanan menyebabkan semakin tingginya kepuasan pelanggan dan juga mendukung harga yang lebih tinggi serta biaya yang lebih rendah yang secara tidak langsung juga akan mampu mempengaruhi loyalitas dari seorang pelanggan.

Berdasarkan hal di atas, maka sebuah perusahaan haruslah mampu untuk memberikan kualitas pelayanan yang maksimal, dimana pelayanan tersebut dapat dijadikan sebagai sebuah keunggulan dalam mempertahankan suatu bisnis, sehingga dapat bertahan ditengah persaingan yang ketat. Sebuah perusahaan yang mempunyai keunggulan bersaing dapat terlihat pada kondisi banyaknya pelanggan yang memiliki loyalitas tinggi.

Oleh karenanya peneliti bermaksud untuk melakukan penelitian untuk permasalahan tersebut dengan mengangkat judul penelitian yaitu "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Toko Bintang Makassar Cabang Alauddin".

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah dikemukakan sebelumnya, maka masalah penelitian dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Bagaimana gambaran kualitas pelayanan toko Bintang Makassar Cabang Alauddin?
2. Apakah terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan pada toko Bintang Makassar Cabang Alauddin?

### **C. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan yang hendak dicapai dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui gambaran kualitas pelayanan toko Bintang Makassar Cabang Alauddin.
2. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggantoko Bintang Makassar Cabang Alauddin.

### **D. Manfaat Penelitian**

Manfaat yang dapat diperoleh dari penelitian ini terdiri dari manfaat teoritis dan manfaat praktis, yaitu:

#### **1. Manfaat Teoritis**

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menjadi sumber informasi mengenai kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan pada toko Bintang Makassar Cabang Alauddin, apakah terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan pada toko Bintang Makassar Cabang Alauddin atau tidak. Selain itu juga menjadi nilai tambah untuk memperkaya indikator pengukuran tentang pelayanan dan loyalitas.

#### **2. Manfaat Praktis**

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan dan evaluasi bagi toko Bintang Makassar Cabang Alauddin, untuk meningkatkan kualitas pelayanan demi meraih loyalitas pelanggan. Selain itu penelitian ini dapat memberikan inspirasi bagi penelitian-penelitian selanjutnya.

## **BAB II**

### **TINJAUAN PUSTAKA**

#### **A. Kajian Pustaka**

##### **1. Manajemen Pemasaran**

###### **a. Pengertian Manajemen Pemasaran**

Manajemen pemasaran adalah analisis, perencanaan, implementasi serta pengendalian atas program-program yang dirancang untuk menciptakan, membangun dan menjaga pertukaran. Tentunya yang menguntungkan dengan sasaran pembeli guna mencapai tujuan suatu organisasi atau sebuah perusahaan.

Manajemen pemasaran berasal dari dua kata, yakni manajemen dan pemasaran, salah satu jenis manajemen ini merupakan usaha dalam merencanakan dan menerapkan yang terdiri dari kegiatan mengorganisasikan, mengarahkan hingga mengawasi atau mengendalikan kegiatan pemasaran dalam suatu perusahaan agar tercapai tujuan perusahaan secara efisien dan efektif.

###### **b. Konsep Pemasaran**

Konsep untuk pemasaran merupakan aktivitas perencanaan pemasaran agar tujuan perusahaan yang berupa kepuasan para konsumen akan beberapa unsur terpenuhi. Unsur-unsur tersebut antara lain meliputi produk, harga placement dan promosi. Berikut ini penjelasan lebih lanjut mengenai konsep-konsep pada pemasaran:

### **(1) Konsep Produksi**

Konsep produksi menjadi konsep pertama yang akan dipakai oleh perusahaan apabila konsumen menginginkan produk dengan harga yang lebih murah dan untuk mendapatkannya mudah. Dampaknya, barang yang diproduksi menjadi lebih mudah untuk dipasarkan dan perusahaan yang menerapkan konsep ini akan memproduksi barang dalam jumlah besar.

### **(2) Konsep Produk**

Jika konsumen cenderung melihat barang karena kualitasnya, di mana harga dan ketersediaan produk tidak terlalu berpengaruh terhadap keputusan membeli. Perusahaan akan menerapkan konsep ini jika banyak konsumen yang mencari produk tersebut. Tanpa mepedulikan harga barang itu nantinya dibanderol dengan harga yang lebih mahal.

### **(3) Konsep Penjualan**

Konsep penjualan berfokus pada pemasaran produk, konsep ini berkeyakinan bahwa produk apapun termasuk dilihat dari harga, kualitas dan permintaan pasar tetap bisa dipasarkan apabila perusahaan melakukan proses penjualan secara agresif.

### **(4) Konsep Pemasaran**

Perusahaan yang menerapkan konsep ini akan menjadikan pelanggan atau konsumen sebagai pusat perhatian mereka. Perusahaan fokus terhadap keperluan konsumen, serta memaksimalkan upaya dalam memahami apa yang diinginkan pasar.

## **2. Kualitas Pelayanan**

### **a. Pengertian Kualitas Pelayanan**

Menurut Indrasari (2019), "kualitas pelayanan pada dasarnya berpusat pada upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketetapan

penyampaiannya untuk mengimbangi harapan pelanggan”. Kualitas pelayanan atau *customer service* dapat dibedakan ke dalam dua kriteria yaitu jenis kualitas pelayanan yang baik dan kualitas pelayanan yang buruk. Suatu kualitas dikatakan baik jika penyedia jasa memberikan layanan yang setara dengan yang diharapkan oleh pelanggan. (Indrasari, 2019).

Fikri, Wiyani, dan Suwandar (2016) menjelaskan bahwa “Kualitas pelayanan juga diartikan sebagai sesuatu yang berhubungan atau kebutuhan pelanggan, dimana pelayanan berkualitas apabila dapat menyediakan produk dan jasa sesuai dengan kebutuhan dan harapan pelanggan”. Pendapat yang lain, Minrohayati, Harsasi, dan Pujiastuti (2014) menjelaskan, “Definisi kualitas pelayanan (*service quality*) berpusat pada upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketetapan penyampaiannya untuk mengimbangi harapan pelanggan”. Lebih lanjut, Tiong (2018), menyatakan bahwa Kualitas pelayanan sebagai kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses, dan lingkungan yang dibarengi dengan ketepatan untuk memenuhi atau melebihi harapan para pelanggan.

Kotler (2011) menjelaskan tentang beberapa karakteristik layanan yang perlu diperhatikan seperti :

- 1) Akses, yaitu pelayanan yang diberikan harus dengan mudah didapatkan oleh calon pelanggan ataupun para pelanggan secara cepat dan tepat, baik itu dari segi waktu dan tempat.
- 2) Komunikasi, merupakan kunci keberhasilan dalam pelayanan agar tercipta hubungan yang baik dengan pelanggan. Oleh karena itu, komunikasi dalam



pelayanan harus akurat dan dilakukan dengan efektif serta efisien, sehingga dapat dengan jelas dimengerti oleh pelanggan.

- 3) Kompetensi, merupakan kemampuan dari karyawan untuk menggunakan keahlian dan keterampilan serta pengetahuan yang dimiliki, sebagai upaya pemberian pelayanan yang maksimal kepada pelanggan.
- 4) Kesopanan, merupakan sikap dari karyawan untuk tetap bersikap ramah dan cepat tanggap serta tenang dalam memberikan pelayanan, sehingga para pelanggan dapat merasa puas dengan layanan yang diberikan.
- 5) Kredibilitas, merupakan suatu kinerja dari perusahaan dan karyawan untuk mendapatkan kepercayaan dari para pelanggan sehingga mereka tidak ragu dalam memakai layanan yang diberikan.
- 6) Keandalan, merupakan suatu bentuk pemberian layanan yang dilakukan dengan konsisten serta cepat dan tepat kepada para pelanggan.
- 7) Responsif, merupakan pemberian bantuan kepada pelanggan dengan memberikan respon yang cepat dan kreatif dalam memahami permintaan atau permasalahan dari pelanggan.
- 8) Keamanan, merupakan hal yang harus selalu diperhatikan oleh pemberi layanan, agar pelanggan yang diberikan pelayanan dapat terhindar dari resiko dan bahaya, sehingga pelanggan tidak merasa khawatir dalam mendapatkan pelayanan yang diberikan.
- 9) Nyata, merupakan keadaan dimana perusahaan menampilkan atau memberikan sesuatu yang dapat dilihat atau dirasakan langsung oleh pelanggan, seperti penampilan para pegawai dan fasilitas-fasilitas fisik lainnya yang menunjang pelaksanaan pelayanan.

- 10) Memahami konsumen, merupakan upaya dari karyawan untuk memberikan perhatian kepada pelanggan, dengan memahami kebutuhan dari pelanggan tersebut.

Berdasarkan teori tentang kualitas pelayanan tersebut, maka dapat diartikan bahwa kualitas pelayanan merupakan segala bentuk aktivitas yang dilakukan oleh perusahaan untuk memenuhi harapan pelanggan. Layanan dalam hal ini diartikan sebagai jasa atau melayani yang disampaikan oleh pemilik jasa yang berupa kemudahan, kecepatan, hubungan, kemampuan, dan keramahtamahan yang ditunjukkan melalui sikap dan sifat dalam memberikan pelayanan untuk kepuasan pelanggan.

#### a. **Unsur-Unsur Kualitas Pelayanan**

Barata (2004), mengemukakan enam (6) unsur pokok pelayanan, antara lain:

- 1) Kemampuan (*Ability*) merupakan suatu kesanggupan dalam memberikan pelayanan kepada pelanggan dengan menggunakan pengetahuan dan keterampilan yang dimiliki. Adapun hal lain yang harus dimiliki adalah kesanggupan dalam berkomunikasi dan memposisikan diri dalam berbagai situasi serta mampu mengendalikan emosi.
- 2) Sikap (*Attitude*) merupakan salah satu syarat wajib dalam memberikan pelayanan kepada pelanggan, seperti sikap ramah dan berperilaku sopan sehingga membuat para pelanggan merasa nyaman dengan pelayanan yang diberikan.
- 3) Penampilan (*Appearance*) merupakan suatu hal yang harus dijaga sehingga para pelanggan cenderung nyaman dan menganggap bahwa mereka akan mendapatkan pelayanan yang terbaik.

- 4) Perhatian (*Attention*) merupakan unsur penting dalam memberikan pelayanan, karena pemberi layanan dapat mendengarkan dan memahami kebutuhan para pelanggan, sehingga keinginan mereka dapat dipenuhi.
- 5) Tindakan (*Action*) merupakan suatu upaya mempengaruhi dan menyakinkan para pelanggan, sehingga mereka tertarik dengan produk atau jasa yang ditawarkan. Tindakan ini dapat berupa mencatat pesanan dan kebutuhan pelanggan serta menegaskan dan mewujudkan kebutuhan para pelanggan.
- 6) Tanggung jawab (*Accountability*) merupakan suatu perilaku yang harus dimiliki dalam memberikan pelayanan kepada pelanggan. Oleh karena itu, dalam memberikan pelayanan harus dilakukan dengan sungguh-sungguh dan siap menanggung segala risiko serta perbuatan yang telah dilakukan.

**b. Dimensi Kualitas Pelayanan**

Tjiptono (2011) menjelaskan bahwa ada lima dimensi atau lima faktor utama kualitas pelayanan yang digunakan konsumen untuk menilai atau menentukan kualitas pelayanan. Kelima dimensi tersebut adalah sebagai berikut:

- 1) Keandalan (*Reability*) merupakan kemampuan dari suatu perusahaan untuk memberikan pelayanan secara akurat dan terpercaya.
- 2) Daya tanggap (*Responsiveness*) merupakan suatu sikap untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat dan tepat kepada pelanggan dengan penyampaian informasi yang jelas.
- 3) Jaminan (*Asurance*) merupakan sikap yang diberikan kepada pelanggan meliputi kesopansantunan, sehingga dapat menumbuhkan rasa percaya para pelanggan kepada perusahaan.

- 4) Empati (*Emphaty*) merupakan pemberian perhatian yang tulus dan bersifat pribadi yang diberikan kepada pelanggan dengan berupaya memahami keinginan konsumen.
- 5) Bukti fisik (*Tangible*) merupakan kemampuan suatu perusahaan dalam menunjukkan ekistensinya kepada pelanggan.

Hal tersebut sejalan dengan pendapat Kotler (2012) yang menyebutkan lima dimensi kualitas pelayanan jasa yang harus dipenuhi yaitu :

- 1) Bukti fisik, penampilan fisik layanan perusahaan, seperti penampilan fasilitas fisik, peralatan, personel, kebersihan, kerapian dan media komunikasi.
- 2) Empati, kesediaan karyawan dan pengusaha untuk lebih peduli memberikan perhatian secara pribadi kepada pelanggan.
- 3) Keandalan, kemampuan perusahaan untuk melaksanakan jasa yang dijanjikan dengan tepat dan terpercaya.
- 4) Cepat tanggap, daya tanggap perusahaan dalam memberi layanan bagi pelanggan dan memberikan jasa dengan sigap dan cepat dalam melayani menangani transaksi dan penanganan keluhan pelanggan.
- 5) Jaminan, kemampuan perusahaan memberi jaminan pelayanan yang merupakan pengetahuan dan kesopanan karyawan serta kemampuan mereka untuk menimbulkan kepercayaan dan keyakinan.

## **1. Loyalitas Pelanggan**

### **a. Pengertian Loyalitas Pelanggan**

Loyalitas secara harfiah diartikan kesetiaan, yaitu kesetiaan seseorang terhadap suatu objek. "Loyalitas adalah kesetiaan yang sesungguhnya yang dapat menerima sisi positif dan negatif dari barang atau jasa, tetap mengambil keputusan tidak beralih ke perusahaan lain, walaupun kurang puas dalam

pelayanan barang atau jasa yang diperolehnya” (Ardani, Agung,dan Prayoga, 2021).

Sasongko (2021), mendefinisikan loyalitas sebagai komitmen pelanggan bertahan secara mendalam untuk berlangganan kembali atau melakukan pembelian produk atau jasa terpilih secara konsisten dimasa yang akan datang. Putri & Utomo (2017) menjelaskan bahwa loyalitas adalah komitmen pelanggan bertahan secara mendalam untuk berlangganan kembali atau melakukan pembelian ulang produk atau jasa terpilih secara konsisten pada masa yang akan datang. Pendapat tersebut sejalan dengan Kurnianingsih (2021), menjelaskan bahwa loyalitas merupakan kesediaan pelanggan untuk tetap membeli dan setia pada suatu produk dan jasa yang dihasilkan oleh suatu perusahaan dan berkomitmen untuk merekomendasikannya kepada orang lain.

Sementara itu, menurut Tjiptono dan Chandra (2016), mengemukakan bahwa loyalitas pelanggan adalah komitmen yang dimiliki pelanggan terhadap suatu merek, produk, dan perusahaan tercermin dari sikap dan melakukan pembelian ulang. Loyalitas pelanggan atau disebut juga sebagai loyalitas konsumen, dan *costumer loyalty* ini berkaitan erat dengan loyalitas merek pula yang terkadang dapat menjadi sinonim dalam keadaan tertentu. Pelanggan yang loyal seringkali dapat menghasilkan keuntungan besar.

Menurut Griffin (2005) mengemukakan ada empat (4) jenis loyalitas pelanggan yaitu

1) Tanpa Loyalitas (*no loyalty*)

Konsumen dengan jenis ini memiliki sikap kurang tertarik dengan produk atau jasa yang ditawarkan perusahaan, sehingga konsumen hanya melakukan pembelian sesekali.

2) Loyalitas yang lemah (*inertia loyalty*)

Loyalitas yang lemah ditandai dengan keterikatan yang rendah ditambah dengan pembelian berulang yang tinggi, sehingga menghasilkan loyalitas yang lemah. Pada loyalitas jenis ini, konsumen hanya membeli suatu produk atau jasa karena kebiasaan. Artinya, konsumen hanya membeli karena faktor situasi yang menjadi penyebabnya. Loyalitas semacam ini paling umum terjadi karena adanya suatu produk yang sering dibeli.

3) Loyalitas tersembunyi (*Latent Loyalty*)

Pada loyalitas jenis ini, konsumen mempunyai tingkat keterikatan yang tinggi terhadap suatu produk atau jasa, tetapi dilakukan dengan pembelian ulang yang rendah kepada produk atau jasa tersebut. Hal ini terjadi karena adanya pengaruh situasi, sehingga para konsumen ini tetap melakukan pembelian ulang tanpa memperhatikan sikap dalam menentukan pembelian.

4) Loyalitas Premium (*Premium Loyalty*)

Loyalitas premium merupakan jenis loyalitas yang harus selalu diperhatikan oleh perusahaan. Loyalitas ini terjadi karena pelanggan memiliki tingkat keterikatan yang tinggi serta tingkat pembelian yang berulang yang cukup tinggi.

Robinette (2011) mengemukakan tentang faktor-faktor yang mempengaruhi loyalitas pelanggan adalah sebagai berikut:

1) Perhatian (*Caring*)

Perusahaan harus dapat melihat dan mengatasi segala kebutuhan, harapan, maupun permasalahan yang dihadapi oleh pelanggan. Dengan perhatian itu, pelanggan akan menjadi puas terhadap perusahaan dan melakukan transaksi ulang dengan perusahaan pada akhirnya mereka akan menjadi pelanggan

perusahaan yang loyal. Semakin perusahaan menunjukkan perhatiannya, maka akan semakin besar loyalitas yang diberikan oleh pelanggan.

## 2) Kepercayaan (*Trust*)

Kepercayaan timbul dari suatu proses yang lama sampai kedua belah pihak saling mempercayai. Apabila tingkat kepercayaan pelanggan tinggi, maka hubungan perusahaan dengan pelanggan akan menjadi kuat. Salah satu cara yang dapat dilakukan perusahaan dalam membina hubungan dengan pelanggan, yaitu segala jenis produk yang dihasilkan perusahaan harus memiliki kualitas atau kesempurnaan seperti seharusnya atau sebagaimana dijanjikan, sehingga pelanggan tidak merasa ditipu, yang mana hal ini dapat mengakibatkan pelanggan berpindah ke produk pesaing.

## 3) Perlindungan (*Length of Patronage*)

Perusahaan harus dapat memberikan perlindungan kepada pelanggannya, baik berupa kualitas produk, pelayanan, ataupun komplain. Dengan demikian, pelanggan tidak khawatir perusahaan dalam melakukan transaksi dan berhubungan dengan perusahaan, karena pelanggan merasa perusahaan memberikan perlindungan yang mereka butuhkan.

## 4) Kepuasan akumulatif (*Overall Satisfaction*)

Kepuasan akumulatif adalah keseluruhan penilaian pelanggan berdasarkan total pembelian dan konsumsi atas barang dan jasa dari perusahaan pada suatu periode tertentu. Kepuasan akumulatif ditentukan oleh berbagai komponen seperti kepuasan terhadap sikap karyawan dan kepuasan terhadap perusahaan itu sendiri. Oleh karena itu, perusahaan harus dapat memberikan rasa puas kepada pelanggan dalam melakukan segala transaksi dengan perusahaan,

sehingga dalam hal ini perusahaan harus memperhatikan dan meningkatkan segala fasilitas dan sumber daya yang dimiliki.

#### **b. Faktor Terjadinya Loyalitas Pelanggan**

Setiap pembelian produk atau jasa, konsumen bergerak melalui siklus pembelian yang mana pada siklus tersebut dapat membentuk loyalitas pelanggan. Griffin (2005) mengemukakan tahapan siklus pembelian yang membentuk loyalitas pelanggan sebagai berikut:

- 1) Kesadaran akan produk, yaitu konsumen menyadari keberadaan produk atau jasa yang ditawarkan melalui iklan dan promosi yang telah dilakukan oleh perusahaan, sehingga para calon pelanggan dapat mengetahui keunggulan produk dalam pikiran dan benak mereka.
- 2) Melakukan pembelian awal yaitu pelanggan mendapatkan kesan positif atau manfaat dari produk atau jasa yang ditawarkan oleh perusahaan, sehingga hal ini dapat menumbuhkan loyalitas pelanggan.
- 3) Penilaian pasca pembelian yaitu konsumen merasa puas dengan produk atau jasa yang digunakan sehingga hal ini dapat dijadikan dasar pertimbangan untuk tetap bertahan atau tidak. Keputusan membeli lagi dari pelanggan merupakan sikap yang paling penting dalam loyalitas.

#### **c. Indikator Loyalitas Pelanggan**

Ada beberapa indikator dalam mengukur loyalitas pelanggan yaitu *rebuy*, *retention* dan *referral* (Tjiptono, 2011). Sedangkan, (Keller, 2012) mengemukakan lima indikator pelanggan yang loyal yaitu:

- 1) Konsumen cenderung membeli lebih banyak dan setia lebih lama,
- 2) Konsumen cenderung melakukan *cross selling* atau *add-on-selling*,
- 3) Konsumen tidak sensitive terhadap harga.



- 4) Konsumen akan melakukan *word of mouth* yang positif,
- 5) Menawarkan gagasan barang atau jasa kepada perusahaan.

Ayuni & Prasetyawati (2020) dalam penelitiannya menyebutkan bahwa indikator loyalitas pelanggan dapat berupa;

- 1) Melakukan pembelian secara teratur (*makes regular repeat purchase*), yaitu konsumen yang loyal akan memiliki kebiasaan melakukan pembelian secara teratur dikarenakan adanya kepuasan dalam pembelian sebelumnya, seringkali terjadi secara alami karena merasa memiliki ikatan emosi yang kuat pada brand maupun pada produk dan jasa yang ditawarkan,
- 2) Membeli antar lini produk atau jasa (*purchases across product or service lines*), yaitu pelanggan yang loyal akan tetap melakukan pembelian baik dalam bentuk jasa maupun produk yang ditawarkan. Keputusan pembelian yang dilakukan berdasarkan kepuasan pelanggan yang diperolehnya dari pembelian sebelumnya baik dari produknya ataupun jasa yang ditawarkan, sehingga mengharapkan kepuasan yang sama.
- 3) Merekomendasikan produk (*refers other*), yaitu adanya kepuasan yang dirasakan pelanggan berdampak kepada output dari pelanggan itu sendiri.
- 4) Menunjukkan kekebalan dari daya tarikan produk sejenis dari pesaing (*demonstrates an immunity to the full of the competition*), yaitu konsumen yang loyal takkan mudah terpengaruh oleh tawaran dari perusahaan atau brand lain, mereka akan tetap menunjukkan kekebalan terhadap daya tarik pesaing, dan tetap melakukan pembelian pada tempat yang sama.

## **B. Penelitian Terdahulu**

Penelitian terdahulu bertujuan untuk mendapatkan bahan perbandingan dan acuan. Selain itu, untuk menghindari anggapan kesamaan dengan penelitian

ini. Maka dalam tinjauan pustaka ini peneliti mencantumkan hasil-hasil penelitian terdahulu sebagai berikut:

**Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu**

No	Peneliti	Judul	Metode Penelitian	Hasil Penelitian	Perbedaan
1	Ari Fernandes / 2021	Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Alfamart Kayuagung	Analisis Korelasi dan Analisis Regresi Linear Sederhana	Pengaruh Kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan pada Alfamart kayuagung dinilai cukup besar yaitu 0,468 atau 46,8%. Hubungan dan pengaruh kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan searah dan signifikan yang menunjukkan jika kualitas layanan bertambah baik maka loyalitas pelanggan pada Alfamart Kayuagung semakin besar.	Perbedaan yang terdapat pada penelitian ini yaitu pada penelitian terdahulu ini fokusnya pada pelanggan Alfamart Kayuagung sedangkan penelitian ini fokus pada Toko Bintang Makassar Cabang Alauddin.
2	Hari Mulia, 2021	Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Usaha	Uji Validitas dan reliabilitas, teknik analisis tabel	Pengaruh Kualitas pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan pada PT Daya	Perbedaan yang terdapat pada penelitian ini yaitu pada

		Kecil Menengah Kabupaten Garut		Anugrah Mandiri (Ahas Daya Motor) Cabang Garut ada pada kategori sangat kuat terlihat dari hasil uji determinasi yang diperoleh sebesar 91,7% artinya pelanggan berkontribusi sangat baik terhadap kualitas pelayanan yang diberikan.	penelitian terdahulu ini fokusnya pada pelanggan pengguna jasa bengkel sedangkan penelitian ini fokus pada toko ritel.
3	Arifatu Afifah Khourunnisa dan Andi Wijayanto/ 2021	Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Indihome Di Kota Semarang	Uji validitas, uji reliabilitas, koefisien korelasi dan determinasi, regresi linear sederhana, serta uji t	Variabel kualitas pelayanan pada penelitian ini dikategorikan oleh pelanggan IndiHome dalam kategori baik. Pada variabel loyalitas pelanggan, para pelanggan cukup setuju untuk tetap menggunakan IndiHome.	Perbedaan yang terdapat pada penelitian ini yaitu pada penelitian terdahulu ini fokusnya pada pengguna jasa internet sedangkan penelitian ini fokus pada toko ritel.
4	Nenny Octarinie, S.E., M.M/ 2020	Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Produk Obat-obatan PT. Kalbe Farma Cab.Palembang	Analisis Regresi Liner Berganda	Variabel kualitas pelayanan secara bersama-sama berpengaruh secara signifikan dan positif terhadap loyalitas pelanggan PT. Kalbe Farma, Tbk Cabang Palembang. Hal	Perbedaan yang terdapat pada penelitian ini, pada penelitian terdahulu ini fokusnya pada produk sedangkan penelitian

				ini dibuktikan dengan hasil perhitungan SPSS yang menyatakan bahwa $f_{hitung} > f_{tabel}$ sehingga dari keseluruhan variabel yang digunakan dalam penelitian ini $H_0$ ditolak.	ini fokus pada pelayanan jasa.
5	Yusthika Prasetya Probo Dewi, Iis Mariam, dan Menik Wijiyanti/ 2018	Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Mujigae Resto Depok	Normalitas, Uji Linearitas, Uji Regresi Linear Sederhana, Koefisiensi Korelasi Sederhana, Koefisiensi Determinasi, dan Uji T	Hasil yang diperoleh pada penelitian ini yaitu terdapat pengaruh yang signifikan antara kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan Mujigae Resto Depok.	Perbedaan yang terdapat pada penelitian ini yaitu pada penelitian terdahulu ini fokusnya pada pelanggan restoran sedangkan penelitian ini fokus pada toko ritel.

#### 2.1 Penelitian Terdahulu

#### C. Kerangka Pikir

Kualitas pelayanan merupakan segala bentuk aktivitas yang dilakukan oleh perusahaan sebagai upaya untuk memenuhi harapan konsumen. Kualitas pelayanan yang baik menjadi salah satu faktor yang harus dilakukan perusahaan agar perusahaan tersebut dapat tetap bertahan ditengah persaingan yang ketat. Permasalahan kualitas pelayanan pada toko Bintang Makassar Cabang Alauddin yaitu ada pada bagian kasir dan bagian pemasangan anti gores, serta pelayanan karyawan karena pada bagian ini pelayanan yang diberikan masih kurang baik. Kualitas pelayanan tersebut juga akan mempengaruhi kepercayaan pelanggan

terhadap perusahaan. Pada penelitian ini, untuk mengukur kualitas pelayanan yang ada pada toko Bintang Makassar Cabang Alauddin, maka digunakan teori dari Tjiptono (2011) yang menyebutkan ada lima (5) faktor utama yang digunakan oleh konsumen untuk menilai atau menentukan kualitas pelayanan dari suatu perusahaan yaitu keandalan (*reability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*asurance*), empati (*emphaty*), dan bukti fisik (*tangible*).

Fenomena kualitas pelayanan diatas juga akan menjadi masalah bagi loyalitas pelanggan di toko Bintang Makassar Cabang Alauddin. Berdasarkan hal tersebut, Ayuni & Prasetyawati (2020) dalam penelitiannya menyebutkan bahwa terdapat empat (4) indikator untuk mengukur loyalitas pelanggan yaitu melakukan pembelian berulang secara teratur (*repeat purchase*), membeli antar lini produk atau jasa (*purchases across product and service line*), merekomendasikan kepada orang lain (*refers others*), dan menunjukkan kekebalan terhadap daya tarik pesaing (*demonstrates immunity to the pull of the competition*).

Kerangka pemikiran ini dituangkan dalam bentuk bagan yang terdapat pada tabel berikut:



Gambar 2.1 Kerangka pikir

#### **D. Hipotesis**

Hipotesis penelitian merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian. Dikatakan sementara, karena jawaban yang diberikan baru berdasarkan teori yang relevan, belum didasarkan pada fakta-fakta empiris yang diperoleh melalui pengumpulan data (Sugiyono, 2019). Peneliti memperkuat penelitian ini dengan menetapkan hipotesis yaitu "Diduga kualitas pelayanan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan toko Bintang Makassar Cabang Alauddin."

### **BAB III**

#### **METODE PENELITIAN**

##### **A. Pendekatan dan Jenis Penelitian**

Berdasarkan permasalahan yang diangkat dalam penelitian ini, jenis penelitian yang digunakan adalah metode survei dengan pendekatan kuantitatif. Menurut Sugiyono (2015) survei merupakan proses pengukuran yang digunakan untuk mengumpulkan data dengan menggunakan kuesioner. Pendekatan kuantitatif merupakan metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, teknik pengambilan sampel pada umumnya dilakukan secara random, pengumpulan data menggunakan instrument penelitian, analisis data bersifat kuantitatif atau statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan (Sugiyono, 2015).

##### **B. Waktu dan Lokasi Penelitian**

Dalam penelitian ini peneliti akan melakukan penelitian pada tanggal 04 Januari 2024 sampai dengan tanggal 04 Maret 2024. Dengan lokasi penelitian pada toko Bintang Makassar Cabang Alauddin di Jl. Sultan Alauddin No. 234, Gn. Sari, Kec. Rappocini, Kota Makassar, Sulawesi Selatan.

Alasan dari pemilihan lokasi dan ketertarikan peneliti untuk penelitian pada toko Bintang Makassar Cabang Alauddin ini adalah dikarenakan toko Bintang Makassar Cabang Alauddin menjadi salah satu toko ritel yang tumbuh pesat di

kota Makassar, mudah dijangkau oleh masyarakat, letak yang strategis di kota Makassar dan jaraknya pun tidak terlalu jauh antara peneliti dan lokasi penelitian.

### **C. Jenis dan Sumber Data**

#### **1. Jenis Penelitian**

Jenis dalam penelitian ini adalah jenis penelitian kuantitatif, karena penelitian ini disajikan dengan angka-angka yang banyak di tuntut menggunakan angka, mulai dari pengumpulan data, penafsiran terhadap data tersebut serta penampilan hasilnya. Penelitian kuantitatif ini didasarkan jenisnya pada penelitian survey yaitu penelitian kuantitatif yang menggunakan instrumen kuesioner sebagai instrumen penelitian.

#### **2. Sumber Data**

Sumber data yang digunakan untuk mengumpulkan data dan informasi yang diperoleh dalam penelitian ini, penulis menggunakan :

##### **a. Data Primer**

Data primer adalah sumber data yang di dapat langsung dari lapangan melalui kuesioner yang diberikan secara langsung kepada responden yaitu masyarakat umum.

##### **b. Data Sekunder**

Data sekunder merupakan sumber data yang di dapat secara tidak langsung atau dari teori- teori sebelumnya. Misalnya lewat dokumen. Data sekunder bisa juga diperoleh dari studi kepustakaan antara lain mencakup dokumen- dokumen resmi, buku- buku, hasil- hasil penelitian yang berwujud



laporan, jurnal, artikel majalah dan internet. Dalam hal ini yang berkaitan dengan variabel- variabel penelitian.

#### **D. Populasi dan Sampel**

##### **1. Populasi**

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2015). Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pelanggan toko Bintang Makassar Cabang Alauddin yang telah menjadi *member* di toko Bintang Makassar Cabang Alauddin. Jumlah *member* toko Bintang Cabang Alauddin pada tahun 2021 yaitu 12.365 *member*.

##### **2. Sampel**

Sampel adalah bagian dari jumlah karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut (Sugiyono, 2015). Mengingat jumlah pelanggan yang cukup banyak, maka dari sekian banyak jumlah populasi akan diambil sebagian untuk dijadikan sampel. Dalam penelitian ini sampel tidak mempunyai peluang/kesempatan sama bagi setiap unsur anggota populasi, sehingga teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik *purposivesampling*. *Purposive sampling* adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu (Sugiyono, 2015). Kriteria yang akan digunakan adalah pelanggan yang memiliki *member card* toko Bintang Makassar Cabang Alauddin dan telah melakukan transaksi di toko Bintang Makassar Cabang Alauddin minimal sebanyak 5 kali. Berdasarkan jumlah populasi penelitian yaitu sebanyak 12.365 *member*, maka untuk penentuan sampel

penelitian menggunakan teknik *purposive sampling*. Ukuran sampel dihitung menggunakan rumus Slovin sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

Keterangan:

n : jumlah sampel

N : jumlah populasi

e<sup>2</sup> : taraf nyata atau batas kesalahan

Dalam menentukan jumlah sampel yang akan dipilih, penulis menggunakan tingkat kesalahan sebesar 10%, karena dalam setiap penelitian tidak memungkinkan hasilnya sempurna 100%, makin besar tingkat kesalahan maka makin sedikit ukuran sampel. jumlah populasi sebagai dasar perhitungan yang digunakan adalah 12.365 orang, dengan perhitungan sebagai berikut:

Maka :

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

$$n = \frac{12.365}{1 + (12.365 \times 0,1^2)}$$

$$n = \frac{12.365}{1 + (12.365 \times 0,01)}$$

$$n = \frac{12.365}{1 + 123,65} = 99,19, \text{ yang dibulatkan menjadi 100 responden}$$

Berdasarkan rumus tersebut dapat dihitung sampel dari populasi berjumlah 12.365 orang dengan taraf kesalahan 10%, maka sampelnya adalah 100 responden.

### **E. Teknik dan Prosedur Pengumpulan Data**

Teknik pengumpulan data merupakan suatu usaha dasar untuk mengumpulkan data dengan prosedur standar. Sesuai dengan data yang diperlukan dalam penelitian ini, maka teknik pengumpulan data dalam penelitian ini meliputi:

#### **1. Observasi**

Observasi adalah pengamatan dan pencatatan terhadap fakta-fakta yang dibutuhkan oleh peneliti. Sejalan dengan hal tersebut Sarwono (2006) mengemukakan bahwa kegiatan observasi meliputi melakukan pencatatan secara sistematis kejadian-kejadian, perilaku, obyek-obyek yang dilihat dan hal-hal lain yang diperlukan dalam mendukung penelitian yang sedang dilakukan.

#### **2. Kuesioner**

Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pertanyaan tertulis kepada responden untuk dijawabnya (Sugiyono, 2015). Teknik pengumpulan data dengan menyebarkan daftar pertanyaan-pertanyaan dengan menggunakan *googleform* kepada responden dengan cara memilih alternatif jawaban yang tersedia. Dimana responden memilih salah satu jawaban yang telah disediakan. Kuesioner tersebut disusun dengan menggunakan 5 (lima) alternatif jawaban, yaitu: sangat setuju (ss), setuju (s), netral (n), tidak setuju (ts), sangat tidak setuju (sts).

#### **3. Dokumentasi**

Dokumentasi merupakan proses pencatatan mengenai sebuah peristiwa yang telah berlalu. Pada penelitian ini proses pencatatan yang dilakukan peneliti diantaranya berupa catatan pribadi, buku harian, foto-foto dan lainnya. Sehingga informasi-informasi yang diperoleh diharapkan dapat terdokumentasi dengan baik agar memudahkan peneliti dalam mengelola data di langkah selanjutnya.

## **F. Defenisi Fungsional Variabel dan Pengukuran**

### **1. Defenisi Fungsional Variabel**

Dalam penelitian ini terdapat dua variabel yaitu variabel independen dan variabel dependen yaitu sebagai berikut :

- a. Variabel independen merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (terikat). Dalam kaitannya dengan variabel dalam penelitian ini yaitu “Kualitas Pelayanan” yang disimbolkan dengan huruf (X). Dalam penelitian ini didefenisikan bahwa pelayanan adalah suatu kegiatan atau urutan kegiatan yang terjadi dalam interaksi langsung antara seseorang dengan orang lain atau masih secara fisik dan menyediakan kepuasan pelanggan.
- b. Variabel dependen merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas. Variabel dependen dalam penelitian ini adalah “Loyalitas Pelanggan” yang disimbolkan dengan huruf (Y). Dalam penelitian di defenisikan bahwa loyalitas pelanggan adalah komitmen pelanggan bertahan secara mendalam untuk berlangganan kembali atau melakukan pembelian ulang produk atau jasa terpilih secara konsisten dimasa yang akan datang, meskipun pengaruh situasi dan usaha- usaha pemasaran.

### **2. Pengukuran Variabel**

Untuk mengukur masing-masing instrumen penelitian ini digunakan skala likert. Skala likert merupakan skala yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau kelompok orang tentang fenomena sosial (Sugiyono, 2015). Untuk keperluan analisa kuantitatif pada penelitian ini, maka peneliti memberikan 5 (lima) alternatif jawaban kepada responden untuk masing-masing variabel dengan menggunakan skala 1 sampai dengan 5 yang dapat dilihat pada tabel berikut ini:

**Tabel 3.1 Penilaian Skala Likert**

No.	Item Instrumen	Bobot
1	Sangat Setuju (SS)	5
2	Setuju (S)	4
3	Netral (N)	3
4	Tidak Setuju(TS)	2
5	Sangat Tidak Setuju (STS)	1

*purposive sampling*. Ukuran sampel dihitung menggunakan rumus Slovin sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

Keterangan:

n : jumlah sampel

N : jumlah populasi

e<sup>2</sup> : taraf nyata atau batas kesalahan

Dalam menentukan jumlah sampel yang akan dipilih, penulis menggunakan tingkat kesalahan sebesar 10%, karena dalam setiap penelitian tidak memungkinkan hasilnya sempurna 100%, makin besar tingkat kesalahan

maka makin sedikit ukuran sampel. jumlah populasi sebagai dasar perhitungan yang digunakan adalah 12.365 orang, dengan perhitungan sebagai berikut:

Maka :

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

$$n = \frac{12.365}{1 + (12.365 \times 0,1^2)}$$

$$n = \frac{12.365}{1 + (12.365 \times 0,01)}$$

$$n = \frac{12.365}{1 + 123,65} = 99,19, \quad \text{yang dibulatkan menjadi 100 responden}$$

Berdasarkan rumus tersebut dapat dihitung sampel dari populasi berjumlah 12.365 orang dengan taraf kesalahan 10%, maka sampelnya adalah 100 responden.

### G. Teknik Analisis Data

Analisis data diartikan sebagai upaya data yang sudah tersedia kemudian diolah dengan statistik dan dapat di gunakan untuk menjawab rumusan masalah dalam penelitian. Dengan demikian, teknik analisis data dapat diartikan sebagai cara melaksanakan analisis terhadap data, dengan tujuan mengolah data tersebut untuk menjawab rumusan masalah. Metode analisis data yang digunakan adalah metode analisis statistik dengan menggunakan software SPSS.

#### 1. Analisis Statistik Deskriptif

Menurut Sugiyono (2012) statistik deskriptif adalah statistik yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau

menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi. Dalam penelitian ini, penyajian data menggunakan analisis distribusi frekuensi, rata-rata (mean), dan standar deviasi. Adapun rumus yang digunakan adalah sebagai berikut:

#### a) Rata-rata (Mean)

Untuk mengetahui tingkat kemampuan teoritis dan praktek menurut Sudujono Dalam Aziz (2021) maka dapat digunakan rumus sebagai berikut:

$$Mx = \frac{\sum x}{N}$$

Keterangan:

Mx : mean yang dicari

x : nilai

N : jumlah data

#### b) Persentase

Dalam melakukan perhitungan untuk mengukur persentase maka digunakan rumus sebagai berikut:

$$p = \frac{f}{N} \times 100\%$$

Keterangan:

$p$  : angka persentase

$f$  : frekuensi yang sedang dicari persentasenya

N : *number of cases* (jumlah frekuensi/banyak individu)

Menurut Ridwan (2004) pada pencapaian skor variabel, akan diinterpretasikan hasilnya dengan mengacu pada analisis persentase yaitu sebagai berikut:

**Tabel 3.2 Interpretasi Persentase**

<b>Interpetasi</b>	<b>Keterangan</b>
Persentase 81% - 100%	Sangat baik
Persentase 61% - 80%	Baik
Persentase 41% - 60%	Cukup baik
Persentase 21% - 40%	Tidak baik
Persentase 0% - 20%	Sangat tidak baik

Sumber: Ridwan (2004)

## 2. Uji Kualitas Data

### a. Uji Validitas

Validitas adalah kemampuan suatu alat ukur untuk mengukur sasaran ukurannya. Uji validitas dimaksudkan guna mengukur seberapa cermat suatu uji melakukan fungsinya, apakah alat ukur yang telah disusun benar-benar telah dapat mengukur apa yang telah diukur. Uji validitas dimaksudkan untuk mengukur sah atau tidaknya setiap pertanyaan/pernyataan yang digunakan dalam penelitian.

Kriteria uji validitas adalah dengan membandingkan nilai  $r$  hitung (*Person Correlation*) dengan nilai  $r$  tabel. Nilai  $r$  hitung (*Pearson Correlation*) ini nantinya yang akan digunakan sebagai tolak ukur yang menyatakan valid atau tidaknya item pertanyaan yang digunakan untuk mendukung penelitian, maka yang digunkana untuk mendukung penelitian, maka akan dicari dengan membandingkan  $r$  hitung (*Pearson Correlation*) terhadap nilai  $r$  tabelnya dengan level signifikan yaitu  $\alpha = 0,05$ . Adapun kriteria pengujian Uji Validitas sebagai berikut:

- b) Jika  $r$  hitung  $>$   $r$  tabel, maka instrumen penelitian dikatakan valid.
- c) Jika  $r$  hitung  $<$   $r$  tabel, maka instrumen penelitian dikatakan invalid.

### b. Uji Reliabilitas



Konsep dalam reliabilitas adalah sejauh mana hasil suatu pengukuran yang digunakan bersifat tetap terpercaya serta terbebas dari galat pengukuran (*measurement error*). Sedangkan uji reliabilitas instrumen untuk mengetahui apakah data yang dihasilkan dapat diandalkan atau bersifat tangguh. Uji reliabilitas dilakukan dengan membandingkan nilai *Cronbach's alpha* dengan tingkat/ taraf signifikan yang digunakan. Tingkat/ taraf signifikan yang digunakan dalam penelitian bisnis dihitung berdasarkan nilai *Cronbach alpha* > 0,60 (Suparmun dan Susilo, 2020). Adapun kriteria pengujian sebagai berikut:

- a) Jika nilai *Cronbach's alpha* > tingkat signifikan, maka instrumen dikatakan reliabel.
- b) Jika nilai *Cronbach's alpha* < tingkat signifikan, maka instrumen dikatakan tidak reliabel.

### 3. Analisis Regresi Linear Sederhana

Analisis regresi linear sederhana digunakan untuk mengetahui arah hubungan antar variabel independen (X) dan variabel dependen (Y) apakah positif atau negatif. Adapun rumus yang digunakan adalah sebagai berikut:

$$Y = a + b X$$

Keterangan:

- Y = Loyalitas Pelanggan
- X = Kualitas Pelayanan
- a = tidak intercept (konstan)
- b = koefisien arah regresi

## H. Uji Hipotesis

### 1. Uji Parsial ( Uji t )

Uji t (t-test) merupakan pengujian terhadap koefisien regresi secara parsial, pengujian ini digunakan untuk menguji setiap variabel independen,

apakah variabel Kualitas Pelayanan (X) pengaruh yang positif serta signifikan terhadap variabel dependen, dalam hal ini Kinerja Karyawan (Y).

Untuk mengetahui tingkat signifikan dapat dilakukan uji parsial dengan rumus sebagai berikut:

$$t = \frac{r \pm \sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}}$$

Keterangan:

$t$  = Distribusi t  
 $r$  = Koefisien korelasi parsial  
 $r^2$  = Koefisien determinasi  
 $n$  = jumlah data

Hasil uji parsial (uji  $t$ ) ini selanjutnya dibandingkan dengan  $t$  tabel menggunakan tingkat kesalahan 0,05. Adapun kriteria pengujian adalah sebagai berikut:

- $H_0$  diterima jika nilai  $t_{hitung} \leq t_{tabel}$  atau nilai  $sig > \alpha$
- $H_0$  ditolak jika nilai  $t_{hitung} \geq t_{tabel}$  atau nilai  $sig > \alpha$

Bila terjadi penerimaan  $H_0$  maka dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat pengaruh signifikan, sedangkan bila  $H_0$  ditolak artinya terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel independen dan dependen.

Hipotesis penelitian merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian. Dikatakan sementara, karena jawaban yang diberikan baru berdasarkan teori yang relevan, belum didasarkan pada fakta-fakta empiris yang diperoleh melalui pengumpulan data (Sugiyono, 2019). Peneliti memperkuat penelitian ini dengan menetapkan hipotesis yaitu "Diduga kualitas pelayanan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan toko Bintang Makassar Cabang Alauddin.

## 2. Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Koefisien determinasi pada dasarnya digunakan untuk mengukur

seberapa jauh kemampuan model regresi dalam menerangkan variabel-variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol (0) dan satu (1). Nilai yang mendekati satu (1) berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variabel dependen. Koefisien determinasi dihitung dengan mengkuadratkan koefisien korelasi yang telah ditemukan dan selanjutnya dikalikan dengan 100%. (Sugiyono, 2014). Koefisien determinasi dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$R^2 = r^2 \times 100\%$$

Keterangan :

$R^2$  : koefisien determinan

Kriteria untuk analisis koefisien determinan adalah

- 1) Jika  $R^2$  mendekati nol (0), maka pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen lemah.
- 2) Jika  $R^2$  mendekati satu (1), maka pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen kuat.



## BAB IV

### HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

#### A. Gambaran Umum Tempat Penelitian

##### 1. Sejarah Singkat PT. Bintang Internasional

PT. Bintang Internasional adalah perusahaan yang mempunyai konsep supermarket dan toko retail serta sparepart gadget dengan mengutamakan produk yang berkualitas, harga terjangkau, serta pelayanan yang terbaik. PT. Bintang Internasional menjadi salah satu perusahaan distributor yang paling diminati pelanggan di Sulawesi Selatan, dan mempunyai jaringan terluas di seluruh Indonesia.

PT. Bintang Internasional didirikan pertama kalinya pada tanggal 13 November 2006, oleh Andre Gunawan Horas di Mall MTC Makassar. Adapun cabang-cabang PT. Bintang Internasional antara lain:

- 1) Toko Bintang Pertama didirikan di Mall MTC (Makassar Trade Center) Lantai 3 Blok M1/ Kls Oleh Andre Gunawan Horas. Pada awalnya toko Bintang bernama Bintang Celluler yaitu pada tahun 2006.

- 2) Toko Bintang Celluler mengeluarkan produk aksesoris gadget dengan merek dagang (BINTANG) yaitu pada tahun 2009.
- 3) Toko Bintang Celluler berganti nama menjadi Toko Bintang pada tahun 2011
- 4) Toko Bintang membuka Toko ke 2 di Jalan Pengayoman No. 78 dengan konsep supermarket pada tahun 2011.
- 5) Dibentuklah badan usaha PT. Bintang Internasional yang memiliki 3 toko yang berbeda di Mall MTC, Jalan Pengayoman dan Jalan Perintis pada tahun 2014
- 6) Dibuka Toko Bintang yang ke 4 yang berada di Karebosi Link yaitu pada tahun 2015.
- 7) Pada bulan November 2016 dibuka Toko Bintang Manado pada tahun 2016
- 8) Dibuka Toko Bintang yang ke 6 yang berada di Batangase Maros dan Veteran pada tahun 2017.
- 9) Kemudian pada tahun 2018 dibuka Toko Bintang ke 7 yang berada di Jalan Sultan Alauddin.

## **2. Visi dan Misi PT. Bintang Internasional**

### **a. Visi**

Menjadi distributor dan toko retail aksesoris dan sparepart gadget dengan jaringan terluas dan terkemuka di Indonesia dengan mengutamakan produk yang berkualitas, harga yang terjangkau serta pelayanan yang terbaik.

### **b. Misi**

- 1).Menyediakan produk yang berkualitas dan inovatif dengan harga yang dapat dijangkau oleh seluruh bagian masyarakat.
- 2).Mengutamakan kepuasan pelanggan/konsumen dalam berbelanja dengan memberikan pelayanan yang terbaik.

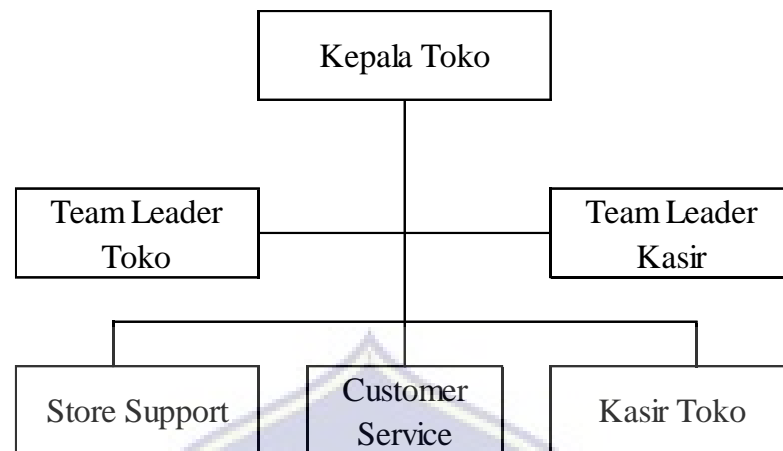
- 3). Ikut berpartisipasi dalam membentuk program pemerintah dengan terus membuka lapangan kerja baru dan menyediakan kesempatan berkarir.
- 4). Selalu menjadi mitra terbaik bagi perusahaan kecil menengah dengan menyediakan produk dengan harga yang kompetitif
- 5). Menciptakan brand lokal yang diakui secara nasional

### **3. Struktur Organisasi, Tugas dan Tanggung Jawab**

#### **a. Struktur Organisasi**

Struktur organisasi adalah suatu sistem yang digunakan untuk mendefinisikan suatu hirarki dalam suatu organisasi. Struktur organisasi dapat menjelaskan suatu keadaan perusahaan kepada pihak-pihak yang membutuhkan maka perlu untuk menyusun suatu organisasi agar nampak dengan jelas bagaimana organisasi dengan pendelegasian jabatan tersebut. Struktur ini dikembangkan untuk menetapkan bagaimana bisnis beroperasi dan membantu usaha dalam mencapai tujuan untuk memungkinkan pertumbuhan di masa depan. Salah satu pernyataan yang cukup penting bagi perusahaan agar dapat berjalan lancar sebagaimana yang diharapkan, yaitu apabila terdapat pembagian tugas, wewenang dan tanggung jawab yang dinyatakan dengan jelas. Maka diharapkan dapat mendorong kerja yang baik untuk meningkatkan produktifitas pekerja serta keinginan untuk melakukan sesuatu yang sempurna sehingga dapat memperlancar pekerjaan dalam perusahaan.

### Struktur Organisasi Toko Bintang Makassar Cabang Alauddin



Gambar 4.1 Struktur Organisasi

#### b. Tugas dan Tanggung Jawab

##### 1). Kepala Toko

###### - Tujuan Jabatan

Melakukan semua kegiatan yang berkaitan dengan strategi, kebijakan dan teknis operasional toko untuk mencapai target yang ditetapkan secara efisien, efektif dan optimum. Memberikan masukan kepada manajemen (owner) atas semua aspek yang berkaitan dengan fungsi pengelolaan operasional toko-toko sehingga dapat dibuat keputusan yang tepat dan cepat.

###### - Tanggung Jawab

Bertanggung jawab atas segala urusan pengelolaan operasional toko, mulai dari strategi promosi internal toko, program penjualan, penanganan dan pemeliharaan assets toko, penanganan barang dagangan dalam toko, dan sumber daya manusianya. Memastikan semua hal dan pekerjaan sesuai dengan kebutuhan dan anggaran yang telah disepakati atau ditetapkan.

##### 2). Team Leader Toko

Tugas dan Tanggung Jawab Team Leader Toko adalah langkah pertama yang efektif adalah dapat menciptakan perbedaan antara team, terkadang perbedaan itu bisa baik atau tidak. Tidak jelasnya maksud dari team merupakan penyebab dari kegagalan dan masalah team. Demi terwujudnya keberhasilan suatu pekerjaan maka diperlukan team leader yang dapat mengatur dan bertanggung jawab sepenuhnya.

(a) Tugas Team Leader Toko

- (1) Membuat *schedule* kegiatan atau jadwal kegiatan pekerjaan
- (2) Memonitor atau memantau progres pekerjaan yang dilakukan tenaga ahli
- (3) Bertanggung jawab dalam melaksanakan supervisi langsung dan tidak langsung kepada semua karyawan yang berada di bawah tanggungjawabnya. Antara lain memberikan pelatihan kepada karyawan agar dapat mencapai tingkat batas minimum kemampuan yang diperlukan bagi teamnya dan dapat menerapkan sikap disiplin kepada karyawan sesuai dengan peraturan yang berlaku dari perusahaan.
- (4) Bertanggungjawab dalam melaksanakan koordinasi dalam membina kerja Sama *team* yang solid.
- (5) Bertanggungjawab dalam mencapai suatu target pekerjaan yang telah ditetapkan dan sesuai dengan anuran perusahaan.
- (6) Mengkoordinir seluruh aktifitas team dalam mengelola seluruh kegiatan di toko.
- (7) Bertanggung jawab terhadap pemberi pekerjaan yang berkaitan terhadap kegiatan team pelaksana pekerjaan.
- (8) Membimbing dan mengarahkan anggota team dalam mempersiapkan semua laporan yang diperlukan.



- (9) Melakukan pengecekan hasil pekerjaan yang telah dilaksanakan
- (10) Melaksanakan presentasi dengan direksi pekerjaan dan instansi terkait.

(b) Tanggung jawab *Team Leader Toko*

Tanggungjawab team leader sangat bervariasi, tetapi biasanya mencakup beberapa tanggung jawab untuk membangun team dan memastikan kerja sama team. Istilah ini digunakan untuk menekankan sifat kooperatif dari team, berbeda dengan struktur komando yang khas, di mana kepala team adalah komandannya. Bekerja sebagai pemimpin *team* adalah semua tentang organisasi, delegasi, manajemen dan pemantauan kinerja yang secara efektif dan efisien.

Pemimpin team mengawasi operasi kegiatan sehari-hari mereka, memastikan semua karyawan harus berusaha keras dan secara maksimal, serta mendistribusikan beban kerja secara merata dan tingkat motivasi kinerja tetap terjaga dengan baik. Sementara banyak pemimpin team kadang-kadang terjebak bersama anggota team lainnya, bagian inti dari pekerjaan mereka adalah mengoordinasi team, mendelegasikan tugas, dan mengelola personil junior.

Adapun tanggungjawab dan tugas team leader toko antara lain:

- (1) Menciptakan lingkungan team yang menginspirasi dengan budaya komunikasi terbuka
- (2) Tetapkan tujuan team yang jelas
- (3) Delelgasikan tugas dan tetapkan tenggat waktu (*deadline* waktu)
- (4) Melakukan pengawasan kinerja sehari-hari
- (5) Memotivasi anggota team
- (6) Temukan kebutuhan pelatihan dan sediakan pelatihan

- (7) Dengarkan umpan balik anggota team dan selesaikan masalah atau konflik apa pun
- (8) Kenali prestasi tinggi dan prestasi penghargaan
- (9) Dorong kreativitas dan pengambilan risiko
- (10) Sarankan dan atur kegiatan pembangunan team

### 3). *Team Leader Kasir*

Tugas dan tanggung jawab seorang *team leader* kasir adalah melakukan proses pengawasan dan penanganan uang tunai dalam toko, serta membangun team yang sistematis dan terstruktur dalam menjalankan proses penjualan barang. Adapun tugas dan tanggung jawab *team leader* kasir antara lain:

#### (a) Tugas *Team Leader* Kasir

- (1) Memberikan tekanan kepada seluruh kasir agar penjualan setiap harinya meningkat
- (2) Menempatkan kasir pada posisi yang dikehendaki
- (3) Melakukan pencatatan atas semua transaksi baik cancelan maupun retur barang dari pelanggan
- (4) Memberikan informasi bagi seluruh kasir toko mengenai produk diskon, harga member, tata Cara penggunaan member, vocher dan promo-promo menarik lainnya.
- (5) Melakukan pengawasan dan pengecekan atas jumlah barang pada saat penerimaan barang
- (6) Melakukan pengecekan atas stok bulanan

#### (b) Tanggung jawab *Team Leader* Kasir

- (1) Melakukan pengawasan dan perhitungan secara teliti agar tidak terjadi selisih antara produk dan uang yang ada dengan laporan yang telah

dibuat.

- (2) Mampu berkomunikasi dengan baik dan benar kepada seluruh karyawan dan pelanggan
- (3) Mampu menyikapi dan menanggapi dari seluruh masukan serta komplemenan.

#### 4). *Store Support*

*Store Support* adalah karyawan yang berdiri di area lorong toko yang dimana karyawan tersebut yang paling vital dalam memberikan pelayanan prima kepada pelanggan. Salah satu bentuk pelayanan ini yang paling membudaya adalah masalah pengarahan pelanggan ke tempat penempatan atau tempat pendisplayan barang ketika pada saat pelanggan bertanya, sebab sebagian besar pelanggan tidak mengetahui posisi letak barang tersebut didisplayi. *Store Support* juga aktif dalam mengelola barang yang baru masuk di toko, mulai dari pengecekan barang tersebut sampai barang tersebut di displai dan siap di jual serta menggudangkan barang yang kuantitinya paling banyak. Oleh karena itu perlu meningkatkan kualitas sumber daya manusia yang mumpuni, mempunyai etos kerja yang lebih dan mampu menciptakan kerja sama team yang solid. Adapun tugas dan tanggung jawab *Store Support* anatara lain:

##### (a) *Tugas Store Support*

- (1) Pengecekan dan pengepakan barang
- (2) Memasukkan alat sensor
- (3) Menempelkan barcode
- (4) Penyegelan barang
- (5) Melakukan *purchase order* (PO)

##### (b) *Tanggung Jawab Store Support*

- (1) Menghitung stok item barang yang ada di toko dengan yang ada di sistem (stock opname)
- (2) Membersihkan dan merapikan barang yang ada di display atau di toko
- (3) Mempunyai komunikasi yang baik, sopan, dan ramah
- (4) Mengevaluasi pekerjaan yang telah ditetapkan atau dilaksanakan
- (5) Mampu bekerja sama dengan team

#### 5). *Customer Service*

*Customer service* secara umum adalah setiap aktifitas yang diperuntukkan atau ditujukan untuk memberikan kepuasan melalui pelayanan yang diberikan seseorang kepada kliennya dalam menyelesaikan masalah dengan memuaskan pelanggan, pelayanan yang diberikan termasuk menerima keluhan atau masalah yang sedang dihadapi. *Customer service* memegang peranan yang sangat penting dalam memberikan pelayanan dan membina hubungan baik dengan pelanggan. Oleh karena itu, perwakilan *customer service* harus betul-betul memahami kondisi keluhan dan pertanyaan pelanggan, memberi informasi tentang produk dan layanan, menerima pesanan, dan memproses pengembalian barang atau retur barang. Selain itu, *customer service* juga aktif dalam memproses pesanan, modifikasi, dan meningkatkan pengaduan di sejumlah saluran komunikasi. Adapun tugas dan tanggung jawab *customer service* antara lain:

#### (a) Tugas *customer service*

##### (1) Penerimaan pelanggan

Dalam hal ini seorang *customer service* harus melayani pertanyaan-pertanyaan yang diajukan pelanggan serta memberikan informasi yang diinginkan selengkap mungkin secara ramah, sopan, menarik dan

menyenangkan. Harus selalu memberi perhatian, bicara dengan suara jelas serta lembut, dan memakai bahasa yang mudah dimengerti oleh pelanggan.

(2) *Customer relation office*

Artinya bahwa *customer service* dapat membina hubungan baik dengan pelanggan. Sehingga merasa puas, senang, dan juga semakin percaya.

(3) Komunikator

Dengan cara memberikan berbagai informasi dan kemudahan kepada pelanggan, juga sebagai tempat menampung berbagai macam keluhan, keberatan ataupun sebagai tempat konsultasi.

(b) Tanggung Jawab *Customer Service*

- (1) Menanggapi pertanyaan dari pelanggan tentang pesanan masa lalu, saat ini dan yang tertunda
- (2) Menjawab panggilan telepon, faks, dan email
- (3) Mengisi dokumen
- (4) Memelihara Peralatan Kantor
- (5) Mempertahankan sikap positif, empati dan profesional terhadap pelanggan setiap saat
- (6) Menanggapi pertanyaan pelanggan dengan segera
- (7) Berkomunikasi dengan pelanggan melalui berbagai saluran
- (8) Mengakui dan menyelesaikan keluhan pelanggan
- (9) Mengetahui fungsi produk, garansi produk, syarat garansi dan tujuan produk
- (10) Memproses pesanan, formulir, aplikasi, dan permintaan
- (11) Menyimpan catatan interaksi pelanggan, transaksi, komentar dan keluhan

- (12) Berkomunikasi dan berkoordinasi dengan baik
- (13) Memberikan umpan balik tentang efisiensi proses layanan pelanggan
- (14) Memastikan kepuasan pelanggan dan memberikan dukungan pelanggan secara profesional

#### 6). Kasir

Kasir adalah salah satu posisi yang sangat penting pada sebuah toko. Hal ini karena kasir merupakan orang yang berhadapan langsung dengan pelanggan dan keuangan toko. Maka, orang yang layak menempati jabatan ini adalah dia yang berkepribadian yang baik, berpenampilan menarik dan tidak ceroboh. Kasir yang sopan dan bisa melayani pelanggan dengan baik tentu akan mempermudah mencapai target closing penjualan. Untuk itu, seorang kasir harus mengetahui apa tugas dan tanggungjawab mereka. Adapun tugas dan tanggung jawab kasir antara lain:

##### (a) Tugas kasir

Seorang kasir harus memahami apa yang menjadi tugasnya agar bisa bekerja dengan baik. Tugas secara umum seorang kasir antara lain sebagai berikut:

- (1) Menjalankan proses penjualan dan penerimaan pembayaran
- (2) Mencatat setiap transaksi
- (3) Membantu memberikan informasi mengenai suatu produk kepada pelanggan
- (4) Melayani transaksi dan packing barang
- (5) Melakukan pengecekan barang sebelum menyerahkan ke pelanggan

##### (b) Tanggung Jawab Kasir

Semua Pekerjaan sudah seharusnya diselesaikan dengan baik dan penuh

tanggung jawab. Begitu juga kasir mempunyai tanggung jawab dalam menjalankan tugas-tugasnya. Berikut ini beberapa tanggung jawab kasir antara lain:

- (1) Bertanggung jawab terhadap transaksi penjualan
- (2) Menyetorkan uang transaksi penjualan dan serah terima shif
- (3) Memberikan laporan pada atasan

## **B. Hasil Penelitian**

### **1. Analisis Deskriptif**

#### **a. Deskripsi Responden**

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan terhadap 100 orang responden. Maka dapat diidentifikasi mengenai karakteristik responden sebagai berikut:

Tabel 4.1 Frekuensi Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No	Jenis kelamin	Jumlah	Presentase
1	Laki-laki	39	59%
2	Perempuan	61	61%
Jumlah		100	100%

*Sumber: Data Primer Diolah, 2024*

Berdasarkan tabel 4.5 menunjukkan bahwa responden dalam penelitian ini sebagian besar adalah laki-laki sebanyak 54 orang atau 54 persen dan perempuan sebanyak 46 atau 46 persen. Jadi dapat dikatakan bahwa mayoritas responden dalam penelitian ini adalah laki-laki.

#### **b. Deskripsi Variabel**

##### **1) Kualitas Pelayanan**

Kualitas pelayanan merupakan segala bentuk aktivitas yang dilakukan oleh perusahaan untuk memenuhi harapan pelanggan. Kualitas pelayanan toko Bintang Makassar Cabang Alauddin diukur menggunakan lima (5) indikator yang dikemukakan oleh Tjiptono (2011) yaitu keandalan (*reability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*asurance*), empati (*emphaty*), dan bukti fisik (*tangible*). Untuk mengetahui distribusi jawaban responden mengenai masing-masing indikator, maka dilakukan analisis sebagai berikut:

**a) Keandalan (*Reability*)**

Keandalan (*Reability*) merupakan kemampuan dari suatu perusahaan untuk memberikan pelayanan secara akurat dan terpercaya (Tjiptono, 2011). Hal ini penting mengingat pelanggan membutuhkan pembuktian dari pelayanan yang diberikan oleh toko Bintang Makassar Cabang Alauddin. Untuk mengukur indikator keandalan (*reability*), dalam upaya mengetahui kualitas pelayanan di toko Bintang Makassar Cabang Alauddin dapat dilihat jawaban dari responden pada tabel 4.2 sebagai berikut:

Tabel 4.2 Frekuensi Keandalan (*reability*)

Keandalan ( <i>Reability</i> )										
Item	Frekuensi Jawaban					Total	Skor	Mean	Presentase	Kategori
	SS	S	RR	TS	STS					
X.1	38	45	16	1	0	100	420	4,2	84	Sangat baik
X.2	45	39	14	1	1	100	426	4,26	85	Sangat baik
X.3	41	47	11	1	0	100	428	4,28	86	Sangat baik
<b>Rata-rata</b>							<b>427</b>	<b>4,27</b>	<b>85</b>	<b>Sangat baik</b>

*Sumber: Hasil olah data kuesioner nomor 1-3*

Berdasarkan tabel di atas terdapat 3 pernyataan pada indikator keandalan (*reability*) dan dari seluruh jawaban responden pada kuesioner



indikator keandalan (*reability*) dapat diketahui bahwa rata-rata jawaban dari 100 responden yang berada pada pilihan “setuju” dengan rata-rata presentase jawaban dari 3 pernyataan tersebut adalah 85%. Dari presentase tersebut menunjukkan bahwa keandalan (*reability*) kualitas pelayanan di toko Bintang Cabang Alauddin dapat dikategorikan sangat baik. Adapun kategori sangat baik tersebut dapat dilihat berdasarkan analisis jawaban responden pada setiap pernyataan yang digunakan pada indikator keandalan (*reability*) sebagai berikut:

(1) Memberikan pelayanan dengan tepat (X.1)

Berdasarkan tabel 4.2 untuk pernyataan nomor item X.1, dapat dilihat jawaban dari responden yaitu sebanyak 38 responden menyatakan sangat setuju, 45 responden menyatakan setuju, 16 responden menyatakan ragu-ragu dan sebanyak 1 responden menyatakan tidak setuju dengan pernyataan tersebut. Sehingga dapat dikatakan bahwa menurut responden, Toko Bintang Makassar Cabang Alauddin sudah memberikan pelayanan secara tepat kepada pelanggan.

(2) Karyawan sigap melayani pelanggan (X.2)

Berdasarkan tabel 4.2 untuk pernyataan nomor item X.2, dapat dilihat jawaban dari responden yaitu sebanyak 45 responden menyatakan sangat setuju, 39 responden menyatakan setuju, 14 responden menyatakan ragu-ragu, dan 1 responden menyatakan tidak setuju. Sehingga, dapat dikatakan bahwa menurut responden, karyawan toko Bintang Makassar Cabang Alauddin sigap dalam memberikan pelayanan kepada pelanggan

(3) Jujur dalam memberikan keterangan kepada pelanggan (X.3)

Berdasarkan tabel 4.2 untuk pernyataan nomor item X.3, dapat dilihat jawaban dari responden yaitu sebanyak 41 responden menyatakan sangat setuju, 47 responden menyatakan setuju, 11 responden menyatakan netral dan 1 responden menyatakan tidak setuju. Sehingga, dapat dikatakan bahwa menurut responden, toko Bintang Makassar Cabang Alauddin selalu jujur dalam memberikan keterangan kepada pelanggan.

Berdasarkan dari tiga (3) pernyataan tersebut, maka dapat dikatakan bahwa indikator keandalan (*reability*) yang berada dalam kategori sangat baik dan hal tersebut dapat dicapai karena responden menyetujui bahwa keandalan (*reability*) dari pelayanan yang ada di toko Bintang Makassar Cabang Alauddin memiliki kemampuan yang dapat memberikan pelayanan secara tepat dan terpercaya.

#### **b) Daya Tanggap (*Responsiveness*)**

Daya tanggap (*Responsiveness*) merupakan suatu sikap untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat dan tepat kepada pelanggan dengan penyampaian informasi yang jelas (Tjiptono, 2011). Untuk mengukur indikator daya tanggap (*responsiveness*) dalam upaya mengetahui kualitas pelayanan di toko Bintang Makassar Cabang Alauddin dapat dilihat jawaban dari responden pada tabel 4.3 sebagai berikut.

Tabel 4.3 Frekuensi Daya Tanggap (*Responsiveness*)

<b>Daya Tanggap (<i>Responsiveness</i>)</b>						
<b>Item</b>	<b>Frekuensi Jawaban</b>	<b>Total</b>	<b>Skor</b>	<b>Mean</b>	<b>Presentase</b>	<b>Kategori</b>

	SS	S	RR	TS	STS					
X.4	37	46	12	4	1	100	414	4,14	83	Sangat baik
X.5	38	38	18	5	1	100	407	4,07	81	Sangat baik
X.6	40	37	16	7	0	100	410	4,1	82	Sangat baik
<b>Rata-rata</b>							<b>409</b>	<b>4,085</b>	<b>82</b>	<b>Sangat baik</b>

*Sumber: Hasil olah data kuesioner nomor 4-6*

Berdasarkan tabel 4.3 di atas terdapat 3 pernyataan pada indikator daya tanggap (*responsiveness*) dan dari seluruh jawaban responden pada kuesioner indikator daya tanggap (*responsiveness*) dapat diketahui rata-rata jawaban dari 100 responden yang berada pada pilihan “setuju” dengan rata-rata presentase jawaban dari 3 pernyataan tersebut adalah 82%. Dari presentase tersebut menunjukkan bahwa daya tanggap (*responsiveness*) kualitas pelayanan di toko Bintang Cabang Alauddin dapat dikategorikan sangat baik. Adapun kategori sangat baik tersebut dapat dilihat berdasarkan analisis jawaban responden pada setiap pernyataan yang digunakan pada indikator daya tanggap (*responsiveness*) sebagai berikut:

(1) Karyawan merespon setiap pertanyaan dengan cepat (X.4)

Berdasarkan tabel 4.3 untuk pernyataan nomor item X.4, dapat dilihat jawaban dari responden yaitu sebanyak 37 responden menyatakan sangat setuju, 46 responden menyatakan setuju, 12 responden menyatakan ragu-ragu, 4 responden tidak setuju dan 1 responden menyatakan sangat tidak setuju dengan pernyataan tersebut. Sehingga dapat dikatakan bahwa menurut responden, karyawan di toko Bintang Makassar Cabang Alauddin selalu merespon pertanyaan dari setiap pelanggan.

(2) Karyawan menanggapi pelanggan dengan baik (X.5)

Berdasarkan tabel 4.3 untuk pernyataan nomor item X.5, dapat dilihat jawaban dari responden yaitu sebanyak 38 responden menyatakan sangat setuju, 38 responden menyatakan setuju, 18 responden menyatakan ragu-ragu, 5 responden menyatakan tidak setuju dan 1 responden menyatakan sangat tidak setuju dengan pernyataan tersebut. Sehingga dari rata-rata jawaban responden dapat dikatakan bahwa toko Bintang Makassar Cabang Alauddin selalu menangani keluhan dari setiap pelanggan dengan cepat.

(3) Karyawan memberikan informasi yang jelas (X.6)

Berdasarkan tabel 4.3 untuk pernyataan nomor item X.6, dapat dilihat jawaban dari responden yaitu sebanyak 40 responden menyatakan sangat setuju, 37 responden menyatakan setuju, 16 responden menyatakan netral, dan 7 responden menyatakan tidak setuju dengan pernyataan tersebut. Sehingga dari rata-rata jawaban responden dapat dikatakan bahwa pelayanan kasir di toko Bintang Makassar Cabang Alauddin selalu dilakukan secara cepat.

Berdasarkan dari tiga (3) pernyataan tersebut, maka dapat dikatakan bahwa indikator daya tanggap (*responsiveness*) yang dalam kategori sangat baik, dapat dicapai karena responden menyetujui bahwa daya tanggap (*responsiveness*) dari pelayanan yang ada di toko Bintang Makassar Cabang Alauddin memiliki kemauan untuk membantu pelanggan dan memberikan jasa dengan cepat.

**c) Jaminan (*Assurance*)**

Jaminan (*Assurance*) merupakan sikap yang diberikan kepada pelanggan meliputi kesopansantunan, sehingga dapat menumbuhkan rasa percaya para pelanggan kepada perusahaan (Tjiptono, 2011). Untuk mengukur indikator jaminan (*assurance*), dalam upaya mengetahui kualitas pelayanan di toko Bintang Makassar Cabang Alauddin dapat dilihat jawaban dari responden pada tabel 4.8 sebagai berikut.

Tabel 4.4 Frekuensi Jaminan (Assurance)

Jaminan (Assurance)										
Item	Frekuensi Jawaban					Total	Skor	Mean	Presentase	Kategori
	SS	S	RR	TS	STS					
X.7	41	36	19	3	1	100	413	4,13	83	Sangat baik
X.8	47	36	13	2	2	100	424	4,24	85	Sangat baik
X.9	50	32	12	6	0	100	426	4,26	85	Sangat baik
<b>Rata-rata</b>							<b>425</b>	<b>4,25</b>	<b>85</b>	<b>Sangat baik</b>

Sumber: Hasil olah data kuesioner nomor 7-9

Berdasarkan tabel 4.4 di atas terdapat 3 pernyataan pada indikator jaminan (*assurance*) dan dari seluruh jawaban responden pada kuesioner indikator jaminan (*assurance*) dapat diketahui rata-rata jawaban dari 100 responden yang berada pada pilihan “setuju” dengan rata-rata presentase jawaban dari 3 pernyataan tersebut adalah 85 persen. Dari presentase tersebut menunjukkan bahwa jaminan (*assurance*) kualitas pelayanan di toko Bintang Makassar Cabang Alauddin dapat dikategorikan sangat baik. Adapun kategori sangat baik tersebut dapat dilihat berdasarkan analisis jawaban responden pada setiap pernyataan yang digunakan pada indikator Jaminan (*assurance*) sebagai berikut:

- (1) Karyawan sopan dalam melayani pelanggan (X.7)

Berdasarkan tabel 4.4 untuk pernyataan nomor item X.7, dapat dilihat jawaban dari responden yaitu sebanyak 41 responden menyatakan sangat setuju, 36 responden menyatakan setuju, 19 responden menyatakan ragu-ragu, 3 responden menyatakan tidak setuju, dan 1 responden menyatakan sangat tidak setuju dengan pernyataan tersebut. Sehingga dari rata-rata jawaban responden dapat dikatakan bahwa karyawan toko Bintang Makassar Cabang Alauddin selalu berperilaku sopan dalam memberikan pelayanan kepada pelanggan.

(2) Memberikan ganti rugi apabila ada barang pelanggan yang rusak (X.8)

Berdasarkan tabel 4.4 untuk pernyataan nomor item X.8, dapat dilihat jawaban dari responden yaitu sebanyak 47 responden menyatakan sangat setuju, 36 responden menyatakan setuju, 13 responden menyatakan ragu-ragu, 2 responden menyatakan tidak setuju, 2 responden menyatakan sangat tidak setuju dengan pernyataan tersebut. Sehingga dari rata-rata jawaban responden dapat dikatakan bahwa karyawan toko Bintang Makassar Cabang Alauddin dapat dipercaya dalam menjaga barang titipan pelanggan yang ada di tempat penitipan barang.

(3) Pelanggan merasa aman dalam bertransaksi (X.9)

Berdasarkan tabel 4.4 untuk pernyataan nomor item X.9, dapat dilihat jawaban dari responden yaitu sebanyak 50 responden menyatakan sangat setuju, 32 responden menyatakan setuju, 12 responden menyatakan ragu-ragu dan 6 responden menyatakan tidak setuju dengan pernyataan tersebut. Sehingga dari rata-rata jawaban responden dapat dikatakan bahwa toko Bintang Makassar Cabang Alauddin akan memberikan ganti rugi apabila ada barang pelanggan yang rusak.

Berdasarkan dari tiga (3) pernyataan tersebut, maka dapat dikatakan bahwa indikator jaminan (*assurance*) yang dalam kategori sangat baik, dapat dicapai karena responden menyetujui bahwa jaminan (*assurance*) dari pelayanan yang ada di toko Bintang Makassar Cabang Alauddin dapat memberikan dan meningkatkan kepercayaan pelanggan.

#### d) Empati (*empathy*)

Empati (*emphaty*) merupakan pemberian perhatian yang tulus dan bersifat pribadi yang diberikan kepada pelanggan dengan berupaya memahami keinginan konsumen (Tjiptono, 2011). Untuk mengukur indikator empati (*emphaty*), dalam upaya mengetahui kualitas pelayanan di toko Bintang Makassar Cabang Alauddin dapat dilihat jawaban dari responden pada tabel 4.5 sebagai berikut.

Tabel 4.5 Frekuensi Empati (*Empathy*)

Empati ( <i>empathy</i> )										
Item	Frekuensi Jawaban					Total	Skor	Mean	Presentase	Kategori
	SS	S	RR	TS	STS					
X.10	42	34	19	4	1	100	412	4,12	82	Sangat baik
X.11	43	35	15	7	0	100	414	4,14	83	Sangat baik
X.12	42	36	17	4	1	100	414	4,14	83	Sangat baik
<b>Rata-rata</b>							<b>414</b>	<b>4,14</b>	<b>85</b>	<b>Sangat baik</b>

Sumber: Hasil olah data kuesioner nomor 14-16

Berdasarkan tabel 4.5 di atas terdapat 3 pernyataan pada indikator empati (*empathy*) dan dari seluruh jawaban responden pada kuesioner indikator empati (*empathy*) dapat diketahui rata-rata jawaban dari 100 responden yang berada pada pilihan "setuju" dengan rata-rata presentase jawaban dari 3 pernyataan tersebut adalah 85%. Dari presentase tersebut menunjukkan bahwa

empati (*empathy*) kualitas pelayanan yang ada di toko Bintang Makassar Cabang Alauddin dapat dikategorikan sangat baik. Adapun kategori sangat baik tersebut dapat dilihat berdasarkan analisis jawaban responden pada setiap pernyataan yang digunakan pada indikator empati (*empathy*) sebagai berikut:

(1) Karyawan memberikan perhatian individual kepada para pelanggan (X.10)

Berdasarkan tabel 4.5 untuk pernyataan nomor item X.10, dapat dilihat jawaban dari responden yaitu sebanyak 42 responden menyatakan sangat setuju, 34 responden menyatakan setuju, 19 responden menyatakan ragu-ragu, 4 responden tidak setuju dan 1 responden menyatakan sangat tidak setuju dengan pernyataan tersebut. Sehingga dari rata-rata jawaban responden dapat dikatakan bahwa karyawan toko Bintang Makassar Cabang Alauddin selalu memberikan perhatian individual kepada para pelanggan.

(2) Karyawan memberikan perhatian lebih kepada pelanggan (X.11)

Berdasarkan tabel 4.5 untuk pernyataan nomor item X.11, dapat dilihat jawaban dari responden yaitu sebanyak 43 responden menyatakan sangat setuju, 35 responden menyatakan setuju, 15 responden menyatakan ragu-ragu, dan 7 responden tidak setuju dengan pernyataan tersebut. Sehingga dari rata-rata jawaban responden dapat dikatakan bahwa karyawan toko Bintang Makassar Cabang Alauddin selalu memberikan perhatian lebih kepada para pelanggan.

(3) Karyawan melayani dengan ramah (X.12)

Berdasarkan tabel 4.5 untuk pernyataan nomor item X.12, dapat dilihat jawaban dari responden yaitu sebanyak 42 responden menyatakan sangat setuju, 36 responden menyatakan setuju, 17 responden menyatakan ragu-ragu, 4 responden tidak setuju dan 1 responden menyatakan sangat tidak



setuju dengan pernyataan tersebut. Sehingga dari rata-rata jawaban responden dapat dikatakan bahwa karyawan toko Bintang Makassar Cabang Alauddin selalu ramah dalam memberikan pelayanan kepada para pelanggan.

Berdasarkan dari tiga (3) pernyataan tersebut, maka dapat dikatakan bahwa indikator empati (*empathy*) yang dalam kategori sangat baik, dapat dicapai karena responden menyetujui bahwa empati (*empathy*) dari pelayanan yang ada di toko Bintang Makassar Cabang Alauddin memberikan kepedulian dan perhatian pribadi dalam memberikan pelayanan kepada pelanggan.

#### e) Bukti Fisik (*Tangible*)

Bukti fisik (*Tangible*) merupakan kemampuan suatu perusahaan dalam menunjukkan ekistensinya kepada pelanggan (Tjiptono, 2011). Jika bukti fisik (*tangible*) yang dirasakan oleh pelanggan sudah baik, maka pelanggan akan menilai kualitas pelayanan yang diberikan oleh toko Bintang Makassar Cabang Alauddin sudah baik dan memenuhi harapan pelanggan. Untuk mengukur indikator bukti fisik (*tangible*), dalam upaya mengetahui kualitas pelayanan di toko Bintang Makassar Cabang Alauddin dapat dilihat jawaban dari responden pada tabel 4.10 sebagai berikut.

Tabel 4.6 Frekuensi Bukti Fisik (*Tangible*)

Bukti Fisik ( <i>Tangible</i> )										
Item	Frekuensi Jawaban					Total	Skor	Mean	Presentase	Kategori
	SS	S	RR	TS	STS					
X.13	48	35	11	5	1	100	424	4,24	85	Sangat baik
X.14	36	30	27	6	1	100	394	3,94	79	Baik
X.15	36	37	22	4	1	100	403	4,03	81	Sangat baik
Rata-rata							399	3,985	80	Baik

Sumber: Hasil olah data kuesioner nomor 17-19

Berdasarkan tabel 4.6 di atas terdapat 3 pernyataan pada indikator bukti fisik (*tangible*) dan dari seluruh jawaban responden pada kuesioner indikator bukti fisik (*tangibility*) dapat diketahui rata-rata jawaban dari 100 responden yang berada pada pilihan “setuju” dengan rata-rata presentase jawaban dari 3 pernyataan tersebut adalah 80%. Dari presentase tersebut menunjukkan bahwa bukti fisik (*tangibility*) dari kualitas pelayanan yang ada di toko Bintang Makassar Cabang Alauddin dapat dikategorikan baik. Adapun kategori baik tersebut dapat dilihat berdasarkan analisis jawaban responden pada setiap pernyataan yang digunakan pada indikator bukti fisik (*tangibility*) sebagai berikut:

(1) Karyawan berpenampilan rapi (X.13)

Berdasarkan tabel 4.6 untuk pernyataan nomor item X.13, dapat dilihat jawaban dari responden yaitu sebanyak 48 responden menyatakan sangat setuju, 35 responden menyatakan setuju, 11 responden menyatakan ragu-ragu, 5 responden tidak setuju dan 1 responden menyatakan sangat tidak setuju dengan pernyataan tersebut. Sehingga dari rata-rata jawaban responden dapat dikatakan bahwa karyawan toko Bintang Makassar Cabang Alauddin selalu berpenampilan rapi dalam memberikan pelayanan kepada pelanggan.

(2) Kondisi barang pada rak tertata dengan rapi (X.14)

Berdasarkan tabel 4.6 untuk pernyataan nomor item X.14, dapat dilihat jawaban dari responden yaitu sebanyak 36 responden menyatakan sangat setuju, 30 responden menyatakan setuju, 27 responden menyatakan ragu-ragu, 6 responden menyatakan tidak setuju, dan 1 responden menyatakan sangat tidak setuju dengan pernyataan tersebut. Sehingga dari rata-rata

jawaban responden dapat dikatakan bahwa kondisi barang pada rak di toko Bintang Makassar Cabang Alauddin selalu tertata dengan rapi.

(3) Kondisi ruangan bersih (X.15)

Berdasarkan tabel 4.6 untuk pernyataan nomor item X.15, dapat dilihat jawaban dari responden yaitu sebanyak 36 responden menyatakan sangat setuju, 37 responden menyatakan setuju, 22 responden menyatakan ragu-ragu, dan sebanyak 4 responden menyatakan tidak setuju, 1 responden menyatakan sangat tidak setuju dengan pernyataan tersebut. Sehingga dari rata-rata jawaban responden dapat dikatakan bahwa kondisi ruangan di toko Bintang Makassar Cabang Alauddin bersih.

Berdasarkan dari tiga (3) pernyataan tersebut, maka dapat dikatakan bahwa indikator bukti fisik (*tangible*) yang dalam kategori sangat baik, dapat dicapai karena responden menyetujui bahwa indikator bukti fisik (*tangible*) dari pelayanan yang ada di toko Bintang Makassar Cabang Alauddin mampu menunjukkan ekistensinya kepada pelanggan.

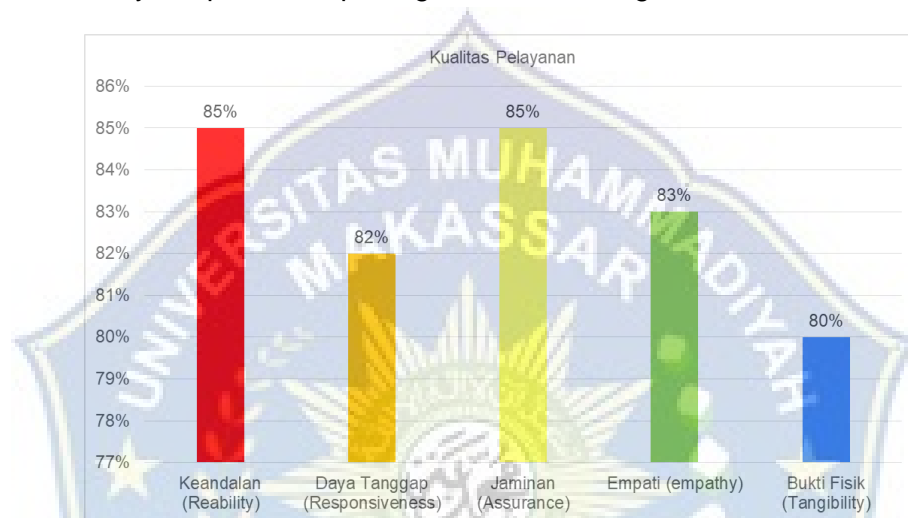
Untuk mengetahui rata-rata jawaban dari keseluruhan indikator variabel kualitas pelayanan toko Bintang Makassar Cabang Alauddin berdasarkan hasil indikator-indikator, dapat dilihat pada tabel 4.7 berikut.

Tabel 4.7 Frekuensi Indikator Pencapaian Kualitas Pelayanan

<b>Kualitas Pelayanan</b>		
<b>Indikator</b>	<b>Pencapaian (%)</b>	<b>Kategori</b>
Keandalan ( <i>Reability</i> )	85%	Sangat baik
Daya Tanggap ( <i>Responsiveness</i> )	82%	Sangat baik
Jaminan ( <i>Assurance</i> )	85%	Sangat baik
Empati ( <i>empathy</i> )	83%	Sangat baik
Bukti Fisik ( <i>Tangibility</i> )	80%	Sangat baik
<b>Rata-rata</b>	<b>83%</b>	<b>Sangat baik</b>

Sumber: Data Primer Diolah, 2024

Berdasarkan data pada tabel 4.7 di atas, dapat diketahui bahwa tingkat pencapaian presentase rata-rata pada indikator kualitas pelayanan yang dilihat melalui jawaban responden yaitu sebesar 83% dan hal ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan yang ada di toko Bintang Makassar Cabang Alauddin ditinjau dari masing-masing indikator berada dalam kategori sangat baik. Adapun grafik persentasenya dapat dilihat pada gambar 4.2 sebagai berikut.



Gambar 4.2 Grafik persentase variabel kualitas pelayanan

Sumber: Data Primer Diolah, 2024

Berdasarkan grafik presentase variabel kualitas pelayanan pada gambar 4.2 di atas, dapat dilihat bahwa pada indikator keandalan (*reability*) mendapatkan presentase sebesar 85 persen, indikator daya tanggap (*responsiveness*) sebesar 82 persen, indikator jaminan (*assurance*) memiliki presentase 85 persen, indikator empati (*emphaty*) dan bukti fisik (*tangibility*) memiliki presentase pencapaian yaitu sebesar 80 persen,. Dari grafik pencapaian variabel kualitas pelayanan tersebut, maka dapat dikatakan bahwa kualitas pelayanan yang ada di toko Bintang Makassar Cabang Alauddin dalam kategori sangat baik.

## 2) Loyalitas Pelanggan

Loyalitas pelanggan merupakan suatu sikap atau respon yang ditunjukkan oleh pelanggan dengan tetap membeli produk atau jasa dari suatu perusahaan tanpa terpengaruh dengan produk atau jasa yang ditawarkan oleh perusahaan lain. Loyalitas pelanggan toko Bintang Makassar Cabang Alauddin diukur menggunakan empat (4) indikator yang dikemukakan oleh Ayuni & Prasetyawati (2020) yaitu melakukan pembelian berulang secara teratur (*repeat purchase*), membeli antar lini produk atau jasa (*purchases across product and service line*), merekomendasikan kepada orang lain (*refers others*), dan menunjukkan kekebalan terhadap daya tarik pesaing (*demonstrates immunity to the pull of the competition*). Untuk mengetahui distribusi jawaban responden mengenai masing-masing indikator, maka dilakukan analisis sebagai berikut:

**a). Melakukan pembelian berulang secara teratur**

Melakukan pembelian secara teratur (*Makes regular repeat purchase*), yaitu konsumen yang loyal akan memiliki kebiasaan melakukan pembelian secara teratur dikarenakan adanya kepuasan dalam pembelian sebelumnya, seringkali terjadi secara alami karena merasa memiliki ikatan emosi yang kuat pada brand maupun pada produk dan jasa yang ditawarkan (Ayuni & Prasetyawati, 2020). Untuk mengukur indikator melakukan pembelian berulang secara teratur, dalam upaya mengetahui loyalitas pelanggan di toko Bintang Makassar Cabang Alauddin dapat dilihat jawaban dari responden pada tabel 4.8 sebagai berikut.

Tabel 4.8 Frekuensi Melakukan Pembelian Berulang Secara Teratur

Item	Frekuensi Jawaban					Total	Skor	Mean	Persentase	Kategori
	SS	S	RR	TS	STS					
Y.1	35	41	20	3	1	100	406	4,06	81	Sangat baik
Y.2	40	38	19	2	1	100	414	4,14	83	Sangat

										baik
Y.3	44	41	11	3	1	100	424	4,24	85	Sangat baik
<b>Rata-rata</b>							<b>415</b>	<b>4,14</b>	<b>83</b>	<b>Sangat baik</b>

Sumber: Data Primer Diolah, 2024

Berdasarkan tabel 4.8 di atas terdapat 3 pernyataan pada variabel loyalitas pelanggan untuk mengukur jawaban responden terhadap indikator melakukan pembelian berulang secara teratur dan dari seluruh jawaban responden pada pernyataan tersebut, dapat diketahui rata-rata jawaban dari 100 responden berada pada pilihan "setuju" dengan rata-rata presentase jawaban dari 3 pernyataan tersebut adalah 83 persen dan dalam kategori sangat baik. Adapun kategori sangat baik tersebut dapat dilihat berdasarkan analisis jawaban responden pada setiap pernyataan yang digunakan pada indikator melakukan pembelian berulang secara teratur, sebagai berikut:

(1) Saya selalu berniat untuk menggunakan produk/jasa dari toko Bintang Makassar Cabang Alauddin (Y.1)

Berdasarkan tabel 4.8 untuk pernyataan nomor item Y.1, dapat dilihat jawaban dari responden yaitu sebanyak 35 responden menyatakan sangat setuju, 41 responden menyatakan setuju, 20 responden menyatakan ragu-ragu, 3 responden menyatakan tidak setuju dan 1 responden menyatakan sangat tidak setuju dengan pernyataan tersebut. Sehingga dari rata-rata jawaban responden dapat dikatakan bahwa para pelanggan akan selalu berniat untuk menggunakan produk/jasa dari toko Bintang Makassar Cabang Alauddin.

(2) Produk/jasa toko Bintang Makassar Cabang Alauddin selalu sesuai dengan yang saya inginkan (Y.2)

Berdasarkan tabel 4.8 untuk pernyataan nomor item Y.2, dapat dilihat jawaban dari responden yaitu sebanyak 40 responden menyatakan sangat setuju, 38 responden menyatakan setuju, 19 responden menyatakan ragu-ragu, 2 responden menyatakan tidak setuju dan 1 responden menyatakan sangat tidak setuju dengan pernyataan tersebut. Sehingga dari rata-rata jawaban responden dapat dikatakan bahwa produk/jasa toko Bintang Makassar Cabang Alauddin selalu sesuai dengan keinginan pelanggan.

- (3) Saya merasa puas menggunakan produk/jasa dari toko Bintang Makassar Cabang Alauddin (Y.3)

Berdasarkan tabel 4.8 untuk pernyataan nomor item Y.3, dapat dilihat jawaban dari responden yaitu sebanyak 44 responden menyatakan sangat setuju, 41 responden menyatakan setuju, dan sebanyak 11 responden menyatakan ragu-ragu, 3 responden menyatakan tidak setuju dan 1 responden menyatakan sangat tidak setuju dengan pernyataan tersebut. Sehingga dari rata-rata jawaban responden dapat dikatakan bahwa para pelanggan merasa puas menggunakan produk/jasa dari toko Bintang Makassar Cabang Alauddin.

Berdasarkan dari tiga (3) pernyataan tersebut, maka dapat dikatakan bahwa indikator pembelian berulang secara teratur berada pada kategori sangat baik dan hal tersebut dapat dicapai karena responden menyatakan merasa puas dengan produk atau layanan yang diberikan dan akan melakukan pembelian secara teratur di toko Bintang Makassar Cabang Alauddin.

**b). Membeli antarlini produk atau jasa**

Membeli antar lini produk atau jasa (*Purchases across product or service lines*), yaitu pelanggan yang loyal akan tetap melakukan pembelian baik dalam bentuk jasa maupun produk yang ditawarkan. Keputusan pembelian yang dilakukan berdasarkan kepuasan pelanggan yang diperolehnya dari pembelian sebelumnya baik dari produknya ataupun jasa yang ditawarkan, sehingga mengharapkan kepuasan yang sama (Ayuni & Prasetyawati, 2020). Untuk mengukur indikator membeli antar lini produk atau jasa, dalam upaya mengetahui loyalitas pelanggan di toko Bintang Makassar Cabang Alauddin dapat dilihat jawaban dari responden pada tabel 4.9 sebagai berikut.

Tabel 4.9 Frekuensi Membeli Antarlini Produk Atau Jasa

<b>Membeli Antarlini produk atau jasa</b>										
<b>Item</b>	<b>Frekuensi Jawaban</b>						<b>Skor</b>	<b>Mean</b>	<b>Persentase</b>	<b>Kategori</b>
	<b>SS</b>	<b>S</b>	<b>RR</b>	<b>TS</b>	<b>STS</b>	<b>Total</b>				
Y.4	32	32	27	8	1	100	386	3,86	77	Baik
Y.5	38	36	18	8	0	100	404	4,04	81	Sangat baik
Y.6	58	17	23	2	0	100	431	4,31	86	Baik
<b>Rata-rata</b>							<b>407</b>	<b>4,07</b>	<b>81</b>	<b>Sangat baik</b>

*Sumber: Data Primer Diolah, 2024*

Berdasarkan tabel 4.9 di atas terdapat 3 pernyataan pada variabel loyalitas pelanggan untuk mengukur jawaban responden terhadap indikator membeli antarlini produk/jasa dan dari seluruh jawaban responden pada pernyataan tersebut dapat diketahui rata-rata jawaban dari 100 responden berada pada pilihan setuju dengan rata-rata presentase jawaban dari 3 pernyataan tersebut adalah 81 persen dan dalam kategori sangat baik. Adapun kategori sangat baik tersebut dapat dilihat berdasarkan analisis jawaban



responden pada setiap pernyataan yang digunakan pada indikator membeli antar lini produk dan jasa, sebagai berikut:

- (1) Saya selalu menggunakan produk/jasa di toko Bintang Makassar Cabang Alauddin (Y.4)

Berdasarkan tabel 4.9 untuk pernyataan nomor item Y.4, dapat dilihat jawaban dari responden yaitu sebanyak 32 responden menyatakan sangat setuju, 32 responden menyatakan setuju, 27 responden menyatakan ragu-ragu, 8 responden menyatakan tidak setuju dan 1 responden menyatakan sangat tidak setuju dengan pernyataan tersebut. Sehingga dari rata-rata jawaban responden dapat dikatakan bahwa para pelanggan akan selalu menggunakan produk/jasa dari toko Bintang Makassar Cabang Alauddin.

- (2) Saya akan memilih produk/jasa dari toko Bintang Makassar Cabang Alauddin (Y.5)

Berdasarkan tabel 4.9 untuk pernyataan nomor item Y.5, dapat dilihat jawaban dari responden yaitu sebanyak 38 responden menyatakan sangat setuju, 36 responden menyatakan setuju, 18 responden menyatakan netral, dan 8 responden menyatakan tidak setuju dengan pernyataan tersebut. Sehingga dari rata-rata jawaban responden dapat dikatakan bahwa para pelanggan akan selalu memilih produk/jasa dari toko Bintang Makassar Cabang Alauddin.

- (3) Produk/jasa dari toko Bintang Makassar Cabang Alauddin sesuai dengan kebutuhan saya (Y.6)

Berdasarkan tabel 4.9 untuk pernyataan nomor item Y.6, dapat dilihat jawaban dari responden yaitu sebanyak 58 responden menyatakan sangat setuju, 17 responden menyatakan setuju, 23 responden menyatakan ragu-

ragu, dan 2 responden tidak setuju dengan pernyataan tersebut. Sehingga dari rata-rata jawaban responden dapat dikatakan bahwa kebutuhan pelanggan sesuai dengan produk/ jasa dari toko Bintang Makassar Cabang Alauddin.

Berdasarkan analisis jawaban dari responden pada tiga (3) pernyataan tersebut, maka dapat dikatakan bahwa indikator membeli antarlini produk atau jasa berada pada kategori sangat baik dan hal tersebut dapat dicapai karena responden menyatakan akan selalu membeli seluruh produk atau jasa yang mereka butuhkan di toko Bintang Makassar Cabang Alauddin.

### c). Merekomendasikan kepada orang lain

Merekomendasikan produk (*Refers other*), yaitu adanya kepuasan yang dirasakan pelanggan berdampak kepada output dari pelanggan itu sendiri. Ketika perusahaan dapat memenuhi sebagian besar keinginan pelanggan, maka pelanggan akan senang hati merekomendasikan kepada orang lain untuk menggunakan jasa atau produk dari perusahaan tersebut (Ayuni & Prasetyawati, 2020). Untuk mengukur indikator merekomendasikan kepada orang lain, dalam upaya mengetahui loyalitas pelanggan di toko Bintang Makassar Cabang Alauddin dapat dilihat jawaban dari responden pada tabel 4.10 sebagai berikut.

Tabel 4.10 Frekuensi Merekomendasikan Kepada Orang Lain

Merekomendasikan kepada orang lain										
Item	Frekuensi Jawaban						Skor	Mean	Persentase	Kategori
	SS	S	RR	TS	STS	Total				
Y.7	29	44	21	6	0	100	396	3,96	79	Baik
Y.8	24	53	13	9	1	100	390	3,9	78	Baik
<b>Rata-rata</b>							<b>393</b>	<b>3,93</b>	<b>79</b>	<b>Baik</b>

Sumber: Data Primer Diolah, 2024

Berdasarkan tabel 4.10 di atas terdapat 2 pernyataan pada variabel loyalitas pelanggan untuk mengukur jawaban responden terhadap indikator

merekomendasikan kepada orang lain dan dari seluruh jawaban responden pada pernyataan tersebut, dapat diketahui rata-rata jawaban dari 100 responden berada pada pilihan setuju, dengan rata-rata presentase jawaban dari 2 pernyataan tersebut adalah 79% dan dalam kategori baik. Adapun kategori baik tersebut dapat dilihat berdasarkan analisis jawaban responden pada setiap pernyataan yang digunakan pada indikator merekomendasikan kepada orang lain, sebagai berikut:

- (1) Saya sering menceritakan keunggulan dari produk/jasa toko Bintang Makassar Cabang Alauddin (Y.7)

Berdasarkan tabel 4.10 untuk pernyataan nomor item Y.7, dapat dilihat jawaban dari responden yaitu sebanyak 29 responden menyatakan sangat setuju, 44 responden menyatakan setuju, 21 responden menyatakan ragu-ragu, dan 6 responden menyatakan tidak setuju dengan pernyataan tersebut. Sehingga dari rata-rata jawaban responden dapat dikatakan bahwa para pelanggan akan menceritakan keunggulan dari produk/jasa toko Bintang Makassar Cabang Alauddin.

- (2) Saya sering merekomendasikan produk/jasa toko Bintang Makassar Cabang Alauddin pada saudara atau teman (Y.8)

Berdasarkan tabel 4.10 untuk pernyataan nomor item Y.8, dapat dilihat jawaban dari responden yaitu sebanyak 24 responden menyatakan sangat setuju, 53 responden menyatakan setuju, 13 responden menyatakan ragu-ragu, 9 responden menyatakan tidak setuju dan 1 responden menyatakan sangat tidak setuju dengan pernyataan tersebut. Sehingga dari rata-rata jawaban responden dapat dikatakan bahwa para pelanggan akan

merekomendasikan kepada orang terdekatnya untuk membeli produk/jasa dari toko Bintang Makassar Cabang Alauddin.

Berdasarkan analisis jawaban dari responden pada dua (2) pernyataan tersebut, maka dapat dikatakan bahwa indikator merekomendasikan kepada orang lain berada pada kategori sangat baik dan hal tersebut dapat dicapai karena responden menyatakan akan menjadi pelanggan yang selalu menyarankan produk/jasa yang mereka gunakan kepada orang terdekatnya.

#### d). Menunjukkan Kekebalan Terhadap Daya Tarik Pesaing

Menunjukkan kekebalan dari daya tarikan produk sejenis dari pesaing (*Demonstrates an immunity to the full of the competition*), yaitu konsumen yang loyal takkan mudah terpengaruh oleh tawaran dari perusahaan atau brand lain, mereka akan tetap menunjukkan kekebalan terhadap daya tarik pesaing, dan tetap melakukan pembelian pada tempat yang sama. Walaupun pesaing berlomba-lomba menggunakan berbagai alat komunikasi dan promosi yang membujuk konsumen, konsumen tetap loyal pada brand tersebut (Ayuni & Prasetyawati, 2020). Untuk mengukur indikator menunjukkan kekebalan terhadap daya tarik pesaing, dalam upaya mengetahui loyalitas pelanggan di toko Bintang Makassar Cabang Alauddin dapat dilihat jawaban dari responden pada tabel 4.16 sebagai berikut.

Tabel 4.11 Frekuensi Menunjukkan Kekebalan Terhadap Daya Tarik Pesaing

Menunjukkan kekebalan terhadap daya tarik pesaing										
Item	Frekuensi Jawaban						Skor	Mean	Persentase	Kategori
	SS	S	RR	TS	STS	Total				
Y.9	21	49	14	12	4	100	371	3,71	74	Baik
Y.10	24	47	20	7	2	100	384	3,84	77	Baik
<b>Rata-rata</b>							<b>377,5</b>	<b>3,775</b>	<b>76</b>	<b>Baik</b>

Sumber: Data Primer Diolah, 2024

Berdasarkan tabel 4.11 di atas terdapat 2 pernyataan pada variabel loyalitas pelanggan untuk mengukur jawaban responden terhadap indikator menunjukkan kekebalan terhadap daya tarik pesaing dan dari seluruh jawaban responden pada pernyataan tersebut, dapat diketahui rata-rata jawaban dari 100 responden berada pada pilihan "setuju" dengan rata-rata presentase jawaban dari 2 pernyataan tersebut adalah 76% dan dalam kategori baik. Adapun kategori baik tersebut dapat dilihat berdasarkan analisis jawaban responden pada setiap pernyataan yang digunakan pada menunjukkan kekebalan terhadap daya tarik pesaing, sebagai berikut:

(1) Saya tidak akan menggunakan produk lain selain dari toko Bintang Makassar Cabang Alauddin (Y.9)

Berdasarkan tabel 4.11, untuk pernyataan nomor item Y.9 dapat dilihat jawaban dari responden yaitu sebanyak 21 responden menyatakan sangat setuju, 49 responden menyatakan setuju, 14 responden menyatakan ragu-ragu, 12 responden menyatakan tidak setuju dan 4 orang menyatakan sangat tidak setuju dengan pernyataan tersebut. Sehingga dari rata-rata jawaban responden dapat dikatakan bahwa para pelanggan masih memiliki kecenderungan untuk tertarik menggunakan produk lain selain dari toko Bintang Makassar Cabang Alauddin.

(2) Saya akan loyal menggunakan produk/jasa dari toko Bintang Makassar Cabang Alauddin (Y.10)

Berdasarkan tabel 4.11, untuk pernyataan nomor item Y.10 dapat dilihat jawaban dari responden yaitu sebanyak 24 responden menyatakan sangat setuju, 47 responden menyatakan setuju, 20 responden menyatakan ragu-ragu, 7 responden menyatakan tidak setuju dan 2 responden menyatakan

sangat tidak setuju dengan pernyataan tersebut. Sehingga dari rata-rata jawaban responden dapat dikatakan bahwa para pelanggan akan loyal menggunakan produk/jasa dari toko Bintang Makassar Cabang Alauddin.

Berdasarkan analisis jawaban dari responden pada dua (2) pernyataan tersebut, maka dapat dikatakan bahwa indikator menunjukkan kekebalan terhadap daya tarik pesaing yang dalam kategori baik, dapat dicapai karena responden memilih untuk menjadi pelanggan yang loyal untuk toko Bintang Makassar Cabang Alauddin walaupun masih memiliki kecenderungan untuk terpengaruh atau dipengaruhi dengan produk/ jasa dari perusahaan lain.

Untuk mengetahui rata-rata jawaban dari keseluruhan indikator variabel Loyalitas Pelanggan Toko Bintang Makassar Cabang Alauddin berdasarkan hasil indikator-indikator, dapat dilihat pada tabel 4.12 berikut.

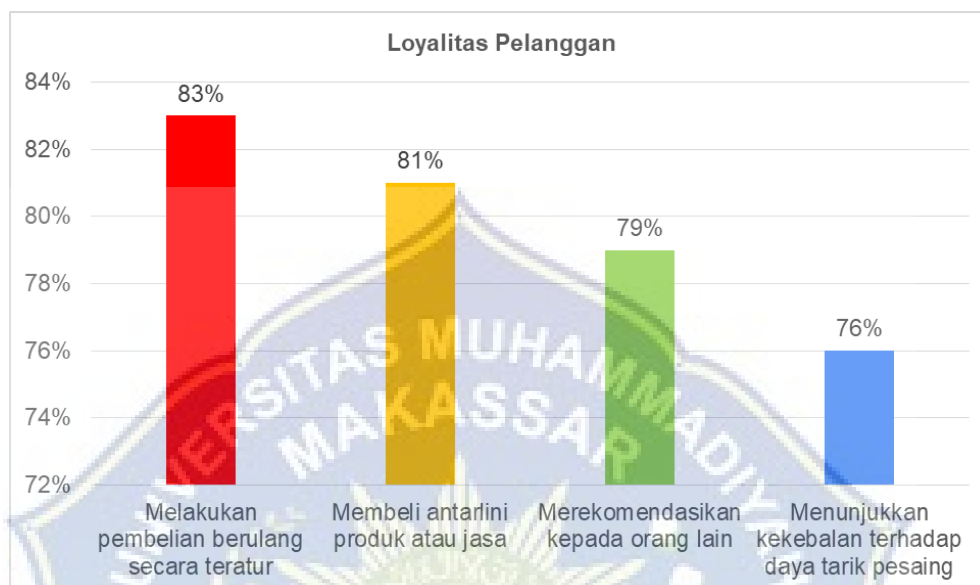
Tabel 4.12 Frekuensi Indikator Pencapaian Loyalitas Pelanggan

No	Loyalitas Pelanggan		
	Indikator	Persentase	Kategori
1	Melakukan pembelian berulang secara teratur	83%	Sangat baik
2	Membeli antar lini produk atau jasa	81%	Sangat baik
3	Merekomendasikan kepada orang lain	79%	Baik
4	Menunjukkan kekebalan terhadap daya tarik pesaing	76%	Baik
<b>Rata-rata</b>		<b>80%</b>	<b>Baik</b>

Sumber: Data Primer Diolah, 2024

Berdasarkan data pada tabel 4.12 di atas, dapat diketahui bahwa tingkat pencapaian presentase rata-rata pada indikator loyalitas pelanggan yaitu 80% dan hal ini menunjukkan bahwa loyalitas pelanggan yang ada di toko Bintang

Makassar Cabang Alauddin yang ditinjau dari masing-masing indikator berada dalam kategori baik. Adapun grafik presentasinya dapat dilihat pada gambar 4.3 sebagai berikut.



Gambar 4.3 Grafik persentase variabel loyalitas pelanggan

Sumber: Data Primer Diolah, 2024

Berdasarkan grafik presentase variabel loyalitas pelanggan pada gambar 4.3 diatas, dapat dilihat bahwa pada indikator melakukan pembelian berulang secara teratur mendapatkan presentase tertinggi yaitu sebesar 83 persen, sedangkan indikator membeli antar lini produk/jasa mendapatkan 81 persen, indikator merekomendasikan kepada orang lain memiliki presentase sebesar 79 persen dan indikator menunjukkan kekebalan terhadap daya tarik pesaing memiliki presentase tersendah yaitu 76 persen. Dari grafik pencapaian variabel loyalitas pelanggan tersebut maka, dapat dikatakan bahwa loyalitas pelanggan yang ada di toko Bintang Makassar Cabang Alauddin dalam kategori baik.

## 2. Uji Kualitas Data

### a. Uji Validitas

Pengujian validitas dilakukan untuk mengetahui valid atau tidaknya suatu kuesioner dari masing-masing variabel tersebut. Uji validitas yang telah dilakukan dalam penelitian ini ditampilkan dalam tabel berikut:

Tabel 4.13 Hasil Uji Validitas Item Variabel X

Indikator	r hitung	r tabel	keterangan
X.1	0,780	0,196	Valid
X.2	0,728	0,196	Valid
X.3	0,783	0,196	Valid
X.4	0,781	0,196	Valid
X.5	0,784	0,196	Valid
X.6	0,823	0,196	Valid
X.7	0,734	0,196	Valid
X.8	0,654	0,196	Valid
X.9	0,705	0,196	Valid
X.10	0,804	0,196	Valid
X.11	0,657	0,196	Valid
X.12	0,775	0,196	Valid
X.13	0,707	0,196	Valid
X.14	0,725	0,196	Valid
X.15	0,757	0,196	Valid

Sumber: Data Primer Diolah, 2024

Tabel 4.14 Hasil Uji Validitas Item Variabel Y

Indikator	r hitung	r tabel	keterangan
Y.1	0,775	0,196	Valid
Y.2	0,688	0,196	Valid
Y.3	0,674	0,196	Valid
Y.4	0,726	0,196	Valid
Y.5	0,787	0,196	Valid
Y.6	0,525	0,196	Valid
Y.7	0,526	0,196	Valid
Y.8	0,638	0,196	Valid
Y.9	0,728	0,196	Valid
Y.10	0,631	0,196	Valid

Sumber: Data Primer Diolah, 2024

Berdasarkan dari data diatas, kuesioner yang berisi dua (2) variabel, dan terdapat 25 pernyataan yang telah diisi oleh 100 responden pada penelitian ini. Salah satu cara agar bisa mengetahui kuesioner mana yang valid atau tidak



valid, kita harus mencari tahu  $r$  tabelnya terlebih dahulu. Rumus dari  $r$  tabel adalah  $df = N-2$  jadi  $100-2 = 98$ , sehingga  $r$  tabel = 0,196. Dari hasil perhitungan validitas pada tabel di atas, dapat diketahui bahwa tiap-tiap item memiliki nilai  $r$  hitung  $>$   $r$  tabel yaitu diatas 0,196. Sedangkan standar jika  $r$  hitung  $>$   $r$  tabel, maka instrumen penelitian dikatakan valid. Sehingga tiap-tiap item dari alat ukur yang digunakan penulis sudah memenuhi validitas.

#### b. Uji Realibilitas

Penelitian ini harus dilakukan uji reabilitas untuk mengukur konsisten atau tidak kuesioner dalam penelitian yang digunakan untuk mengukur pengaruh tidaknya variabel kualitas pelayanan (X) terhadap variabel loyalitas pelanggan (Y). Sebelum dilakukannya pengujian reliabilitas harus ada dasar pengambilan keputusan yaitu jika nilai *cronbach's alpha*  $>$  0,60, maka instrumen dikatakan reliabel dan jika nilai *cronbach's alpha*  $<$  0,60, maka instrumen dikatakan tidak reliabel. Hasil dari pengujian reliabilitas pada variabel penelitian ini sebagai berikut:

Tabel 4.15 Uji Reliabilitas Variabel Kualitas Pelayanan (X)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,942	15

Sumber: Data Primer Diolah, 2024

Hasil dari uji reliabilitas pada variabel kualitas pelayanan (X) dapat dilihat bahwa *cronbach's alpha* pada variabel ini lebih tinggi dari pada nilai dasar yaitu  $0,942 > 0,60$ . Dari hasil tersebut membuktikan bahwa semua pernyataan dalam kuesioner variabel (X) dinyatakan reliabel.

Tabel 4.16 Uji Reliabilitas Variabel Loyalitas Pelanggan (Y)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items

,864	10
------	----

Sumber: Data Primer Diolah, 2024

Hasil uji reliabilitas pada variabel kedua atau variabel loyalitas pelanggan (Y) dapat dilihat pada tabel 4.16 hasil yang dihasilkan dari variabel ini adalah  $0,864 > 0,60$ . Dari hasil tersebut bisa dikatakan bahwa semua pernyataan pada variabel ini dinyatakan reliabel atau bisa dipercaya.

### 3. Analisis Regresi Linier Sederhana

Analisis regresi linear sederhana digunakan untuk mengetahui arah hubungan antar variabel independen (X) dan variabel dependen (Y) apakah positif atau negatif. Dasar untuk membandingkan nilai signifikansi jika nilai sig. kurang dari 0,05 maka bisa dinyatakan variabel bebas berpengaruh dengan variabel terikat, tetapi jika nilai sig. lebih dari 0,05 maka variabel bebas dinyatakan tidak berpengaruh dengan variabel terikat. Hasil regresi linear sederhana pada penelitian ini dapat dilihat pada tabel 4.17 dibawah ini, yaitu

Tabel 4.17 Analisis Regresi Linier Sederhana

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	12,828	2,862		4,483	,000
Kualitas Pelayanan	,437	,045	,697	9,633	,000

a. Dependent Variable: Loyalitas Pelanggan

Sumber: Diolah Peneliti, SPSS 25 (2024)

Dari hasil uji di atas maka dapat dibentuk persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = a + bX$$

$$Y = 12,828 + 0,437 (X)$$

Berdasarkan hasil dari constant (a) sebesar 12,828 sedangkan nilai dari

kualitas pelayanan adalah 0,437. Hasil tersebut dapat dikatakan bahwa nilai koefisien regresi dari variabel X adalah 0,437 yang berarti bahwa setiap penambahan 1 persen nilai kualitas pelayanan, maka loyalitas pelanggan akan meningkat sebesar 0,437 (43,7%). Sehingga dapat dinyatakan bahwa variabel X dengan variabel Y berpengaruh positif. Selain itu, dari hasil di atas dapat diketahui nilai signifikan adalah 0,000 lebih kecil dari nilai probabilitasnya yaitu 0,05 sehingga dapat dinyatakan bahwa variabel kualitas pelayanan (X) berpengaruh signifikan terhadap variabel loyalitas pelanggan (Y).

#### 4. Uji Hipotesis

##### a. Uji T

Uji t (t-test) merupakan pengujian yang dilakukan untuk mengetahui apakah masing-masing variabel bebas memiliki pengaruh yang signifikan atau tidak terhadap variabel terikat. Adapun kriteria pengujian adalah sebagai berikut:

- $H_0$  ditolak jika nilai  $t_{hitung} < t_{tabel}$  atau nilai  $sig > \alpha$
- $H_a$  diterima jika nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  atau nilai  $sig < \alpha$

Tabel 4.18 Uji T

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	12,828	2,862		4,483	,000
Kualitas Pelayanan	,437	,045	,697	9,633	,000

a. Dependent Variable: Loyalitas Pelanggan

Hasil pengujian diperoleh nilai t untuk variabel kualitas pelayanan (X) menunjukkan nilai  $t_{hitung} = 9,633 > t_{tabel} 1,661$  dengan nilai signifikan sebesar =

0,000 > 0,05 dengan demikian berarti kualitas pelayanan (X) memiliki pengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan (Y). Maka dapat disimpulkan bahwa hipotesis diterima dan dinyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan toko Bintang Makassar Cabang Alauddin.

#### b. Analisis Koefisien Determinasi

Penelitian ini membutuhkan analisis koefisien determinasi untuk mengetahui seberapa besar variasi variabel bebas bisa menjelaskan seluruh varian dari variabel terikat. Nilai koefisien determinasi yaitu antara 0 sampai dengan 1. Jika  $R = 0$  maka tidak ada hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen. Sebaliknya, jika  $R = 1$  maka terdapat hubungan yang kuat antara variabel independen dengan variabel dependen. Hasil koefisien determinasi pada penelitian ini dapat dilihat pada tabel 4.19 dibawah ini yaitu:

Tabel 4.19 Analisis Koefisien Determinasi

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,697 <sup>a</sup>	,486	,481	4,443

a. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan

Sumber: Diolah Peneliti, SPSS 25 (2024)

Berdasarkan pada tabel 4.19, dapat diperoleh koefisien determinasi sebesar 0,486. Nilai ini diperoleh dengan cara mengkuadratkan koefisien korelasi (R), sehingga didapat nilai koefisien determinasi (R Square) sebesar 0,486. Berdasarkan hal tersebut, maka dapat dikatakan bahwa variabel kualitas pelayanan (X) memberikan pengaruh yang tinggi atau kuat sebesar 48,6 % pada variabel loyalitas pelanggan (Y) dan 51,4 % sisanya dipengaruhi oleh faktor lain

selain pelayanan.

### **C. Pembahasan**

Pada bagian ini akan membahas mengenai hasil penelitian tentang gambaran dan ada atau tidaknya pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan toko Bintang Makassar Cabang Alauddin. Pembahasan ini pun akan menjawab semua perumusan masalah yang ada dalam penelitian yang dijabarkan sebagai berikut:

#### **1. Kualitas Pelayanan**

Kualitas pelayanan adalah upaya pemenuhan yang dasarnya berpusat pada kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketetapan penyampaian untuk mengimbangi harapan pelanggan (Indrasari, 2019). Perusahaan yang memperhatikan pelanggan akan meningkatkan kualitas pelayanannya. Kualitas pelayanan didefinisikan sebagai segala bentuk aktivitas yang dilakukan oleh perusahaan untuk memenuhi harapan pelanggan yang ditunjukkan melalui sikap dan sifat dalam memberikan pelayanan untuk kepuasan pelanggan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan toko Bintang Makassar Cabang Alauddin berada pada kategori sangat baik (85%). Hal tersebut dilihat dari hasil pengukuran variabel kualitas pelayanan melalui indikator-indikator yang digunakan berdasarkan pendapat Tjiptono (2011) yakni keandalan (*reability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*asurance*), empati (*emphaty*), dan bukti fisik (*tangible*), menunjukkan bahwa semua indikator tersebut berada pada kategori sangat baik. Sehingga dapat dikatakan bahwa indikator yang digunakan mendukung kualitas variabel kualitas pelayanan.

##### **a). Keandalan (*reability*)**

Berdasarkan hasil dari analisis jawaban responden pada pernyataan indikator

keandalan (*reability*) diperoleh tingkat pencapaian responden sebesar 85 persen. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa keandalan (*reability*) dari pelayanan toko Bintang Makassar Cabang Alauddin yang dilihat dari jawaban responden berada pada kategori sangat baik. Hasil tersebut sejalan dengan pendapat Kotler (2011) yang berpendapat bahwa keadalan merupakan suatu karakteristik pelayanan yang harus diperhatikan, dengan memberikan layanan secara konsisten serta cepat dan tepat kepada pelanggan.

b). Daya tanggap (*responsiveness*)

Berdasarkan hasil dari analisis jawaban responden pada pernyataan indikator daya tanggap (*responsiveness*) diperoleh tingkat pencapaian responden sebesar 82 persen. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa daya tanggap (*responsiveness*) dari pelayanan toko Bintang Makassar Cabang Alauddin yang dilihat dari jawaban responden berada pada kategori sangat baik. Hasil penelitian ini sejalan dengan pendapat Kotler (2012) yang mengemukakan bahwa dimensi kualitas pelayanan yang harus dipenuhi oleh perusahaan adalah cepat tanggap. Artinya daya tanggap perusahaan dalam memberi layanan bagi pelanggan dengan sigap dan cepat dalam melayani serta menangani keluhan pelanggan.

c). Jaminan (*asurance*)

Berdasarkan hasil dari analisis jawaban responden pada pernyataan indikator jaminan (*asurance*) diperoleh tingkat pencapaian responden sebesar 85 persen. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa jaminan (*asurance*) dari pelayanan toko Bintang Makassar Cabang Alauddin yang dilihat dari jawaban responden berada pada kategori sangat baik. Hasil penelitian tersebut sejalan dengan pendapat Kotler (2011) yang mengemukakan bahwa pelayanan

harus memberikan keamanan kepada pelanggan. Artinya agar pelanggan terhindar dari risiko dan bahaya, maka perusahaan harus memastikan bahwa pelanggan tidak merasa khawatir dalam mendapatkan pelayanan yang diberikan.

d). Empati (*emphaty*)

Berdasarkan hasil dari analisis jawaban responden pada pernyataan indikator empati (*emphaty*), diperoleh tingkat pencapaian responden sebesar 83 persen. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa empati (*emphaty*) dari pelayanan toko Bintang Makassar Cabang Alauddin yang dilihat dari jawaban responden berada pada kategori sangat baik. Hasil tersebut sesuai dengan pendapat Barata (2004) bahwa perhatian dalam memberikan pelayanan merupakan unsur penting dalam pemberian layanan agar sesuai dengan harapan pelanggan, maka perusahaan harus mendengarkan dan memahami kebutuhan mereka.

e). Bukti fisik (*tangible*)

Berdasarkan hasil dari analisis jawaban responden pada pernyataan indikator bukti fisik (*tangible*) diperoleh tingkat pencapaian responden sebesar 80 persen. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa bukti fisik (*tangible*) dari pelayanan toko Bintang Makassar Cabang Alauddin yang dilihat dari jawaban responden berada pada kategori sangat baik. Hasil tersebut sejalan dengan pendapat Kotler (2011) yang berpendapat bahwa salah satu karakteristik pelayanan yang perlu diperhatikan yaitu pelayanan nyata, yang artinya suatu perusahaan harus menampilkan atau memberikan sesuatu yang dapat dilihat atau dirasakan langsung oleh pelanggan, seperti penampilan karyawan ataupun fasilitas fisik yang menunjang pelayanan.

Dalam penelitian terdahulu, sebuah penelitian yang dilakukan oleh Khoirunnisa dan Wijayanto (2021) yang berjudul pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan indihome di kota semarang dalam jurnal administrasi bisnis, Universitas Diponegoro, didapatkan hasil penelitian bahwa kualitas pelayanan pada indihome dinilai baik oleh pelanggan karena indihome kota semarang memberikan kemudahan bagi pelanggan untuk mengajukan keluhan layanan, selain itu petugas mampu dan ahli dalam menggunakan alat bantu proses pelayanan dan petugas bersikap ramah dan sopan serta melayani, menghargai dan tidak diskriminatif dalam melakukan pelayanan. Maka dapat dikatakan bahwa kualitas pelayanan yang diberikan oleh indihome semarang memiliki keunggulan dalam dimensi jaminan dan empati yang baik.

Dibandingkan dengan penelitian terdahulu, penelitian yang dilakukan di toko Bintang Makassar Cabang Alauddin mengenai pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan, dapat diketahui hasil penelitian menunjukkan bahwa dari kelima indikator kualitas pelayanan, indikator keandalan (*reability*) dan jaminan (*asurance*) merupakan indikator yang persentasenya lebih besar yaitu 85 persen dan dalam kategori sangat baik. Dari hal tersebut, dapat dikatakan bahwa keunggulan pelayanan toko Bintang Makassar Cabang Alauddin yang membuat kualitas pelayanan dinilai baik oleh pelanggan karena keandalan (*reability*) dan jaminan (*asurance*) dari pelayanan yang diberikan dapat membuat pelanggan merasa nyaman dan aman dalam bertransaksi, walaupun indikator bukti fisik (*tangibility*) dalam hasil penelitian ini memiliki presentase yang paling rendah. Maka dari hasil tersebut dapat dikatakan bahwa setiap perusahaan memiliki keunggulannya masing-masing dalam memberikan pelayanan kepada pelanggan. Untuk itu, perusahaan harus mampu menjalankan



unsur pokok pelayanan, dimana Barata (2004) menjelaskan bahwa enam (6) unsur pokok pelayanan yang harus dijalankan oleh setiap perusahaan untuk memenuhi harapan dan kebutuhan pelanggan yaitu kemampuan, sikap, penampilan, perhatian, tindakan, dan tanggung jawab.

Berdasarkan hasil penelitian yang diperoleh mengenai kualitas pelayanan yang ada di toko Bintang Makassar Cabang Alauddin, dapat dikatakan bahwa kualitas pelayanan berada dalam kategori sangat baik. Hal ini dapat dikatakan bahwa kualitas pelayanan yang ada di toko Bintang Makassar Cabang Alauddin sudah sesuai dengan persepsi pelayanan yang diharapkan oleh pelanggan. Selain itu kualitas pelayanan yang diterapkan toko Bintang Makassar Cabang Alauddin sudah sesuai dengan karakteristik pelayanan yang baik. Seperti karakteristik pelayanan yang dikemukakan oleh Kotler (2011) bahwa karakteristik pelayanan yang baik harus memiliki akses, komunikasi, kompetensi, kesopanan, kredibilitas, keandalan, responsif, keamanan, nyata yang mampu memahami konsumen.

## **2. Loyalitas Pelanggan**

Loyalitas dapat terwujud jika harapan pelanggan dapat terpenuhi. Loyalitas pelanggan merupakan suatu sikap atau respon yang ditunjukkan oleh pelanggan dengan tetap membeli produk atau jasa dari suatu perusahaan tanpa terpengaruh dengan produk atau jasa yang ditawarkan oleh perusahaan lain.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa loyalitas pelanggan di toko Bintang Makassar Cabang Alauddin berada pada tingkat pencapaian 82% dan dalam kategori sangat baik. Pada penelitian ini digunakan teori loyalitas pelanggan yang dikemukakan oleh Ayuni & Prasetyawati (2020) yang hasil dari masing-masing indikator sebagai berikut:

a. Melakukan pembelian berulang secara teratur (*repeat purchase*).

Berdasarkan dari hasil analisis jawaban responden pada pernyataan indikator melakukan pembelian berulang secara teratur diperoleh tingkat pencapaian responden sebesar 83 persen. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa indikator melakukan pembelian berulang secara teratur dari loyalitas pelanggan di toko Bintang Makassar Cabang Alauddin yang dilihat dari jawaban responden berada pada kategori sangat baik. Hasil penelitian ini sesuai dengan pendapat Keller (2012) bahwa salah satu indikator pelanggan yang loyal adalah adanya kecenderungan pelanggan untuk melakukan pembelian secara lebih banyak dan kesetiaan yang lebih lama.

b. Membeli antar lini produk atau jasa (*purchases across product and service line*)

Berdasarkan dari hasil analisis jawaban responden pada pernyataan indikator membeli antar lini produk atau jasa diperoleh tingkat pencapaian responden sebesar 81 persen. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa indikator membeli antar lini produk atau jasa dari loyalitas pelanggan di toko Bintang Makassar Cabang Alauddin yang dilihat dari jawaban responden berada pada kategori sangat baik. Hasil penelitian ini sejalan dengan pendapat Wahana et al. (2019) yang mengemukakan bahwa loyalitas pelanggan dapat dilihat dari komitmen yang dilakukan oleh pelanggan untuk berlangganan atau membeli produk atau jasa dari perusahaan.

c. Merekomendasikan kepada orang lain (*Refers others*).

Berdasarkan dari hasil analisis jawaban responden pada pernyataan indikator merekomendasikan kepada orang lain diperoleh tingkat pencapaian responden sebesar 79 persen. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa

indikator merekomendasikan kepada orang lain dari loyalitas pelanggan di toko Bintang Makassar Cabang Alauddin yang dilihat dari jawaban responden berada pada kategori baik. Hasil tersebut sejalan dengan pendapat Hill (1996) yang menyatakan bahwa tingkatan loyalitas pelanggan ini berada pada kelompok *advocates*, yang artinya para konsumen atau pihak lain akan merekomendasikan produk atau jasa yang mereka gunakan kepada orang lain, tanpa diberikan bayaran ataupun insentif lainnya.

- d. Menunjukkan kekebalan terhadap daya tarik pesaing (*demonstrates immunity to the pull of the competition*).

Berdasarkan dari hasil analisis jawaban responden pada pernyataan indikator menunjukkan kekebalan terhadap daya tarik pesaing diperoleh tingkat pencapaian responden sebesar 76 persen. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa indikator kekebalan terhadap daya tarik pesaing dari loyalitas pelanggan di toko Bintang Makassar Cabang Alauddin yang dilihat dari jawaban responden berada pada kategori baik. Hasil tersebut sejalan dengan pendapat Hill (1996) yang menyatakan bahwa salah satu tingkatan loyalitas pelanggan ini berada pada kelompok *partners*, yaitu adanya hubungan yang kuat dan saling menguntungkan antara pelanggan dan perusahaan, sehingga pelanggan tetap setia dengan produk/jasa yang digunakan dan mereka menolak untuk menggunakan produk atau jasa dari perusahaan lain.

Dalam penelitian terdahulu, yang dilakukan oleh Hari Mulia (2021) berjudul pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan pada usaha kecil menengah Kabupaten Garut dengan objek penelitian pada Ahass Daya Motor. Didalam penelitian ini didapatkan hasil penelitian bahwa loyalitas pelanggan PT Daya Anugrah Mandiri (Ahass Daya Motor) Cabang Garut ada

pada kategori sangat baik terlihat dari indikator loyalitas pelanggan yaitu pelanggan selalu membeli ulang suku cadang yang berkualitas di Ahass Daya Motor, hal ini karena pelanggan percaya bahwa Ahass Daya Motor selalu memberikan suku cadang yang berkualitas dan dijamin keasliannya sehingga pelanggan selalu mengganti suku cadang tersebut. Indikator kedua pelanggan selalu melakukan servis berkala di Ahass Daya Motor dikarenakan servis yang di hasilkan bagus dan keluhan dapat diselesaikan dengan baik oleh petugas. Selain itu, pelanggan juga tidak hanya membeli ulang suatu barang dan jasa, tetapi juga mempunyai komitmen dan sikap yang positif terhadap perusahaan yaitu dengan merekomendasikan kepada orang lain.

Dibandingkan dengan penelitian terdahulu, penelitian yang dilakukan di toko Bintang Makassar Cabang Alauddin mengenai pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan, dapat diketahui hasil penelitian menunjukkan bahwa dari pengukuran variabel loyalitas pelanggan, indikator melakukan pembelian secara berulang memiliki presentase yang lebih besar yaitu 84 persen dengan kategori sangat baik. Hal tersebut tidak terlepas dari pembelian aksesoris dan *sparepartgadget*, yang dari segi harga sangat terjangkau dan memiliki kualitas yang baik. Selain itu, pelanggan juga akan mendapatkan garansi dan pemotongan harga dalam setiap pembelian *sparepart gadget*, sehingga membuat pelanggan lebih terjamin dan nyaman dalam melakukan transaksi. Dari hal tersebut, dapat dikatakan bahwa loyalitas pelanggan di toko Bintang Makassar Cabang Alauddin dapat tercapai karena pelanggan memiliki kebiasaan melakukan pembelian secara teratur. Hasil tersebut sejalan dengan pendapat Ayuni & Prasetyawati (2020) yang mengatakan bahwa pembelian secara teratur dapat membentuk loyalitas pelanggan dikarenakan adanya

kepuasan dalam pembelian sebelumnya, sehingga pelanggan memiliki ikatan emosi dengan produk atau jasa yang ditawarkan.

Berdasarkan hasil penelitian mengenai loyalitas pelanggan yang ada di toko Bintang Makassar Cabang Alauddin yang berada dalam kategori sangat baik. Dapat dilihat bahwa hal tersebut menunjukkan gambaran loyalitas pelanggan di toko Bintang Makassar Cabang Alauddin termasuk dalam jenis loyalitas premium. Hal tersebut sesuai dengan Griffin (2005) yang berpendapat bahwa salah satu jenis loyalitas pelanggan adalah loyalitas premium, dimana loyalitas ini terjadi karena pelanggan memiliki tingkat ketertarikan dan pembelian berulang yang cukup tinggi, sehingga hal tersebut dapat memungkinkan pelanggan untuk membagi pengalaman dan pengetahuan produk yang mereka gunakan kepada orang lain.

### **3. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan**

Perusahaan yang mampu memberikan kualitas pelayanan maksimal, dapat dijadikan sebagai sebuah keunggulan dalam mempertahankan suatu bisnis, sehingga dapat bertahan ditengah persaingan yang ketat. Sebuah perusahaan yang mempunyai keunggulan bersaing dapat terlihat pada kondisi banyaknya pelanggan yang memiliki loyalitas tinggi. Hal tersebut sejalan dengan pendapat Yulianti et al (2019) yang berpendapat bahwa terdapat hubungan yang sangat erat antara kualitas pelayanan, kepuasan pelanggan, dan loyalitas pelanggan. Semakin tinggi tingkat kualitas pelayanan menyebabkan semakin tingginya kepuasan pelanggan dan juga mendukung harga yang lebih tinggi serta biaya yang lebih rendah yang secara tidak langsung juga akan mampu mempengaruhi loyalitas dari seorang pelanggan. Oleh karena itu, kualitas

pelayanan yang berkualitas dan memuaskan bagi pelanggan dapat menjadi salah satu faktor yang dapat membentuk terjadinya loyalitas pelanggan.

Loyalitas pelanggan adalah manifestasi dan kelanjutan dari kepuasan konsumen dalam menggunakan fasilitas maupun jasa pelayanan yang diberikan oleh pihak perusahaan. Toko Bintang Makassar Cabang Alauddin merupakan salah satu perusahaan ritel yang harus memiliki pelanggan yang loyal agar mampu bertahan ditengah persaingan. Terdapat beberapa faktor untuk mencapai loyalitas pelanggan, namun dalam penelitian ini akan terfokus pada kualitas pelayanan. Penelitian ini juga dimaksudkan untuk mengetahui apakah kualitas pelayanan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan toko Bintang Makassar Cabang Alauddin.

Dalam penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Ari Fernandes (2021) yang berjudul pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan pada Alfamart Kayuagung disimpulkan bahwa kualitas pelayanan secara keseluruhan dinilai memiliki pengaruh cukup besar yaitu 0,468 atau 46,8%. Kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan berpengaruh searah dan signifikan, yang menunjukkan bahwa jika kualitas layanan bertambah baik maka loyalitas pelanggan pada Alfamart Kayuagung semakin besar.

Dibandingkan dengan penelitian terdahulu, penelitian yang dilakukan mengenai pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan toko Bintang Makassar Cabang Alauddin, dapat diketahui bahwa dari pengumpulan dan pengolahan data yang dilakukan dengan bantuan program SPSS 25 maka diketahui uji regresi linear sederhana, sehingga diperoleh koefisien regresi sebesar 0,437 yang menyatakan bahwa setiap penambahan 1 % nilai kualitas pelayanan maka loyalitas pelanggan akan meningkat sebesar 0,437 begitupun

sebaliknya. Karena nilai koefisien regresi bernilai positif (+) maka dengan demikian dapat dikatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan. Selain itu, berdasarkan hasil pengolahan data koefisien determinasi diperoleh nilai koefisien determinasi sebesar 0,486 (48,6 persen). Artinya, variabel kualitas pelayanan (X) memberikan pengaruh yang tinggi atau kuat sebesar 48,6 persen pada variabel loyalitas pelanggan (Y) dan 51,4 persen sisanya dipengaruhi oleh faktor lain selain pelayanan.

Berdasarkan hal tersebut, dapat dikatakan bahwa hipotesis penelitian ini dapat diterima, bahwa ada pengaruh yang signifikan antara kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan toko Bintang Makassar Cabang Alauddin. Hal ini sejalan pula dengan penelitian yang dilakukan oleh Hadiyati (2010) dalam "Analisis Kualitas Pelayanan dan Pengaruhnya Terhadap Loyalitas Pelanggan" yang menemukan bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Hasil tersebut dapat membuktikan bahwa pencapaian loyalitas pelanggan dapat terwujud dari kualitas pelayanan yang telah diberikan oleh perusahaan.

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan tentang kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan toko Bintang Makassar Cabang Alauddin, maka hasil penelitian ini dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Kualitas pelayanan toko Bintang Makassar Cabang Alauddin berada pada kategori sangat baik dengan indikator keandalan dan jaminan yang memiliki presentase capaian responden yang paling tinggi.

2. Loyalitas pelanggan toko Bintang Makassar Cabang Alauddin berada pada kategori sangat baik dengan indikator melakukan pembelian berulang secara teratur yang memiliki presentase tertinggi.
3. Penelitian kualitas pelayanan (X) berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan (Y). Hal ini berarti ketika kualitas pelayanan (X) meningkat maka akan berdampak pada peningkatan loyalitas pelanggan

## **B. Saran**

Berdasarkan hasil penelitian, pembahasan dan kesimpulan yang diperoleh, maka saran yang dapat diberikan sebagai berikut:

1. Teoritis
  - a). Dalam penelitian selanjutnya, disarankan untuk mengambil sampel yang lebih banyak, hal ini bertujuan untuk keakuratan data yang lebih baik dalam penelitiannya.
  - b). Melakukan penelitian yang berkelanjutan, hal ini agar dapat melihat dan menilai setiap perubahan perilaku responden dari waktu ke waktu
  - c). Diharapkan adanya tambahan variabel lain yang mungkin juga mempengaruhi banyak hal dalam penelitian ini
2. Praktis
  - a). Dalam rangka meningkatkan kualitas pelayanan, maka perusahaan perlu mempertahankan indikator-indikator kualitas pelayanan yang sudah sangat baik dan meningkatkan indikator bukti fisik (*tangibility*) yang memiliki nilai tingkat capaian responden yang terendah. Dalam hal ini peningkatan indikator bukti fisik (*tangibility*) terkait dengan penampilan fasilitas fisik, peralatan, personel, kebersihan, kerapian dan media komunikasi.
  - b). Dari penelitian ini didapat tingkat capaian responden pada indikator-indikator



loyalitas pelanggan sudah sangat baik, maka hal tersebut perlu dipertahankan dan ditingkatkan, terutama peningkatan pada indikator menunjukkan kekebalan terhadap daya tarik pesaing yang memiliki nilai terendah diantara indikator yang lainnya. Untuk itu perusahaan harus lebih memperhatikan kualitas produk, menjaga kualitas pelayanan, mengetahui kebutuhan konsumen dan memberikan penawaran yang istimewa, sehingga pelanggan tetap setia dan tidak melirik produk dari perusahaan lain.



## DAFTAR PUSTAKA

- Ardani, P. A., Agung, A. A., & Prayoga, I. M. (2021). Pengaruh Service Quality, Perceived Value Dan Image Terhadap Customer Loyalty Pada The Ulin Villas And Spa Seminyak. *Jurnal Emas*, 2(1), 251-260. <http://e-journal.unmas.ac.id/index.php/emas/article/view/1425> (Diakses 16 Januari 2022).
- Ayuni, D. M., & Prasetyawati, Y. R. (2020). Pengaruh Promosi Penjualan Dan Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Guardian Health & Beauty Retail. *Jurnal Manajemen & Bisnis Madani*, 2, 18-34. <https://journal.paramadina.ac.id/index.php/madani/article/view/341/215> (Diakses 20 Januari 2022).
- Barata, A. A. (2004). *Dasar Dasar Pelayanan Prima*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Fatihudin, D., & Firmansyah, A. (2019). *Pemasaran Jasa (Strategi, Mengukur Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan)*. Surabaya: Penerbit Deepublish.
- Fernandes, A. (2021). Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Alfamart Kayuagung. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 6(1), 1-10. <http://jurnal.um-palembang.ac.id/motivasi> (Diakses 20 Januari 2022).
- Fikri, S., Wiyani, W., & Suwandaru, A. (2016). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Dan Loyallitas Mahasiswa. *Jurnal Bisnis dan Manajemen*, 3(1), 120-134. <https://jurnal.unmer.ac.id/index.php/jbm/article/view/80> (Diakses 14 Januari 2022).
- Griffin, J. (2005). *Customer Loyalty: Menumbuhkan & Mempertahankan Kesetiaan Pelanggan*. Jakarta: Erlangga.
- Indrasari, M. (2019). *Pemasaran & Kepuasan Pelanggan*. Surabaya: Unitomo Press.
- Indrianto, N., Bambang Supomo. *Metodologi Penelitian Bisnis*. Edisi Pertama. (yogyakarta, Fakultas Ekonomika dan Bisnis UGM)
- Keller, P., & K, L. (2012). *Manajemen Pemasaran. Edisi Bahasa Indonesia* (12 ed.). PT Indeks.
- Kodu, S. (2013, September). Harga, kualitas produk dan kualitas pelayanan pengaruhnya terhadap pembelian mobil Toyota avanza. *Jurnal EMBA : Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 1(3), 12-52. <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/article/view/2536> (Diakses 30 Desember 2021).
- Kotler, P. (2011). *Manajemen Pemasaran di Indonesia*. Jakarta: Salemba Empat.
- \_\_\_\_\_. (2012). *Manajemen Pemasaran, Analisis Perencanaan dan Pengendalian*. (A. A. Hermawan, Penerj.) Jakarta: Prehallindo.
- Kurnianigsih, A. (2021). Kualitas Layanan dan Nilai Pelanggan : Pengaruhnya Terhadap Kepuasan dan Loyalitas (Studi Pada Nasabah Perbankan).

- Jurnal Manajemen dan Retail*, 1(02), 62-84. <http://ejournal.lppm-unbaja.ac.id/index.php/jumareta/article/download/1574/877> (Diakses 20 Januari 2022).
- Mulia, H. (2021, Februari). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Usaha Kecil Menengah Kabupaten Garut. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 8(1), 57-63. <https://stiemuttaqien.ac.id/ojs/index.php/OJS/article/view/165> (Diakses 26 Januari 2022).
- Octarinie, N. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan pada Produk Obat-obat PT. Kalbe Farma Cab.Palembang. *Jurnal Manajemen*, 7(4), 50-68
- Putri, Y. L., & Utomo, H. (2017, Juli). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening (Studi Persepsi Pada Pelanggan Dian Comp Ambarawa). *Among Makarti*, 10(19), 70-90. <https://jurnal.stieama.ac.id/index.php/ama/article/view/147> (Diakses 16 Januari 2022).
- Robinette. (2011). *Emotion Marketing: The Hallmark Way of Winning Customers for Life*. New York: The Free Press.
- Sasongko, S. R. (2021). Faktor-Faktor Kepuasan Pelanggan Dan Loyalitas Pelanggan. *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 3(1), 104-114.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, R&D*. Bandung: Alfabeta.
- \_\_\_\_\_. (2015). *Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D)*. Bandung: Alfabeta.
- Tiong, P. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan PT. Primagum Sejati Di Makassar. *Journal of Management & Business*, 1(2), 176-204.
- Tjiptono, F. (2011). *Service Management Mewujudkan Layanan Prima* (2 ed.). Yogyakarta: Andi.
- Wahyuni, Sri. Pengaruh Persepsi Kualitas Pelayanan dan Bagi Hasil Terhadap Minat Masyarakat Menjadi Nasabah Bank Syariah, *Jurnal At- Tawassuth*, Vol. II, No. 2, 2017
- Yulianti, F., Lamsah, & Periyadi. (2019). *Manajemen Pemasaran*. Sleman: CV Budi Utama. <http://eprints.uniska-bjm.ac.id/id/eprint/3895>.



**Lampiran 1. Kuesioner**

### KUESIONER PENELITIAN

#### PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN TOKO BINTANG MAKASSAR CABANG ALAUDDIN

1. Identitas Responden

Nama :  
 Umur :  
 Jenis Kelamin :  Laki- Laki  
                    Perempuan

2. PETUNJUK PENGISIAN

- a) Isilah data diri anda  
 b) Isilah jawaban pada pernyataan yang ada dibawah ini sesuai dengan pendapat anda, dengan cara klik salah satu jawaban yang tersedia pada setiap pernyataan di bawah ini. Dengan pilihan jawaban sebagai berikut:  
 SS : Sangat Setuju  
 S : Setuju  
 N : Netral  
 TS : Tidak Setuju  
 STS : Sangat Tidak Setuju  
 c) Setiap pertanyaan diharapkan tidak ada yang kosong

3. DAFTAR PERTANYAAN

No	Pertanyaan/Pernyataan	Pilihan Jawaban				
		SS	S	N	TS	STS
<b>KUALITAS PELAYANAN (X)</b>						
<b>Keandalan (<i>Reability</i>)</b>						
1	Memberikan pelayanan dengan tepat					
2	Karyawan sigap melayani pelanggan					
3	Jujur dalam memberikan keterangan kepadapelanggan					
<b>Daya Tanggap (<i>Responsiveness</i>)</b>						
4	Karyawan merespon setiap pertanyaan dengan cepat					
5	Karyawan menanggapi pelanggan dengan baik					

6	Karyawan memberikan informasi yang jelas					
<b>Jaminan (Assurance)</b>						
7	Karyawan sopan dalam melayani pelanggan					
8	Memberikan ganti rugi apabila ada barangpelanggan yang rusak					
9	Pelanggan merasa aman dalam betransaksi					
<b>Empati (empathy)</b>						
10	Karyawan memberikan perhatian individual kepada para pelanggan					
11	Karyawan memberikan perhatian lebih kepada pelanggan					
12	Karyawan melayani dengan ramah					
<b>Bukti Fisik (Tangibility)</b>						
13	Karyawan berpenampilan rapi					
14	Kondisi barang pada rak tertata dengan rapi					
15	Kondisi ruangan bersih					
<b>LOYALITAS PELANGGAN (Y)</b>						
<b>Melakukan Pembelian Berulang Secara Teratur</b>						
16	Saya selalu berniat untuk menggunakan produk/jasa dari toko Bintang MakassarCabang Alauddin					
17	Produk/jasa toko Bintang Makassar CabangAlauddin selalu sesuai dengan yang saya inginkan					
18	Saya merasa puas menggunakan produk/jasa dari toko Bintang Makassar CabangAlauddin.					
<b>Membeli Antarlini Produk Atau Jasa</b>						
19	Saya selalu menggunakan produk atau jasa di toko Bintang Makassar Cabang Alauddin					
20	Saya akan memilih produk/jasa dari toko Bintang Makassar Cabang Alauddin sebagai prioritas pertama.					

21	Produk/jasa dari toko Bintang Makassar Cabang Alauddin sesuai dengan kebutuhan saya.					
<b>Merekomendasikan Kepada Orang Lain</b>						
22	Saya sering menceritakan keunggulan dari produk/jasa toko Bintang Makassar Cabang Alauddin					
23	Saya sering merekomendasikan produk/jasa toko Bintang Makassar Cabang Alauddin pada saudara atau teman					
<b>Menunjukkan Kekebalan Terhadap Daya Tarik Pesaing</b>						
24	Saya tidak akan menggunakan produk lain selain produk/jasa dari toko Bintang Makassar Cabang Alauddin					
25	Saya akan loyal menggunakan produk atau jasa dari toko Bintang Makassar Cabang Alauddin					

## Lampiran 2. Identitas Responden

Identitas Responden				Identitas Responden			
No.	Nama	Umur	Jenis Kelamin	No.	Nama	Umur	Jenis Kelamin
1	Padli	21	Laki-Laki	51	Hasni Agustina Halim	23	Perempuan
2	Akram Nur Bakti	30	Laki-Laki	52	Sucianti Nur Amd. Keb	24	Perempuan
3	Riska	24	Perempuan	53	Feggy Melati Sukma	24	Perempuan
4	Mukrimatul Khairah	22	Perempuan	54	Alifa	22	Perempuan
5	Liswan Nurdiansyah	25	Laki-Laki	55	M. Riswandi	24	Laki-Laki
6	Syamsuryo Arjuna	23	Laki-Laki	56	Nadin	21	Perempuan
7	Selviana	30	Perempuan	57	Sutia Ningsi	26	Perempuan
8	Baharuddin Yusuf Arnouli	24	Laki-Laki	58	Apri Liana Razak	21	Perempuan
9	Nur Azisah	25	Perempuan	59	Marnawati	22	Perempuan
10	Hasmunir	23	Laki-Laki	60	Sumultiani	21	Perempuan
11	Tri Mega Utami	21	Perempuan	61	Dirga Alam	18	Laki-Laki
12	Halpi Anti	24	Perempuan	62	Agusrianti	20	Perempuan
13	Isnawati	24	Perempuan	63	Nur Amilah Mahpufaj	20	Perempuan
14	Mirrawati	19	Perempuan	64	Andi Astriana	21	Perempuan
15	Randi Irsan	31	Laki-Laki	65	Muhammad Iswar	22	Laki-Laki
16	Sahril Ali Holimombo	27	Laki-Laki	66	Irma Yanti	21	Perempuan
17	Febriani	29	Perempuan	67	Fajar	19	Laki-Laki
18	Dhede	31	Perempuan	68	Najwa Syifa Salsabila	20	Perempuan
19	Cheryl Evelyn	36	Perempuan	69	Muh. Alif Syafaat	21	Laki-Laki
20	Nur Syamsi Dewali	32	Perempuan	70	Nur Aziz Abdullah	22	Laki-Laki
21	Anwar Ibrahim	31	Laki-Laki	71	Syamsul Bahri	31	Laki-Laki
22	Rahmi Lehang	25	Perempuan	72	Ardiansyah	24	Laki-Laki
23	Mulfiah Usman	33	Perempuan	73	Muh. Idham Herman	22	Laki-Laki
24	Dirga	24	Perempuan	74	Riswanto Kadir	23	Laki-Laki
25	Randy Lesmana Muhti	29	Laki-Laki	75	Asmar Afandi	27	Laki-Laki
26	Indri Apriani Nur	21	Perempuan	76	Aswir Bahtiar	22	Laki-Laki
27	Reny Asmarani Mansyur	28	Perempuan	77	Muh. Arya	20	Laki-Laki
28	Juliana	24	Perempuan	78	Ismunandar	17	Laki-Laki
29	Sanri Yanti	25	Perempuan	79	Aidil Akbar	22	Laki-Laki
30	Julianti	23	Perempuan	80	Suryadi	19	Laki-Laki
31	Sinar Surya	25	Perempuan	81	Rahmat	28	Laki-Laki
32	Ayu Rafika	26	Perempuan	82	Kharisma	19	Perempuan
33	Fitriani	26	Perempuan	83	Andi Indra	21	Laki-Laki
34	Ratna Sari	25	Perempuan	84	Eva Herviana	21	Perempuan
35	Al Husain	25	Laki-Laki	85	Mansyur	23	Laki-Laki
36	Rahmi Lehang	25	Perempuan	86	Rahmat Inandi	22	Laki-Laki
37	Nisaa	23	Perempuan	87	Maulida	21	Perempuan
38	Risda Yanti	26	Perempuan	88	Muh. Taufiqul A	22	Laki-Laki
39	Nur Fazrawati	22	Perempuan	89	Nadhila Wulandari	21	Perempuan
40	Nur Hawalia Anugrah	22	Perempuan	90	Rahmat Hidayat	22	Laki-Laki
41	St. Ainun Abdullaj	24	Perempuan	91	Sadlyawan Nur	21	Laki-Laki
42	Dewi Sartika	23	Perempuan	92	Rini Pratiwi	21	Perempuan
43	Vicariani Elisa	22	Perempuan	93	Hasti Wahyuni	23	Perempuan
44	Muhammad Naufal	23	Laki-Laki	94	Maya Utami Mansyur	22	Perempuan
45	Resky Hidayat	22	Laki-Laki	95	Fitriani	28	Perempuan
46	Sri Mirrawati	25	Perempuan	96	Reski Nur Amalia	22	Perempuan
47	Vian	21	Laki-Laki	97	Andi Intang	25	Perempuan
48	Andi Ainun Abdillah	21	Perempuan	98	Alfian Baharsa	22	Laki-Laki
49	Nur Azhari	21	Laki-Laki	99	Ramdayani	29	Perempuan
50	Rizka Asmarani Talib	22	Perempuan	100	Ria Finola Novita Sari	21	Perempuan



## Lampiran 3. Tabulasi Data

X															Total
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	
4	4	4	2	3	4	4	5	3	3	2	2	2	3	5	50
5	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	5	4	5	4	65
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	75
5	5	5	5	5	3	5	5	5	5	5	3	5	5	3	69
5	5	4	4	5	4	3	4	4	3	3	3	5	2	4	58
4	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	5	4	4	4	63
5	5	5	5	5	5	5	3	5	5	4	5	5	5	5	72
3	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	61
3	2	4	3	2	3	4	3	3	3	3	4	4	3	3	47
5	5	5	5	4	4	4	4	5	5	3	5	5	5	5	69
4	5	4	3	4	5	4	3	5	3	3	5	4	3	3	58
5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	3	5	4	4	4	69
4	4	5	4	4	5	4	5	5	5	4	4	4	4	4	65
4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	61
4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	3	4	66
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	75
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	60
5	5	5	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	73
4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	71
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	75
4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	3	3	3	54
3	4	4	4	3	3	5	5	4	2	3	4	4	3	4	55
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	61
3	3	3	1	2	2	2	2	2	3	2	2	1	3	2	33
4	4	5	5	4	4	4	4	5	4	3	4	4	4	4	62
5	5	5	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	62
4	3	4	4	4	4	5	3	4	3	3	4	3	4	3	55
3	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	71
3	4	3	4	3	3	4	2	2	3	2	4	4	2	1	44
3	3	4	4	3	3	3	4	4	3	3	3	4	3	4	51
5	5	4	5	5	4	1	1	5	4	2	5	5	5	5	61
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	75
5	4	5	4	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	71
3	3	3	3	3	2	3	4	3	2	2	3	3	4	4	45
4	3	4	3	4	4	3	5	5	3	3	3	3	3	4	54
3	4	3	3	4	2	4	3	3	3	2	4	5	5	4	52
4	5	5	3	3	4	4	5	5	2	2	3	5	3	4	57
4	3	5	4	4	4	3	5	5	4	4	4	4	5	5	63
4	5	4	3	4	5	5	5	4	5	5	5	4	4	3	65
4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	5	3	3	56
3	3	3	4	4	2	4	4	5	4	5	1	2	3	2	49
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	75
3	3	5	4	3	2	4	5	5	3	4	4	4	5	3	57

4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	50
5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	3	5	3	4	62
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	75
4	4	4	4	3	4	5	4	3	3	4	3	4	3	3	55
5	4	4	4	5	5	4	4	5	3	4	4	4	5	4	64
5	5	5	4	3	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	71
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	75
4	4	4	5	4	4	5	3	3	4	5	4	5	4	4	62
4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	4	4	4	3	4	63
4	4	4	4	4	4	4	5	4	5	4	4	5	3	3	61
5	5	4	5	4	5	4	5	5	5	5	5	4	4	4	69
4	4	4	4	5	4	4	3	4	4	5	4	4	4	3	60
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	75
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	60
4	3	4	4	3	3	3	4	4	4	5	3	3	3	3	53
4	5	3	4	2	3	4	3	5	2	3	4	4	2	4	52
4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	5	4	4	63
4	5	3	4	4	3	3	4	3	4	5	3	5	3	3	56
4	3	4	3	3	3	3	4	4	3	4	3	2	3	3	49
4	3	4	4	3	3	3	4	4	4	4	3	4	2	3	52
3	3	2	2	2	3	2	4	2	3	4	3	4	3	3	43
4	4	4	3	4	4	5	3	2	4	5	2	5	1	3	53
3	4	4	4	2	2	3	4	4	4	4	3	4	2	2	49
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	60
5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	5	4	4	70
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	74
4	4	5	4	4	4	4	5	5	4	4	4	5	4	3	63
4	5	3	3	5	5	3	4	3	4	3	4	3	4	3	56
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	75
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	75
4	5	4	4	4	4	4	4	5	5	5	4	5	4	5	66
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	74
4	4	5	4	3	4	4	3	4	4	4	5	3	4	4	59
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	75
3	3	3	5	3	3	3	5	3	3	5	5	5	3	5	57
4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	4	5	68
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	60
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	75
2	1	3	2	3	2	2	1	2	1	3	2	2	2	2	30
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	75
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	75
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	75
4	5	4	4	4	5	4	5	5	5	5	5	5	3	4	67
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	73
4	5	3	2	1	4	3	4	3	5	3	3	2	4	4	50
5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	74
4	4	4	4	4	4	3	4	3	3	4	4	4	5	4	58

4	5	5	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	72
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	75
5	5	5	5	5	5	5	5	2	5	5	4	5	3	5	69	
4	5	4	4	4	4	3	4	4	4	5	5	4	3	4	61	
5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	5	3	3	3	66	
4	4	4	5	4	4	4	4	5	4	5	4	5	4	4	64	
3	4	4	3	3	3	3	4	5	4	4	4	4	4	4	56	
5	4	4	5	4	4	4	4	5	4	4	5	3	5	4	64	
3	4	4	3	5	5	4	3	4	4	4	5	5	4	5	62	
4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	3	3	3	3	54	

Y											
16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	Total	
2	3	4	2	2	5	5	3	2	5	33	
4	5	5	5	4	5	4	4	4	5	45	
5	5	5	5	5	5	4	5	4	5	48	
3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	29	
3	4	2	4	5	4	2	4	4	4	36	
4	4	5	4	4	4	4	4	5	4	42	
5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	48	
4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	38	
4	3	3	3	3	3	3	4	2	3	31	
5	5	4	4	5	5	5	4	4	4	45	
3	2	3	4	5	4	2	2	3	3	31	
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40	
4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	41	
5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	49	
5	5	5	5	5	4	5	5	3	3	45	
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50	
3	3	3	3	2	4	2	2	2	3	27	
5	5	5	5	5	5	4	5	4	4	47	
4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	38	
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50	
3	3	3	2	2	2	2	2	1	1	21	
4	4	4	3	3	4	3	3	2	3	33	
4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	41	
3	2	2	2	3	2	2	3	3	3	25	
4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	39	
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40	
3	4	4	3	3	3	4	4	3	3	34	
3	3	4	4	4	4	4	4	4	5	39	
1	4	5	2	2	3	3	2	1	3	26	
4	4	4	3	3	4	3	4	3	4	36	
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50	
5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	48	
5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	46	

3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	29
3	3	3	3	2	3	3	2	2	2	26
3	3	4	3	3	3	4	4	1	2	30
3	4	5	3	3	3	4	4	3	3	35
4	5	4	5	4	5	4	2	3	4	40
4	4	5	4	5	5	4	5	5	5	46
3	5	4	4	4	5	4	4	4	4	41
2	4	2	4	2	5	4	3	3	3	32
5	5	5	5	5	3	4	4	5	5	46
4	3	4	5	4	5	4	4	4	4	41
4	4	4	2	3	5	4	4	2	2	34
5	4	4	3	5	5	4	4	5	5	44
5	5	5	5	5	3	4	5	4	4	45
4	4	4	3	4	5	4	4	5	5	42
5	4	5	4	4	5	3	5	4	4	43
5	4	5	4	4	5	4	4	4	4	43
5	5	5	5	5	3	3	4	4	4	43
5	5	4	5	3	5	5	5	5	5	47
4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	41
4	5	5	3	4	5	3	4	3	3	39
4	5	4	3	5	3	4	4	4	4	40
3	4	5	2	4	5	5	4	4	4	40
5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	46
4	4	4	3	4	5	3	5	4	4	40
4	3	4	3	4	3	2	5	5	5	38
4	5	3	4	2	4	5	2	4	3	36
4	5	5	4	4	5	4	3	2	2	38
4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	42
4	4	4	3	3	3	3	4	3	3	34
4	4	4	2	2	5	4	4	4	4	37
3	3	3	3	3	5	5	3	2	2	32
3	4	5	3	4	5	4	3	4	4	39
4	4	4	4	4	3	5	4	4	4	40
4	3	3	3	4	5	4	5	5	5	41
5	4	4	3	4	5	5	4	4	4	42
4	4	3	3	4	5	4	4	4	4	39
5	5	5	4	5	3	5	5	5	5	47
4	4	5	3	4	5	4	4	4	4	41
5	5	5	5	5	5	5	3	3	3	44
5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	49
5	5	5	4	5	3	5	4	4	4	44
5	5	5	5	5	5	4	2	2	2	40
4	3	4	4	4	5	5	5	5	5	44
5	5	5	5	5	5	3	4	4	4	45
4	3	5	3	5	3	5	5	5	5	43
4	4	4	5	4	5	4	4	4	4	42
4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	42

5	5	5	4	5	5	3	4	4	4	44
2	1	1	1	3	3	4	5	5	5	30
5	5	5	5	5	5	3	4	4	4	45
5	5	5	5	5	5	5	3	3	3	44
5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	46
5	5	5	4	4	3	3	4	4	4	41
4	4	5	5	5	5	5	4	4	4	45
3	3	4	2	5	5	3	4	4	4	37
4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	49
4	4	4	4	5	3	3	5	5	5	42
5	5	5	5	5	5	5	1	1	1	38
5	5	5	5	5	5	3	4	4	4	45
5	5	5	5	4	5	3	3	3	3	41
3	3	4	3	3	3	5	4	4	4	36
4	5	4	4	4	5	3	2	2	2	35
5	5	5	5	4	5	4	4	4	4	45
4	4	4	5	4	5	5	4	4	4	43
4	4	4	4	5	3	4	5	5	5	43
3	4	4	4	4	5	5	4	4	4	41
3	3	4	3	3	4	4	3	3	3	33



## Lampiran 4. Uji Validitas Kualitas Pelayanan

		Correlations															Total
		X01	X02	X03	X04	X05	X06	X07	X08	X09	X10	X11	X12	X13	X14	X15	Total
X01	Pearson Correlation	1	,704**	,635**	,645**	,631**	,717**	,510**	,413**	,501**	,616**	,448**	,514**	,438**	,518**	,544**	,780**
	Sig. (2-tailed)		0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X02	Pearson Correlation	,704**	1	,512**	,501**	,541**	,658**	,481**	,397**	,434**	,604**	,356**	,552**	,543**	,425**	,506**	,728**
	Sig. (2-tailed)	0,000		0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X03	Pearson Correlation	,635**	,512**	1	,630**	,581**	,620**	,621**	,519**	,627**	,558**	,410**	,542**	,481**	,570**	,556**	,783**
	Sig. (2-tailed)	0,000	0,000		0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X04	Pearson Correlation	,645**	,501**	,630**	1	,654**	,512**	,571**	,429**	,574**	,555**	,527**	,612**	,593**	,492**	,486**	,781**
	Sig. (2-tailed)	0,000	0,000	0,000		0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X05	Pearson Correlation	,631**	,541**	,581**	,654**	1	,708**	,551**	,392**	,515**	,570**	,463**	,553**	,532**	,561**	,523**	,784**
	Sig. (2-tailed)	0,000	0,000	0,000	0,000		0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X06	Pearson Correlation	,717**	,658**	,620**	,512**	,708**	1	,625**	,485**	,486**	,654**	,450**	,686**	,479**	,512**	,635**	,823**
	Sig. (2-tailed)	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000		0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X07	Pearson Correlation	,510**	,481**	,621**	,571**	,551**	,625**	1	,550**	,424**	,543**	,492**	,511**	,481**	,434**	,439**	,734**
	Sig. (2-tailed)	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000		0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X08	Pearson Correlation	,413**	,397**	,519**	,429**	,392**	,485**	,550**	1	,511**	,523**	,495**	,365**	,372**	,370**	,482**	,654**
	Sig. (2-tailed)	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000		0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X09	Pearson Correlation	,501**	,434**	,627**	,574**	,515**	,486**	,424**	,511**	1	,499**	,348**	,525**	,406**	,546**	,509**	,705**
	Sig. (2-tailed)	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000		0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X10	Pearson Correlation	,616**	,604**	,558**	,555**	,570**	,654**	,543**	,523**	,499**	1	,704**	,544**	,529**	,542**	,533**	,804**
	Sig. (2-tailed)	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000		0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X11	Pearson Correlation	,448**	,356**	,410**	,527**	,463**	,450**	,492**	,495**	,348**	,704**	1	,386**	,501**	,355**	,378**	,657**
	Sig. (2-tailed)	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000		0,000	0,000	0,000	0,000	0,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X12	Pearson Correlation	,514**	,552**	,542**	,612**	,553**	,686**	,511**	,365**	,525**	,544**	,386**	1	,568**	,653**	,625**	,775**
	Sig. (2-tailed)	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000		0,000	0,000	0,000	0,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X13	Pearson Correlation	,438**	,543**	,481**	,593**	,532**	,479**	,481**	,372**	,406**	,529**	,501**	,568**	1	,411**	,560**	,707**
	Sig. (2-tailed)	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000		0,000	0,000	0,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X14	Pearson Correlation	,518**	,425**	,570**	,492**	,561**	,512**	,434**	,370**	,546**	,542**	,355**	,653**	,411**	1	,665**	,725**
	Sig. (2-tailed)	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000		0,000	0,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X15	Pearson Correlation	,544**	,506**	,556**	,486**	,523**	,635**	,439**	,482**	,509**	,533**	,378**	,625**	,560**	,665**	1	,757**
	Sig. (2-tailed)	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000		0,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Total	Pearson Correlation	,780**	,728**	,783**	,781**	,784**	,823**	,734**	,654**	,705**	,804**	,657**	,775**	,707**	,725**	,757**	1
	Sig. (2-tailed)	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

\*\*. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

## Lampiran 5. Uji Validitas Loyalitas Pelanggan

		Correlations										
		Y01	Y02	Y03	Y04	Y05	Y06	Y07	Y08	Y09	Y10	Total
Y01	Pearson Correlation	1	,697**	,598**	,683**	,672**	,337**	,244*	,365**	,402**	,233*	,775**
	Sig. (2-tailed)		0,000	0,000	0,000	0,000	0,001	0,014	0,000	0,000	0,020	0,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Y02	Pearson Correlation	,697**	1	,688**	,680**	,526**	,400**	,292**	0,134	0,189	0,090	,688**
	Sig. (2-tailed)	0,000		0,000	0,000	0,000	0,000	0,003	0,183	0,060	0,373	0,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Y03	Pearson Correlation	,598**	,688**	1	,535**	,548**	,316**	,305**	,244*	,204*	0,177	,674**
	Sig. (2-tailed)	0,000	0,000		0,000	0,000	0,001	0,002	0,014	0,042	0,079	0,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Y04	Pearson Correlation	,683**	,680**	,535**	1	,631**	,389**	,287**	0,175	,297**	0,192	,726**
	Sig. (2-tailed)	0,000	0,000	0,000		0,000	0,000	0,004	0,082	0,003	0,056	0,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Y05	Pearson Correlation	,672**	,526**	,548**	,631**	1	,308**	,225*	,432**	,519**	,395**	,787**
	Sig. (2-tailed)	0,000	0,000	0,000	0,000		0,002	0,024	0,000	0,000	0,000	0,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Y06	Pearson Correlation	,337**	,400**	,316**	,389**	,308**	1	,356**	0,089	,203*	0,168	,525**
	Sig. (2-tailed)	0,001	0,000	0,001	0,000	0,002		0,000	0,381	0,043	0,096	0,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Y07	Pearson Correlation	,244*	,292**	,305**	,287**	,225*	,356**	1	,279**	,319**	,266**	,526**
	Sig. (2-tailed)	0,014	0,003	0,002	0,004	0,024	0,000		0,005	0,001	0,008	0,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Y08	Pearson Correlation	,365**	0,134	,244*	0,175	,432**	0,089	,279**	1	,762**	,730**	,638**
	Sig. (2-tailed)	0,000	0,183	0,014	0,082	0,000	0,381	0,005		0,000	0,000	0,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Y09	Pearson Correlation	,402**	0,189	,204*	,297**	,519**	,203*	,319**	,762**	1	,868**	,728**
	Sig. (2-tailed)	0,000	0,060	0,042	0,003	0,000	0,043	0,001	0,000		0,000	0,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Y10	Pearson Correlation	,233*	0,090	0,177	0,192	,395**	0,168	,266**	,730**	,868**	1	,631**
	Sig. (2-tailed)	0,020	0,373	0,079	0,056	0,000	0,096	0,008	0,000	0,000		0,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Total	Pearson Correlation	,775**	,688**	,674**	,726**	,787**	,525**	,526**	,638**	,728**	,631**	1
	Sig. (2-tailed)	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

\* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

## Lampiran 6. Uji Reabilitas Variabel Kualitas Pelayanan

### Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	100	100,0
	Excluded <sup>a</sup>	0	,0
	Total	100	100,0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,942	15

### Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X01	58,09	86,002	,748	,937
X02	58,03	85,827	,685	,939
X03	58,01	86,535	,753	,938
X04	58,15	84,412	,744	,937
X05	58,22	83,385	,744	,937
X06	58,19	82,802	,789	,936
X07	58,16	84,661	,688	,938
X08	58,05	86,028	,596	,941
X09	58,03	85,181	,655	,939
X10	58,17	83,031	,766	,936
X11	58,15	85,725	,599	,941
X12	58,15	83,745	,733	,937
X13	58,05	84,937	,656	,939
X14	58,35	83,745	,672	,939
X15	58,26	83,992	,713	,938



## Lampiran 7. Uji Reabilitas Variabel Loyalitas Pelanggan

### Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	100	100,0
	Excluded <sup>a</sup>	0	,0
	Total	100	100,0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,864	10

### Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Y01	36,00	30,444	,708	,840
Y02	35,92	31,448	,602	,849
Y03	35,82	31,745	,588	,850
Y04	36,20	30,121	,634	,846
Y05	36,02	29,777	,717	,839
Y06	35,75	33,038	,408	,864
Y07	36,10	33,182	,413	,863
Y08	36,16	31,732	,538	,854
Y09	36,35	29,664	,630	,846
Y10	36,22	31,608	,525	,855

### Lampiran 8. Analisis Regresi Linear Sederhana

#### Variables Entered/Removed<sup>a</sup>

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Kualitas Pelayanan <sup>b</sup>	.	Enter

a. Dependent Variable: Loyalitas Pelanggan

b. All requested variables entered.

#### Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,697 <sup>a</sup>	,486	,481	4,443

a. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan

#### ANOVA<sup>a</sup>

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1831,436	1	1831,436	92,793	,000 <sup>b</sup>
	Residual	1934,204	98	19,737		
	Total	3765,640	99			

a. Dependent Variable: Loyalitas Pelanggan

b. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan

#### Coefficients<sup>a</sup>

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	12,828	2,862		4,483	,000
	Kualitas Pelayanan	,437	,045	,697	9,633	,000

a. Dependent Variable: Loyalitas Pelanggan

## Lampiran 9. Uji T

### Variables Entered/Removed<sup>a</sup>

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Kualitas Pelayanan <sup>b</sup>	.	Enter

a. Dependent Variable: Loyalitas Pelanggan

b. All requested variables entered.

### Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,697 <sup>a</sup>	,486	,481	4,443

a. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan

### ANOVA<sup>a</sup>

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1831,436	1	1831,436	92,793	,000 <sup>b</sup>
	Residual	1934,204	98	19,737		
	Total	3765,640	99			

a. Dependent Variable: Loyalitas Pelanggan

b. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan

### Coefficients<sup>a</sup>

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	12,828	2,862		4,483	,000
	Kualitas Pelayanan	,437	,045	,697	9,633	,000

a. Dependent Variable: Loyalitas Pelanggan

### Lampiran 10. Koefisien Determinasi

#### Variables Entered/Removed<sup>a</sup>

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Kualitas Pelayanan <sup>b</sup>	.	Enter

a. Dependent Variable: Loyalitas Pelanggan

b. All requested variables entered.

#### Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,697 <sup>a</sup>	,486	,481	4,443

a. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan

#### ANOVA<sup>a</sup>

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1831,436	1	1831,436	92,793	,000 <sup>b</sup>
	Residual	1934,204	98	19,737		
	Total	3765,640	99			

a. Dependent Variable: Loyalitas Pelanggan

b. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan

#### Coefficients<sup>a</sup>

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	12,828	2,862		4,483	,000
	Kualitas Pelayanan	,437	,045	,697	9,633	,000

a. Dependent Variable: Loyalitas Pelanggan

### Lampiran 10. Nilai r Tabel

df=(N-2)	Tingkat signifikansi uji satu arah				
	0.05	0.025	0.01	0.005	0.0005
	Tingkat signifikansi uji dua arah				
	0.1	0,05	0,02	0,01	0,001
75	0.1888	0.2242	0.2647	0.2919	0.3678
76	0.1876	0,2227	0.2630	0.2900	0,3655
77	0,1864	0.2213	0.2613	0.2882	0,3633
78	0,1852	0.2199	0.2597	0.2864	0.3611
79	0.1841	0.2185	0.2581	0.2847	0,3589
80	0.1829	0,2172	0.2565	0.2830	0,3568
81	0.1818	0.2159	0,2550	0.2813	0,3547
82	0.1807	0.2146	0,2535	0.2796	0,3527
83	0.1796	0.2133	0,2520	0.2780	0.3507
84	0.1786	0,2120	0.2505	0.2764	0,3487
85	0.1775	0.2108	0.2491	0.2748	0,3468
86	0.1765	0.2096	0.2477	0,2732	0.3449
87	0.1755	0.2084	0.2463	0.2717	0.3430
88	0.1745	0.2072	0.2449	0.2702	0.3412
89	0.1735	0.2061	0.2435	0.2687	0,3393
90	0.1726	0.2050	0.2422	0.2673	0.3375
91	0.1716	0.2039	0.2409	0.2659	0.3358
92	0.1707	0,2028	0,2396	0.2645	0,3341
93	0.1698	0,2017	0.2384	0.2631	0.3323
94	0.1689	0,2006	0.2371	0.2617	0.3307
95	0.1680	0.1996	0,2359	0.2604	0.3290
96	0.1671	0.1986	0.2347	0.2591	0.3274
97	0.1663	0.1975	0,2335	0.2578	0.3258
98	0.1654	<b>0.1966</b>	0,2324	0.2565	0,3242
99	0.1646	0.1956	0.2312	0,2552	0.3226
100	0.1638	0.1946	0.2301	0,2540	0.3211

### Lampiran 11. Surat Pengantar Izin Penelitian



MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PIMPINAN PUSAT MUHAMMADIYAH  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR

LEMBAGA PENELITIAN PENGEMBANGAN DAN PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT  
Jl. Sultan Alauddin No. 259 Telp. 066972 Fax (0411) 865588 Makassar 90221 e-mail: dp3m@punismuh.ac.id

Nomor : 3194/05/C.4-VIII/XII/1445/2023  
Lamp : 1 (satu) Rangkap Proposal  
Hal : Permohonan Izin Penelitian

30 Desember 2023 M

17 Jumadil akhir 1445

Kepada Yth,

Bapak Gubernur Prov. Sul-Sel

Cq. Kepala Dinas Penanaman Modal & PTSP Provinsi Sulawesi Selatan

di -

Makassar

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Berdasarkan surat Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar, nomor: 197/05/A.2-II/XII/45/2023 tanggal 28 Desember 2023, menerangkan bahwa mahasiswa tersebut di bawah ini :

Nama : SUNARDI

No. Stambuk : 10572 1100817

Fakultas : Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Jurusan : Manajemen

Pekerjaan : Mahasiswa

Bermaksud melaksanakan penelitian/pengumpulan data dalam rangka penulisan Skripsi dengan judul :

**"PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN TOKO BINTANG MAKASSAR CABANG ALAUDDIN"**

Yang akan dilaksanakan dari tanggal 4 Januari 2024 s/d 4 Maret 2024.

Sehubungan dengan maksud di atas, kiranya Mahasiswa tersebut diberikan izin untuk melakukan penelitian sesuai ketentuan yang berlaku.

Demikian, atas perhatian dan kerjasamanya diucapkan Jazakumullahu khaeran

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ





**PEMERINTAH PROVINSI SULAWESI SELATAN  
DINAS PENANAMAN MODAL DAN PELAYANAN TERPADU SATU PINTU**

Jl. Bougenville No.5 Telp. (0411) 441077 Fax. (0411) 448936  
Website : <http://simap-new.sulselprov.go.id> Email : [ptsp@sulselprov.go.id](mailto:ptsp@sulselprov.go.id)  
Makassar 90231

Nomor	: <b>32497/S.01/PTSP/2023</b>	<b>Kepada Yth.</b>
Lampiran	: -	Walikota Makassar
Perihal	: <b><u>Izin penelitian</u></b>	

di-  
**Tempat**

Berdasarkan surat Ketua LP3M UNISMUH Makassar Nomor : 3194/05/C.4-VIII/1445/2023 tanggal 30 Desember 2023 perihal tersebut diatas, mahasiswa/peneliti dibawah ini:

N a m a	: <b>SUNARDI</b>
Nomor Pokok	: 105721100817
Program Studi	: Manajemen
Pekerjaan/Lembaga	: Mahasiswa (S1)
Alamat	: Jl. Sit Alauddin No 259, Makassar

Bermaksud untuk melakukan penelitian di daerah/kantor saudara dalam rangka menyusun SKRIPSI, dengan judul :

**" PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN TOKO BINTANG  
MAKASSAR CABANG ALAUDDIN "**

Yang akan dilaksanakan dari : Tgl. **04 Januari 2024 s/d 04 Maret 2024**

Sehubungan dengan hal tersebut diatas, pada prinsipnya kami **menyetujui** kegiatan dimaksud dengan ketentuan yang tertera di belakang surat izin penelitian.

Demikian Surat Keterangan ini diberikan agar dipergunakan sebagaimana mestinya.

Diterbitkan di Makassar  
Pada Tanggal 31 Desember 2023

**KEPALA DINAS PENANAMAN MODAL DAN PELAYANAN TERPADU  
SATU PINTU PROVINSI SULAWESI SELATAN**



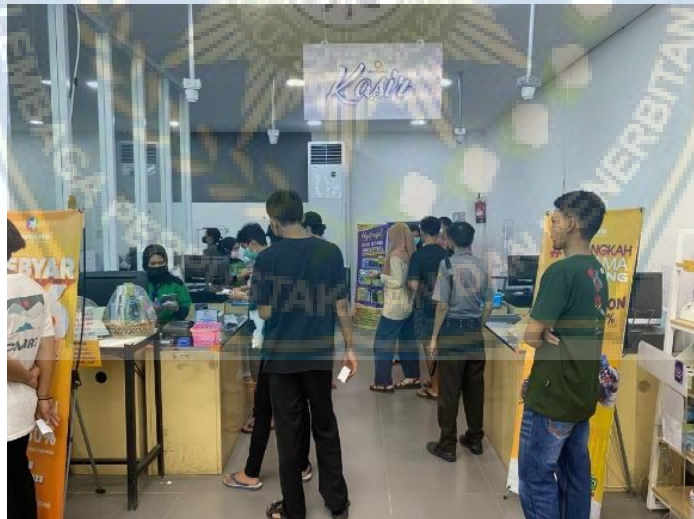
**ASRUL SANI, S.H., M.Si.**  
Pangkat : PEMBINA TINGKAT I  
Nip : 19750321 200312 1 008

Tembusan Yth  
1. Ketua LP3M UNISMUH Makassar di Makassar;  
2. *Pertinggal.*

**Lampiran 13. Dokumentasi Suasana Toko Bintang Cabang Alauddin**

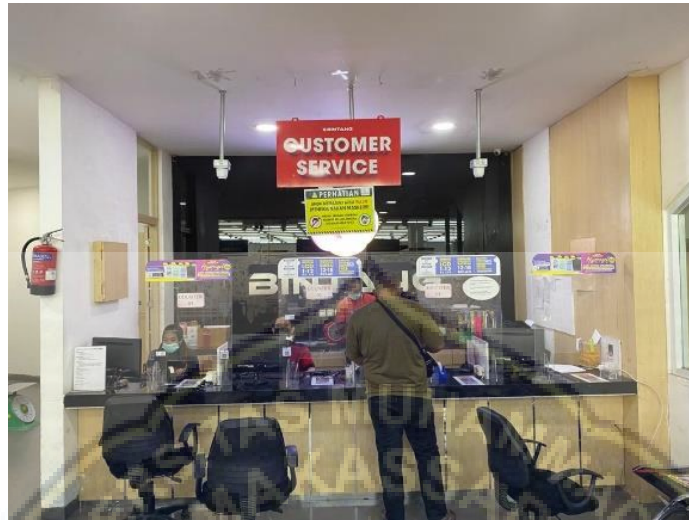


Kasir Lantai 1



Kasir Lantai 2





Customer Service



Tempat Pengetesan Barang dan Pemasangan Anti Gores

## Lampiran 14. Surat Keterangan Bebas Plagiat



**MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PIMPINAN PUSAT MUHAMMADIYAH  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR  
UPT PERPUSTAKAAN DAN PENERBITAN**  
Alamat kantor: Jl.Sultan Alauddin NO.259 Makassar 90221 Tlp.(0411) 866972,881593, Fax.(0411) 865588

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

**SURAT KETERANGAN BEBAS PLAGIAT**

UPT Perpustakaan dan Penerbitan Universitas Muhammadiyah Makassar,  
Menerangkan bahwa mahasiswa yang tersebut namanya di bawah ini:

Nama : Sunardi  
Nim : 105721100817  
Program Studi : Manajemen

No	Bab	Nilai	Ambang Batas
1	Bab 1	10 %	10 %
2	Bab 2	22 %	25 %
3	Bab 3	10 %	10 %
4	Bab 4	8 %	10 %
5	Bab 5	3 %	5 %

Dinyatakan telah lulus cek plagiat yang diadakan oleh UPT- Perpustakaan dan Penerbitan Universitas Muhammadiyah Makassar Menggunakan Aplikasi Turnitin.

Demikian surat keterangan ini diberikan kepada yang bersangkutan untuk dipergunakan seperlunya.

Makassar, 19 April 2024  
Mengetahui,

Kepala UPT Perpustakaan dan Penerbitan,

  
S.Hum., M.I.P  
NBM. 964 591

Jl. Sultan Alauddin no 259 makassar 90222  
Telepon (0411)866972,881 593,fax (0411)865 588  
Website: www.library.unismuh.ac.id  
E-mail : perpustakaan@unismuh.ac.id

AB I Sunardi 105721100817

ORIGINALITY REPORT

**10%**

SIMILARITY INDEX

**10%**

INTERNET SOURCES

**8%**

PUBLICATIONS

**8%**

STUDENT PAPERS

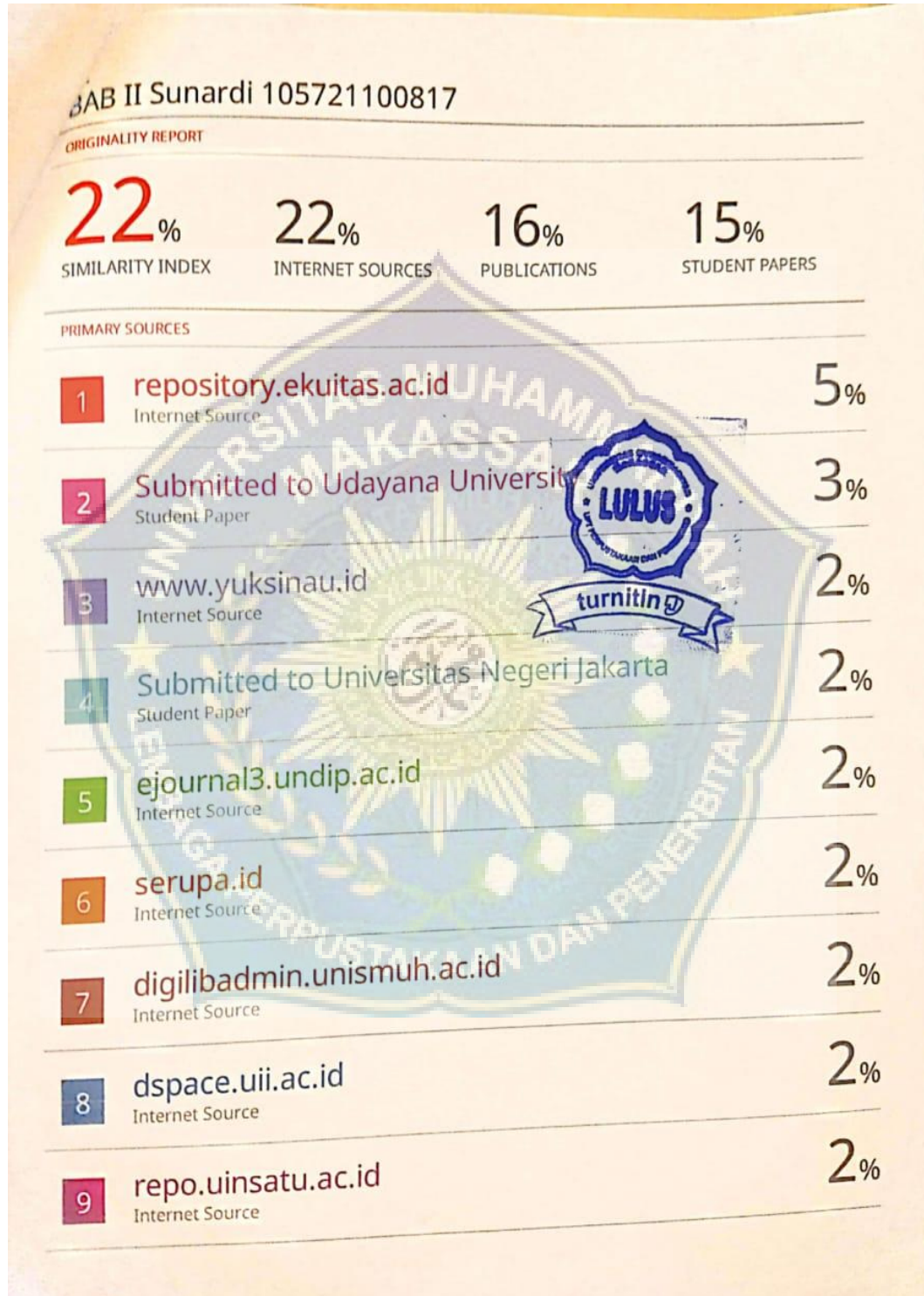
PRIMARY SOURCES

1	repository.umsu.ac.id Internet Source	2%
2	jurnalmahasiswa.stiesia.ac.id Internet Source	2%
3	docplayer.info Internet Source	2%
4	etheses.uinmataram.ac.id Internet Source	2%
5	repository.usu.ac.id Internet Source	2%

Exclude quotes  On

Exclude matches  < 2%

Exclude bibliography  On



AB III Sunardi 105721100817

ORIGINALITY REPORT

**10%** SIMILARITY INDEX  
**14%** INTERNET SOURCES  
**16%** PUBLICATIONS  
**8%** STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1	<a href="http://etheses.uin-malang.ac.id">etheses.uin-malang.ac.id</a> Internet Source	2%
2	<a href="http://id.scribd.com">id.scribd.com</a> Internet Source	2%
3	<a href="http://repository.unjaya.ac.id">repository.unjaya.ac.id</a> Internet Source	2%
4	<a href="http://digilib.uinsa.ac.id">digilib.uinsa.ac.id</a> Internet Source	2%
5	<a href="http://repository.uinjambi.ac.id">repository.uinjambi.ac.id</a> Internet Source	2%
6	<a href="http://www.neliti.com">www.neliti.com</a> Internet Source	2%

Exclude quotes  On  
 Exclude bibliography  On

Exclude matches < 2%

### BAB IV Sunardi 105721100817

#### ORIGINALITY REPORT

<b>8%</b>	<b>10%</b>	<b>6%</b>	<b>0%</b>
SIMILARITY INDEX	INTERNET SOURCES	PUBLICATIONS	STUDENT PAPERS

#### PRIMARY SOURCES

<b>1</b>	<a href="http://journal.y3a.org">journal.y3a.org</a> Internet Source	<b>5%</b>
<b>2</b>	<a href="http://repository.unja.ac.id">repository.unja.ac.id</a> Internet Source	<b>2%</b>
<b>3</b>	<a href="http://ojs.unm.ac.id">ojs.unm.ac.id</a> Internet Source	<b>2%</b>

Exclude quotes  On  Exclude matches  2%

Exclude bibliography  On

BAB V Sunardi 105721100817

ORIGINALITY REPORT

<b>3%</b>	<b>3%</b>	<b>0%</b>	<b>0%</b>
SIMILARITY INDEX	INTERNET SOURCES	PUBLICATIONS	STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

<b>1</b>	<b>stiatabalong.ac.id</b> Internet Source	<b>3%</b>
----------	--	-----------



## BIOGRAFI PENULIS



**Sunardi** lahir di Boneria, Desa Barat Lambongan, Kecamatan Bontomatene, Kabupaten Kepulauan Selayar pada tanggal 16 September 1996, merupakan anak kedua dari tiga bersaudara dari pasangan Ayahanda Patta Naja dan Ibunda Andi Ratang. Penulis ini menempuh pendidikan formal pertama di SDN Barat Lambongan, Kecamatan Bontomatene, Kabupaten Kepulauan Selayar dan tamat pada tahun 2008, kemudian melanjutkan pendidikan di SMP Negeri 1 Bontomatene dan selesai pada tahun 2011. Selanjutnya penulis melanjutkan pendidikan di SMA Negeri 1 Bontomatene dan tamat pada tahun 2014. Kemudian pada tahun 2017 penulis terdaftar sebagai mahasiswa di jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar. Penulis pernah aktif dalam organisasi Himpunan Mahasiswa Jurusan Manajemen dan mendapatkan amanah sebagai anggota bidang keorganisasian pada tahun 2019 – 2020.

