

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN KEPUASAN
PELANGGAN TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN
DI PT. HAJJAH FATIMAH INDO GROUP
KABUPATEN BANTAENG**

SKRIPSI



**MULTASAMSI
105721100220**

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

KARYA TUGAS AKHIR MAHASISWA

JUDUL PENELITIAN

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN KEPUASAN
PELANGGAN TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN
DI PT. HAJJAH FATIMAH INDO GROUP
KABUPATEN BANTAENG**

Disusun dan Diajukan Oleh:

**MULTASAMSI
105721100220**

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

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

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

MOTTO

Sesungguhnya setiap amal tergantung niatnya, dan sesungguhnya setiap orang akan mendapatkan sesuatu dengan apa yang dia niatkan.

(Hadis Riwayat Al-Bukhari)

PERSEMBAHAN

Puji syukur saya panjatkan kepada Allah SWT, atas segala rahmat, hidayah, dan karunia-Nya sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.

Skripsi ini saya persembahkan untuk kedua orang tua, suami dan anak saya tercinta, dan juga almamaterku.

PESAN DAN KESAN

Dalam menyelesaikan skripsi ini, saya merasa telah memperoleh banyak pelajaran berharga. Proses penelitian ini tidak hanya menjadi menguji kemampuan akademik, tetapi juga membuka mata saya akan pentingnya kesabaran, ketelitian, dan ketekunan dalam mencapai tujuan.

Penulisan skripsi ini bukan hanya tentang menyelesaikan tugas akademik semata, tetapi juga tentang perjalanan pribadi dan profesional.



**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR**

Jl. Sultan Alauddin No. 259 Gedung Iqra Lt. 7 Telp. (0411) 866972 Makassar

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

HALAMAN PERSETUJUAN

Judul Penelitian : Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Konsumen di PT Hajjah Fatimah Indo Grup Kabupaten Bantaeng

Nama Mahasiswa : Multasamsi

NIM : 105721100220

Program Studi : Manajemen

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Perguruan Tinggi : Universitas Muhammadiyah Makassar

Menyatakan Bahwa Penelitian Ini Telah diteliti dan diujikan di depan panitia panguji skripsi strata satu (S1) pada tanggal 25 Mei 2024, di Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar

Makassar, 25 Mei 2024

Menyetujui,

Pembimbing I

Pembimbing II

Dr. Buyung Romadhoni., S.E.,M.Si
NIDN:0028087801

Sherry Edelia Natsir Kalla S.E.,M.MKtg
NIDN:0916018603

Mengetahui,

Dekan

Ketua Program Studi

Dr. H. Andi Jam'an, S.E.,M.Si
NBM: 651 507

Nasrullah. S.E.,M.M
NBM: 1151 132



**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR**
Jl. Sultan Alauddin No. 259 Gedung Iqra Lt. 7 Telp. (0411) 866972 Makassar

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi atas Nama : Multasamsi, Nim : 105721100220 diterima dan disahkan oleh Panitia Ujian Skripsi berdasarkan Surat Keputusan Rektor Universitas Muhammadiyah Makassar Nomor : 0008/SK-Y/61201/091004/2014 ,Tanggal 16 Zulkaidah 1445 H/ 25 Mei 2024 M. Sebagai salah satu syarat guna memperoleh gelar Sarjana Manajemen pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar.

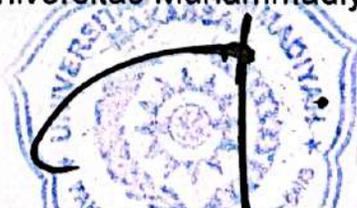
Makassar, 16 Zulkaidah 1445 H
25 Mei 2024 M

PANITIA UJIAN

1. Pengawas Umum : Prof, Dr. H. Ambo Asse, M.Ag
(Rektor Unismuh Makassar)
2. Ketua : Dr. H. Andi Jam'an, S.E.,M.Si
(Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis)
3. Sekretaris : Agusdiwana Suarni, S.E.,M.Acc
(Wakil Dekan I Fakultas Ekonomi dan Bisnis)
4. Penguji : 1. Dr. Ruliaty., M.M
2. Moh Aris Pasigai, S.E., M.M.
3. Zalkha Soraya,S.E., M.M
4. Syarthini Indrayani, S.E., M.Si

Disahkan Oleh,

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Makassar



Dr. H. Andi Jam'an, S.E.,M.Si
NBM : 651-507



FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR
Jl. Sultan Alauddin No. 259 Gedung Iqra Lt. 7 Telp. (0411) 866972 Makassar

SURAT PERNYATAAN KEABSAHAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Multasamsi
Stambuk : 105721100220
Program Studi : Manajemen
Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Konsumen di PT Hajjah Fatimah Indo Grup Kabupaten Bantaeng

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.

Makassar, 25, Mei, 2024

Yang Membuat Pernyataan,



Multasamsi

NIM:105721100220

Diketahui Oleh:

Dekan,

Ketua Program Studi

Dr. H. Andi Jam'an, S.E.,M.Si
NBM: 651507

Wasrullah. S.E.,M.M
NBM: 1151 132

HALAMAN PERNYATAAN
PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR

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

Nama : Multasamsi
NIM : 105721100220
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Ekonomi Dan Bisnis
Jenis Karya : Skripsi

Dengan 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 dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas
Konsumen di PT Hajjah Fatimah Indo Grup Kabupaten Bantaeng

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Universitas Muhammadiyah Makassar berhak menyimpan, mengalihkan media/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, 25 Mei, 2024

Yang Membuat Pernyataan



Multasamsi
NIM: 105721100220

ABSTRAK

MULTASAMSI.2024. Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Konsumen Di PT. Hajjah Fatimah Indo Group Kabupaten Bantaeng. Skripsi. Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar. Dibimbing oleh: Buyung Romadhoni, dan Sherry Edelia Natrir Kalla.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas konsumen di PT. Hajjah Fatimah Indo Group. Penelitian ini merupakan jenis penelitian deskriptif kuantitatif. Metode yang digunakan adalah metode statisti atau metode (pengukuran), teknik pengambilan data pada penelitian ini adalah dengan Kuisisioner atau Angket yang merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pertanyaan tertulis kepada responden untuk dijawab. Dalam penelitian ini yang menjadi populasi adalah pelanggan PT. Hajjah Fatimah Indo Group Kabupaten Bantaeng dan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah jenis sampel sampling purposive dan sample berjumlah 153. Teknik analisis data menggunakan analisis deskriptif kuantitatif yang dituangkan dalam bentuk persentase menggunakan fasilitas SPSS 25. Dan diperoleh hasil bahwa pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas konsumen berdasarkan hasil analisis tabel, menunjukkan bahwa r hitung 0,576 dan nilai signifikan (Sig) 0,00. Oleh karna itu, nilai t hitung 3,561 > t tabel 1,975 dan nilai signifikan 0,00 dengan ketentuan dasar pengambilan keputusan < 0,05 maka hipotesis yang berbunyi "Ada pengaruh yang signifikan antara kualitas pelayanan terhadap loyalitas konsumen pada konsumen PT. Hajjah Fatimah Indo Group Kabupaten Bantaeng" diterima. Dan untuk pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas konsumen pada tabel diatas menunjukkan bahwa r hitung 0,576 dan nilai signifikan (Sig) 0,00. Oleh karena itu, t hitung 4,360 > t tabel 1,975 dan nilai signifikan sebesar 0,00 dengan ketentuan dasar pengambilan keputusan < 0,05, maka hipotesis yang berbunyi "Ada pengaruh yang signifikan antara kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelayanan" diterima.

Kata Kunci : Loyalitas konsumen, kualitas pelayanan, kepuasan pelanggan.

ABSTRACT

MULTASAMSI.2024. The Influence Of Service Quality And Costumer Satisfaction On Consumer Loyalty At PT. Hajjah Fatimah Indo Group Bantaeng. Thesis. Departement of Management, Faculty of Economics and Business, Universitas Muhammadiyah Makassar. Main Supervisor by: Buyung Romadhoni and Sherry Edelia Natrir Kalla.

This research aims to determine the influence of service quality and customer satisfaction on consumer loyalty at PT. Hajjah Fatimah Indo Group . This research is a type of quantitative descriptive research. The method used is a statistical method or method (measurement), the data collection technique in this research is a questionnaire or questionnaire which is a data collection technique carried out by giving a set of questions or written questions to respondents to answer. In this research, the population is customers of PT. Hajjah Fatimah Indo Group Bantaeng Regency and the sample used in this research is a purposive sampling type and the sample number is 153. The data analysis technique uses quantitative descriptive analysis which is expressed in the form of percentages using SPSS 25. And the results obtained show that the influence of service quality on consumer loyalty Based on the results of the table analysis, it shows that the calculated r is 0.576 and the significant value (Sig) is 0.00. Therefore, the calculated t value is 3.561 > t table 1.975 and the significant value is 0.00 with the basic decision making provisions < 0.05, so the hypothesis reads "There is a significant influence between service quality on consumer loyalty among PT consumers. Hajjah Fatimah Indo Group Bantaeng Regency" was accepted. And for the influence of customer satisfaction on consumer loyalty in the table above, it shows that the calculated r is 0.576 and the significant value (Sig) is 0.00. Therefore, t count is 4.360 > t table 1.975 and the significant value is 0.00 with the basic decision making provisions < 0.05, then the hypothesis which reads "There is a significant influence between customer satisfaction and service loyalty" is accepted.

Keywords: Consumer loyalty, service quality, customer satisfaction.



KATA PENGANTAR



Puji dan Syukur Alhamdulillah penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT atas segala rahmat dan hidayah yang tiada hentidiberikan kepada hamba-Nya. Shalawa beserta salam tak lupa penulis kirimkan kepada Rasulullah Muhammda SAW beserta para keluarganya, sahabatdan para pengikutnya. Merupakan nikmat yang tiada ternilai manakala penulisan skripsi yang berjudul “Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Konsumen di PT HJ Fatimah Indo Grup Kabupaten Bantaeng”.

Skripsi yang penulis buat inibertusjusun untukmemenuhi syarat da;am meneyelesaikan program Sarjana (S1) pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar.

Teristimewa dan Terutama penulis sampaikan ucapan terima kasih kepada kedua orang tua penulis bapak H.Dadang Dan Ibu Hj.Fatimah Yang senantiasa memberi harapan, semangat, perhatian, kasih sayang dan doa tulus. Beserta suami dan saudara-saudaraku tercinta yang senantiasa mendukung dan memberikan semangat hingga akhir studi ini. Dan seluruh keluarga besar atas segala pengorbanan, serta dukungan baik materi maupun moral, dan doa restu yang telah mereka berikan kepada penulis mnjadi ibadah dan cahaya penerang kehidupan di dunia dan 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. Dr. H. Andi Jam'an, SE., M.Si, Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar
3. Bapak Nasrullah, S.E., M.M. selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Muhammadiyah Makassar.
4. Bapak Dr. Buyung Romadhoni, S.E, M.Si, selaku Pembimbing yang senantiasa meluangkan waktunya membimbing dan mengarahkan penulis, sehingga skripsi selesai dengan baik.
5. Ibu Sherry Edelia Natsir Kalla, S.E., M.MKtg, selaku Pembimbing II telah berkenan membantu selama dalam penyusunan skripsi hingga ujian skripsi.
6. Bapak Dr. Syariffuddin Sulaiman S.E.,M.Si, selaku Penasehat Akademik yang tak kenal lelah banyak menuangkan ilmunya kepada penulis selama berkuliah.
7. Segenap Staf dan Karyawan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar.
8. Rekan-rekan Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Program Manajemen Angkatan 2020 yang selalu belajar bersama yang tidak sedikit bantuannya dan dorongannya dalam aktivitas studi penulis
9. Terima kasih untuk semua kerabat yang tidak bisa saya tulis satu persatu yang telah memebrikan semangat, kesabaran, motivasi, dan dukungannya sehingga penulis dapat merampungkan penulisan skripsi ini.

Akhirnya, sungguh penulis sangat menyadari bahwa skripsi ini masih sangat jauh dari kata sempurna. 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, 25 Mei 2024

Penulis



DAFTAR ISI

SAMPUL	i
JUDUL PENELITIAN	ii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	iii
HALAMAN PERSETUJUAN	iv
ABSTRAK	vii
ABSTRACK	viii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI	xii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	4
C. Tujuan Penelitian.....	5
D. Manfaat Penelitian.....	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	7
A. Tinjauan Teori.....	7
1. Kualitas Pelayanan.....	7
2. Kepuasan Pelanggan.....	9
3. Loyalitas Pelanggan.....	11
B. Tinjauan Empiris.....	12
C. Kerangka Pikir.....	16
D. Hipotesis.....	17
BAB III METODE PENELITIAN	18
A. Jenis Penelitian.....	18
B. Lokasi dan Waktu Penelitian.....	18
C. Jenis dan Sumber Data.....	18
D. Populasi dan Sampel.....	19
E. Motode Pengumpulan Data.....	20
F. Definisi Operasional Variabel.....	20
G. Metode Analisis Data.....	23
1. Uji Instrumen.....	23
2. Uji Asumsi Klasik.....	24
3. Regresi Linear Berganda.....	25
4. Uji Hipotesis.....	25
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	27
A. Gambaran Umum Objek Penelitian.....	27
B. Hasil Penelitian.....	28
1. Deskriptif Karakteristik Responden.....	28
2. Uji Instrumen.....	29
3. Uji Asumsi Klasik.....	30
4. Analisis Regresi Berganda.....	33

5. Koefisien Determinasi.....	34
6. Uji Hipotesis.....	35
7. Pembahasan.....	36
BAB V PENUTUP.....	39
A. Kesimpulan.....	39
B. Saran.....	39
DAFTAR PUSTAKA.....	40
LAMPIRAN.....	43



DAFTAR TABEL

2.1 Penelitian Terdahulu.....	12
4.1 Karakteristik Responden.....	28
4.2 Hasil Uji Validitas.....	29
4.3 Uji Realibitas.....	30
4.4 Uji Normalitas.....	31
4.5 Uji Multikolenearitas.....	32
4.6 Uji Analisis Regresi Berganda.....	33
4.7 Koefisien Determinasi.....	34



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Data Penjualan.....	3
Gambar 2.1 Struktur Organisasi PT.Hajjah Fatimah Indo Group.....	27
Gambar 4.1 Normal P – Plot.....	31
Gambar 4.1 Scatterplot Heterokedasitas.....	33



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Tabel Indikator Variabel.....	44
Lampiran 2. Karakteristik Responden.....	46
Lampiran 3. Data Tabulasi Kualitas Pelayanan (X1)	47
Lampiran 4. Data Tabulasi Kepercayaan (X2)	50
Lampiran 5. Data Tabulasi Loyalitas Konsumen (Y)	53
Lampiran 6. Output Uji Validitas dan Reabilitas	56
Lampiran 7. Output Uji Asumsi Klasik	59
Lampiran 8. Output Uji Regresi Berganda	62
Lampiran 9. Output Uji Koefisien Determinasi	63
Lampiran 10. Uji Hipotesis	64
Lampiran 11. Dokumentasi Penyebaran Kuisisioner	65
Lampiran 12. Surat Izin Penelitian	66
Lampiran 13. Surat Keterangan Pembimbing	70
Lampiran 14. Halaman Persetujuan	72
Lampiran 15. Lembar Validasi	75
Lampiran 16. Surat Keterangan Bebas Plagiasi	77



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Dalam menghadapi persaingan yang ketat di era globalisasi saat ini, setiap perusahaan harus mampu bersaing untuk memenangkan persaingan. Orientasi dunia pemasaran mengalami perubahan dari *profit oriented* kepada *satisfied oriented*.

Setiap perusahaan harus senantiasa memperhatikan dan mempertimbangkan apa kebutuhan dari konsumen. Masalah yang sering dihadapi oleh perusahaan adalah bahwa perusahaan belum tentu mampu memberikan kepuasan maksimal yang benar-benar diharapkan oleh konsumen atau pelanggan. Pemasaran merupakan mengidentifikasi dan memenuhi kebutuhan manusia dan sosial. Salah satu definisi yang baik dan singkat dari pemasaran adalah "memenuhi kebutuhan dengan cara yang menguntungkan". Manajemen pemasaran terjadi ketika setidaknya satu pihak dalam sebuah pertukaran potensialberpikir tentang cara-cara untuk mencapai respon yang diinginkan pihak lain.Karenanya kita memandang manajemen pemasaran (*marketing management*) sebagai seni dan ilmu memilih pasar sasaran dan meraih, mempertahankan serta membutuhkan pelanggan dengan menciptakan, menghantarkan dan mengomunikasikan nilai pelanggan yang unggul.

Meningkatnya kebutuhan pasar menjadikan para pebisnis ritel harus mampu memberikan pemenuhan kebutuhan akan produk, tapi juga kebutuhan akan suatu pelayanan serta kepuasan untuk mencapai suatu loyalitas pelanggan. Menurut (Hurriyati, 2005:70) mengungkapkan definisi Loyalitas Konsumen merupakan komitmen pelanggan bertahan secara mendalam untuk berlangganan Kembaliatau melakukan pembelian ulang produk terpilih secara konsisten di masa yang akan datang, meskipun pengaruh situasi dan usaha-usahapemasaran mempunyai

potensi untuk menyebabkan perubahan perilaku.

Sementara loyalitas menurut Kertajaya (2005:54) mengemukakan loyalitas sebagai perilaku konsumen yang melakukan pembelian ulang (*repeat*), mereferensikan produk atau jasa yang digunakan kepada orang lain (*revere*) dan bersikap kebal terhadap godaan produk lain (*immune*). Apa yang telah dikemukakan para peneliti terdahulu tentang loyalitas dapat disimpulkan bahwa, loyalitas merupakan symbol kesetiaan yang tidak akan pernah goyah walau kondisi suatu perusahaan pun dalam keadaan terpuruk. Ada beberapa hal yang mempengaruhi loyalitas konsumen yaitu kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen.

Faktor pertama yang berpengaruh pada loyalitas pelanggan yaitu kualitas pelayanan. Dalam rangka membangun pemasaran yang baik tentunya perusahaan membrikan kualitas pelayanan yang memadai kepada konsumen agar tentunya konsumen tetap loyal untuk berlangganan. Menurut (Tjiptono:2005 Lupiyoadi:2001

Kualitas pelayanan merupakan keseluruhan ciri-ciri dan karakteristik-karakteristik dari suatu produk atau jasa dalam hal kemampuannya untuk memenuhi kebutuhan-kebutuhan yang telah ditentukan atau bersifat laten, dengan menekankan pada orientasi pemenuhan harapan pelanggan untuk memperoleh kecocokan untuk pemakaian.

Dalam usaha untuk memenuhi loyalitas konsumen maka dengan sendirinya jaminan atas kualitas pelayanan menjadi hal yang wajib yang harus dipenuhi oleh suatu perusahaan. Namun seringkali terjadi kesenjangan yang dapat menimbulkan tidak tercapainya apa yang perusahaan inginkan, diantaranya kesenjangan harapan konsumen, kesenjangan kualitas layanan dengan suatu komunikasi. Hal ini tentu menjadi suatu faktor penting yang perlu diperhatikan oleh suatu perusahaan.

Faktor kedua yang berpengaruh pada loyalitas yaitu kepuasan pelanggan. Kepuasan pelanggan merupakan apa yang ditunjukkan oleh pembeli ketika mereka memahami bahwa kebutuhan dan keinginan mereka benar-benar terwujud dan

terpuaskan dengan baik (Tjiptono :2012). Sementara itu (Philip Kotler:2016) mengemukakan bahwa kepuasan merupakan sensasi kebahagiaan atau kekecewaan individu yang muncul dari melihat eksekusi nyata terhadap asumsi mereka.

Kepuasan pelanggan berubah menjadi evaluasi pasca pembelian, loyalitas pelanggan akan meningkat jika kepuasan pelanggan tercapai, sehingga kepuasan pelanggan sangat penting bagi bisnis. Akibatnya, semua bisnis harus memiliki strategi dan daya tarik tersendiri saat menjalankan sebuah usaha. Memenuhi sebuah ekspektasi dari pelanggan sendiri pun merupakan strategi yang paling dibutuhkan, menerka pemikiran pelanggan sejauh mana pelanggan mengharapkan suatu yang lebih dari perusahaan itu sendiri.



Sumber: Penjualan Produk PT. Hajjah Fatimah Indo Group

Gambar 1.1 Data Penjualan

Fenomena yang terjadi pada penjualan produk PT. Hajjah Fatimah IndoGroup Kabupaten Bantaeng, berdasarkan hasil wawancara serta mendapatkan statistic data penjualan pada perusahaan, laporan penjualan menunjukkan bahwa terjadinya fluktuasi atau pendapatan yang tidak stabil bahkan terjadi penurunan drastic pada

bulan Juni 2022. Hal ini menjadi suatu perhatian bagi pemilik perusahaan agar senantiasa melakukan analisis atau pengkajian mengenai fenomena yang terjadi dalam hal mencapai target penjualan produk PT. Hajjah Fatimah Indo Group Kabupaten Bantaeng, serta perlu didukung dengan adanya suatu strategi yaitu kualitas pelayanan dan memperhatikan kepuasan pelanggan pada pelanggan PT. Hajjah Fatimah Indo Group Kabupaten Bantaeng.

Sebagai salah satu unit kegiatan bisnis dalam menghasilkan laba dari proses penjualan, tentunya perusahaan memerlukan berbagai jenis strategi dalam kegiatan bisnisnya. Tentunya hal ini menjadi acuan untuk pelaku usaha dalam hal memasarkan atau pun mempromosikan suatu produk, beberapa strategi yang telah diterapkan oleh pemilik perusahaan baik itu pemanfaatan social media ataupun melalui jaringan pemasaran. Namun tidak sedikit kendala yang dihadapi oleh pemilik usaha tersebut ini terkhususnya pelaku usaha penjualan produk dalam jumlah satu atau eceran yang memang memerlukan suatu perhatian khusus pada kualitas pelayanan serta kepuasan pada pelanggan.

PT. Hajjah Fatimah Indo Group merupakan suatu nama perusahaan yang terletak di Kabupaten Bantaeng, Sulawesi Selatan dengan menjalankan bisnis ritel atau bisa disebut juga ritel modern di Indonesia saat ini semakin pesat dan persaingannya semakin sengit. Untuk menghadapi persaingan masa para pebisnis ritel hendaknya menggunakan kekuatan yang dimiliki secara maksimal dan mengubah kelemahan menjadi kekuatan.

Berdasarkan analisis tersebut maka disusun rencana penelitian ini yang berjudul **"Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Konsumen di PT. Hajjah Fatimah Indo Group Kabupaten Bantaeng"**.

B. Rumusan Masalah

Rumusan masalah dalam penelitian ini disusun berdasarkan latar belakang,

yaitu:

- a. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas konsumen di PT. Hajjah Fatimah Indo Group Kabupaten Bantaeng?
- b. Apakah kepuasan pelanggan berpengaruh terhadap loyalitas konsumen di PT. Hajjah Fatimah Indo Group Kabupaten Bantaeng?
- c. Apakah kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan berpengaruh terhadap loyalitas konsumen di PT. Hajjah Fatimah Indo Group Kabupaten Bantaeng?

C. Tujuan Penelitian

Berikut adalah rincian tujuan penelitian dalam kaitannya dengan rumusan masalah:

- a. Untuk menguji pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas konsumen di PT. Hajjah Fatimah Indo Group Kabupaten Bantaeng.
- b. Untuk menguji pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas konsumen di PT. Hajjah Fatimah Indo Group Kabupaten Bantaeng.
- c. Untuk menguji pengaruh kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas konsumen di PT. Hajjah Fatimah Indo Group Kabupaten Bantaeng.

D. Manfaat Penelitian

Manfaat dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

- a. Bagi peneliti adalah penelitian ini memberi kita pengalaman pribadi, pengabdian kepada masyarakat, dan kesempatan untuk mengidentifikasi masalah yang terus ada.
- b. Bagi mahasiswa adalah sebagai sarana untuk menggunakan pengalaman pribadi dan pengetahuan yang dipelajari untuk mendukung penelitian.
- c. Bagi masyarakat adalah memberikan manfaat bagi masyarakat dapat digunakan untuk mencari solusi atau kemungkinan terbaik atas permasalahan suatu usaha.
- d. Bagi pemerintah adalah mendapatkan manfaat dari penelitian tersebut karena

diharapkan temuan tersebut dapat memberikan rekomendasi atau masukan kepada pemerintah terkait usaha tersebut.



BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Tinjauan Teori

Strategi pemasaran merupakan salah satu jenis pemikiran atau penataan yang terdapat dalam bidang promosi. Secara umum, ini adalah siklus sosial di mana orang-orang dan kelompok mendapatkan apa yang mereka perlukan dengan membuat dan memperdagangkan barang-barang berharga dengan orang lain dan kelompok. Dalam arti lebih luas, pemasaran berusaha untuk memperoleh tanggapan terhadap suatu penawaran.

Strategi pemasaran pun juga memiliki beberapa metode salah satunya yaitu pelayanan prima atau bisa disebut juga dengan pelayanan unggul yang merupakan suatu sikap atau cara petugas dokiinfopus dalam melayani pengguna secara memuaskan. Pelayanan prima pun sebagai ujung tombak aktifitas pemasaran jasa dokiinfopus, dan salah satu manfaat dari pelayanannya yaitu kebutuhannya terpenuhi serta merasa dihargai.

1. Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan dapat didefinisikan dengan memusatkan perhatian pada pengumpulan asumsi pelanggan. Pelayanan berlaku untuk berbagai macam pelayanan yang diberikan oleh perusahaan selama pelanggan berada di perusahaan (Arianto :2018). Sedangkan menurut (Tjiptono :2014) menyatakan bahwa kualitas pelayanan merupakan dasar bagi pemasar jasa, karna inti dari produk yang dipasarkan merupakan suatu kinerja yang berkualitas dan kinerjalah yang dibeli oleh pelanggan. Kualitas pelayanan jasa jauh lebih sukar di definisikan, dijabarkan, dan diukur bila dibandingkan dengan kualitas barang.

Menurut (Kotler dan Armstrong 2012:681) kualitas pelayanan merupakan keseluruhan dari keistimewaan dan karakteristik dari produk atau jasa yang menunjang kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan secara langsung maupun tidak langsung.

Beberapa indikator kualitas pelayanan menurut Tjiptono (2014:198) yaitu:

- a. Keandalan (*Reliability*), berkaitan dengan kemampuan perusahaan untuk memberikan layanan yang akurat sejak pertama kali tanpa membuat kesalahan apapun dan menyampaikan jasanya sesuai dengan waktu yang disepakati.
- b. Daya Tanggap (*Responsiveness*), berkenaan dengan kesediaan dan kemampuan para karyawan untuk membantu para pelanggan dan merespon permintaan mereka, serta menginformasikan kapan jasa akan diberikan dan kemudian memberikan jasa secara cepat.
- c. Jaminan (*Assurance*), yakni perilaku para karyawan mampu menumbuhkan kepercayaan pelanggan terhadap perusahaan dan perusahaan bisa menciptakan rasa aman bagi para pelanggannya. Jaminan juga berarti bahwa para karyawan selalu bersikap sopan dan menguasai pengetahuan dan keterampilan yang dibutuhkan untuk menangani setiap pertanyaan atau masalah pelanggan.
- d. Empati (*Empathy*), berarti bahwa perusahaan memahami masalah para pelanggannya dan bertindak demi kepentingan pelanggan, serta memberikan perhatian personal kepada para pelanggan dan memiliki jam operasi yang nyaman.

- e. Bukti Fisik (Tangibles), berkenaan dengan daya tarik fasilitas fisik, perlengkapan dan material yang digunakan perusahaan, serta penampilan karyawan.

Jadi, kualitas pelayanan adalah interaksi antara pelanggan dengan karyawan yang hasilnya dapat langsung dirasakan oleh pelanggan saat itu juga.

2. Kepuasan Pelanggan

Kepuasan Pelanggan adalah apa yang ditunjukkan oleh pembeli ketika mereka memahami bahwa kebutuhan dan keinginan mereka benar-benar terwujud dan terpuaskan dengan baik (Tjiptono :2012).

Kepuasan merupakan sensasi kebahagiaan atau kekecewaan individu yang muncul dari melihat eksekusi nyata terhadap asumsi mereka (Philip Kotler & Kevin Keller :2016).

Kepuasan pelanggan berkaitan dengan perasaan suatu pelanggan setelah mereka membeli tenaga kerja ataupun produk. Banyak ahli memberikan pendapatnya mengenai kepuasan pelanggan. Kotler mengatakan bahwa kepuasan pelanggan merupakan tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang ia rasakan dengan asumsi-asumsinya.

Berikut beberapa cara mengukur kepuasan pelanggan (Kotler 2000:38):

- a. Complaint and suggestion system (Sistem keluhan dan Saran). Banyak perusahaan membuka kotak ide dan mendapat protes dari para pelanggannya. Ada juga perusahaan yang memberikan amplop alamat perusahaan yang tertulis di dalamnya untuk digunakan menyampaikan gagasan, keberatan, dan analisis. Saran tersebut dapat juga disampaikan dengan melalui kartu komentar, telepon bebas pulsa. Informasi ini dapat

memberikan ide dan masukan kepada perusahaan yang memungkinkan perusahaan dapat mengantisipasi dan cepat tanggap terhadap kritik serta saran tersebut.

- b. Customer satisfaction surveys (survey kepuasan pelanggan), dalam hal ini perusahaan melakukan survey untuk mengetahui komentar dari pelanggan, survey ini dapat disampaikan melalui pos, wawancara pribadi, atau telefon admin perusahaan, atau pelanggan diminta untuk mengisi angket.
- c. Ghost shopping (pembeli bayangan), dapat diartikan bahwa perusahaan menyuruh orang tertentu untuk berperan sebagai pembeli ke perusahaan lain atau ke perusahaannya sendiri. Pembeli bayangan ini akan melaporkan keunggulan serta kelemahan pelayanan yang melayaninya. Juga melaporkan segala sesuatu yang mungkin bermanfaat sebagai bahan pengambilan keputusan oleh manajemen. Bukan saja orang lain yang disewa untuk menjadi pembeli bayangan tetapi juga manajer sendiri harus turun ke lapangan, belanja ke toko saingan dimana ia tidak dikenal. Pengalaman manajer ini sangat penting karena data dari informasi yang didapatkan langsung ia alami sendiri.
- d. Lost customer Analysis (Analisa pelanggan yang lari), langganan yang hilang, dicoba untuk dihubungi. Mereka diminta untuk menyampaikan alasan mengapa mereka berhenti kemudian pindah ke perusahaan lain, apakah adak sesuatu masalah yang terjadi yang tidak bisa diatasi atau terlambat diatasi. Dari kasus semacam ini akan diperoleh informasi dan akan

memperbaiki kinerja perusahaan sendiri agar tidak ada lagi langganan yang lari dengan cara meningkatkan kepuasan mereka.

Berdasarkan hasil uraian penelitian tentang kepuasan pelanggan, maka kepuasan pelanggan itu ditentukan oleh beberapa tahapan untuk mencapai suatu penilaian, menerima saran atau masukan dari pelang sudah menjadi penilaian tersendiri. Sehingga untuk pemenuhan ataupun permintaan pelanggan itu akan bisa muda teratasi dengan melalui kotak saran ataupun masukan langsung dari pelanggan.

3. Loyalitas Pelanggan

Menurut Sangadji dan Sopiah (2013:105) loyalitas pelanggan merupakan ditujukan pada suatu perilaku, yang ditunjukkan dengan pembelian rutin dan didasarkan pada unit pengambilan keputusan.

Indikator Loyalitas Pelanggan yang digunakan pada penelitian yaitu:

- a) Mengatakan hal yang positif tentang perusahaan kepada orang lain.
- b) Merekomendasikan perusahaan kepada orang lain yang meminta saran.
- c) Mempertimbangkan bahwa perusahaan merupakan pilihan pertama ketika pembelian jasa/produk.
- d) Melakukan lebih banyak bisnis atau pembelian dengan perusahaan dalam beberapa tahun mendatang
- e) Sangadji dan Sopiah (2013:105).

B. Tinjauan Empiris

Permasalahan tentang kualitas pelayanan, kepercayaan hingga kepuasan pelanggan telah banyak dibahas dalam beberapa penelitian sebelumnya, diantaranya:

Tabel 2.1
Penelitian Terdahulu

No.	Nama Peneliti dan Tahun Penelitian	Judul Penelitian	Variabel Kuantitatif	Alat Analisis	Hasil Penelitian
1.	Fahtira Virdha Noor /2020	Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan PT Herba Penawar Alwahida Indonesia	Kualitas Produk (X), Kepuasan Pelanggan (Y)	Regresi Linear Sederhana	Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.
2.	Anang Sugara, Rizki Yudhi Dewantara /2017	Analisis Kepercayaan Dan Kepuasan Terhadap Penggunaan Sistem Transaksi Jual Beli <i>online</i>	Analisis kepercayaan (X^1), Kepuasan (X^2), Transaksi jual beli online (Z),	Regresi Linear Sederhana	Kepercayaan berpengaruh terhadap penggunaan sistem transaksi jual beli online pada konsumen "Z", Kepuasan berpengaruh terhadap penggunaan sistem transaksi jual beli online

3.	Tika Nur Aini/2015	Pengaruh Kepuasan Dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Komitmen Sebagai Variable <i>Intervening</i>	Pengaruh kepuasan (X^1), kepercayaan (X^2), Loyalitas Pelanggan (Y)	Regresi Linear Sederhana	Kepuasan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan, kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan
4.	Ari Prasetyo /2012	Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan	Pengaruh Kualitas Pelayanan (X^1), Harga (X^2), Kepuasan Pelanggan (Y)	Regresi Linear Sederhana	Kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan, harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.
5.	N.P.S Supertini, N.L.W.S. Telagawathi , N.N. Yulianthini/ 2020	Pengaruh Kepercayaan Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Pusaka Kebaya Di Singaraja	Pengaruh Kepercayaan (X^1), Kepuasan Pelanggan (X^2), Loyalitas Pelanggan (Y)	Regresi Linear Sederhana	Kepercayaan dan kepuasan pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan dan kepuasan pelanggan.

6	Alexandra Fenetta dan Keni(2020)	Brand Awareness (X_1), Perceived Quality (X_2), dan Purchase Intention (Y)	Pengaruh Brand Awareness Dan Perceived Quality Terhadap Purchase Intention Brand Loyalty Sebagai Variabel Mediasi	model persamaan struktural melalui software SmartPLS 3.2.8.	Hasil yang ditemukan pertama, brand awareness dan perceived quality tidak berpengaruh positif terhadap purchase intention, tetapi brand loyalty
---	-----------------------------------	--	---	---	---

					berpengaruh positif terhadap purchase intention. Kedua, brand awareness dan perceived quality berpengaruh positif terhadap brand loyalty. Ketiga, brand awareness dan perceived quality berpengaruh positif terhadap purchase intention jika dimediasi oleh brand loyalty.
7	Ery Nurhasanah, Karyaning Sih(2021)	Brand Image(X1), Perceived Quality(X2)dan Minat Beli(Y)	Pengaruh Brand Image Dan Perceived Quality Terhadap Minat Beli Pada Website Sophie Paris	Metodologi Penelitian Ini Menggunakan Metodologi Kuantitatif Dan Menggunakan Analisis Deskriptif Dan Analisis Verifikatif	Hasil penelitian ini brand image dan perceived quality berpengaruh simultan terhadap minat beli.

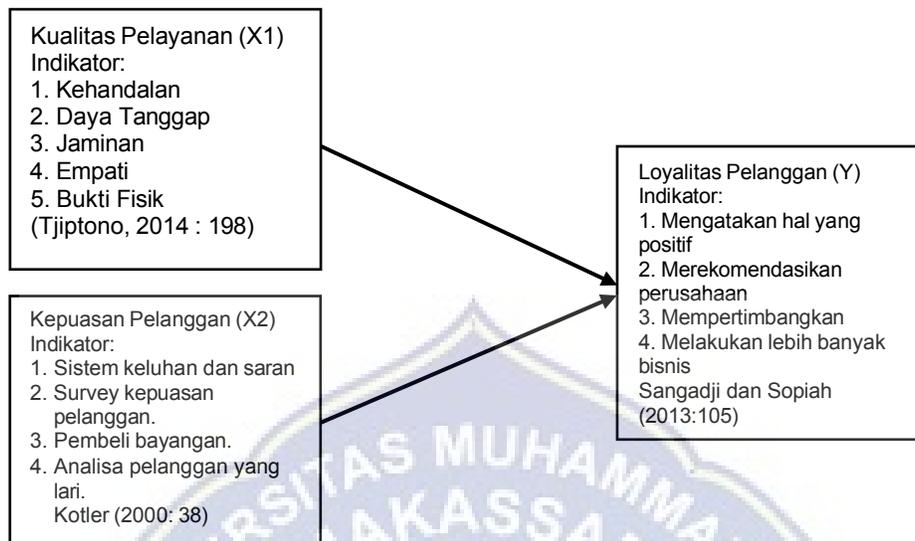
8	Didi Zainuddin (2018)	Kualitas Produk(X1), Brand Image(X2) dan Minat Beli(Y)	Pengaruh Kualitas Produk Dan Brand Image Terhadap Minat Beli Motor Matik	Menggunakan Metode Kualitatif	Hasil penelitian yang diperoleh menunjukkan bahwa terdapat pengaruh secara simultan antara kualitas produk, citra merek dan preferensi pembelian sebesar 82,5%.
9	M.Rifki Bakhtiar dan Puji Setya Sunarka (2020)	Keamanan (X1), Kepercayaan(X2), Harga(X3), Kualitas layanan(X4) dan Minat Beli(Y)	Faktor-Faktor Peningkat Minat Beli Pelanggan Elevenia di Kota Semarang	Analisi Regresi Linear Berganda	Hasil penelitian menunjukkan bahwa faktor keamanan, harga, kepercayaan, kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap niat beli.
10.	Mohamad Trio Febriyantoro(2020)	You Tube ads(X1), Brand awareness (x2), brand image(x3) dan purchase intention(Y)	Exploring YouTube Marketing Communication: Brand awareness, brand image and purchase intention in the	chosen using the non-probability sampling method. This study uses Structural Equation Modeling	YouTube Advertising influences brand awareness and brand image, whereas brand awareness and brand

		millennial generation Mohamad	(SEM) with the SmartPLS.	image do not affect purchase intention. YouTube ads are directly related to the purchase intention. Brand awareness and brand image are not mediating variables because they are not associated with purchase intention.
--	--	----------------------------------	--------------------------	--

C. Kerangka Pikir

Kerangka berpikir adalah model konseptual dari bagaimana teori tersebut berhubungan dengan berbagai faktor selama ini diidentifikasi sebagai masalah kritis (Sugiyono, 2013:60). Berdasarkan uraian masalah, teori dan penelitian terdahulu, dapat ditarik kerangka pikir yang akan digunakan dalam penelitian ini, yang akan menghubungkan variabel Kualitas Pelayanan dan Kepuasan

Pelanggan dengan Loyalitas Pelanggan.



Gambar 2.1 Kerangka Berpikir

D. Hipotesis

1. Diduga kualitas pelayanan berpengaruh positif serta signifikan terhadap loyalitas pelanggan di PT. Hajjah Fatimah Indo Group Kabupaten Bantaeng.
2. Diduga kepuasan pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan di PT. Hajjah Fatimah Indo Group Kabupaten Bantaeng.
3. Diduga kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan bersama-sama berpengaruh positif serta signifikan terhadap loyalitas pelanggan di PT. Hajjah Fatimah Indo Group Kabupaten Bantaeng.

BAB III METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kuantitatif. Penelitian kuantitatif merupakan jenis penelitian yang menghasilkan hasil yang dapat diperoleh dengan menggunakan teknik statistik atau metode (pengukuran) kuantitatif lainnya. Penelitian deskriptif dilakukan untuk menentukan nilai setiap variabel dan menentukan apakah satu atau lebih faktor saling bebas tanpa membangun hubungan atau membandingkan dengan variabel lain.

B. Lokasi dan Waktu Penelitian

1. Lokasi

Penelitian ini dilakukan di PT. Hajjah Fatimah Indo Group, Kecamatan Bissappu, Kabupaten Bantaeng.

2. Waktu

Penelitian ini dilakukan selama dua bulan, mulai pada bulan November hingga bulan Desember 2023.

C. Jenis dan Sumber Data

1. Jenis Data

Data kuantitatif adalah merupakan data yang digunakan dalam penelitian ini. Data kuantitatif, atau data yang dapat direpresentasikan secara numerik, dapat diolah dengan menggunakan metode statistik atau perhitungan.

2. Sumber Data

Penelitian ini menerapkan berupa data primer hasil dari penyebaran kuesioner kepada para konsumen PT. Hajjah Fatimah Indo Group Kabupaten Bantaeng.

D. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Menurut Sugiyono (2010: 297) dalam penelitian kuantitatif, populasi diartikan sebagai wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen PT Hajjah Fatimah Indo Grup yang dimana memiliki total 153 orang dalam sebulan.

2. Sampel

Sample merupakan sebagian atau sebagai wakil populasi yang akan diteliti. Apabila penelitian yang dilakukan sebagai dari populasi maka bisa dibidang penelitian tersebut penelitian sampel. Sampel terdiri dari bagian populasi terjangkau yang dipergunakan sebagai subjek penelitian melalui sampling. Sampling insidental/accidental sampling adalah teknik pengumpulan data dengan penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yang artinya pada saat melakukan siapa saja dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data yang dibutuhkannya. Jadi indicator yang dijadikan sampel pada penelitian ini adalah sebanyak 153.

E. Metode Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan kuesioner. Menurut Sugiyono (2017:142) angket atau kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab.

F. Definisi Operasional Variabel

1. Definisi Operasional

Definisi operasional merupakan definisi pernyataan yang dibuat oleh peneliti mengenai variabel yang akan diteliti dengan menggunakan alat ukur untuk menguji hipotesis penelitian. Atau operasional adalah panduan alat ukur yang akan digunakan dalam variabel penelitian.

a. Kualitas Pelayanan (X1)

Kualitas pelayanan merupakan salah satu factor penting dalam usaha mencapai keunggulan bersaing. Untuk mencapai kualitas yang diinginkan, perusahaan melakukan pemenuhan kebutuhan pelanggan.

Kualitas adalah sebuah bentuk pengukuran terhadap suatu nilai layanan yang telah diterima oleh konsumen dan kondisi yang dinamis suatu produk atau jasa dalam memenuhi harapan konsumen dan dapat disimpulkan bahwa layanan jasa adalah sebuah aktifitas atau tindakan interaksi antara pihak pemberi dan pihak penerima layanan yang ditawarkan oleh pihak pemberi secara tidak terwujud sehingga tidak dapat dirasakan oleh fisik.

Menurut Tjiptono, (2014 : 198) diuraikan indikator – indikator dari kualitas pelayanan adalah sebagai berikut :

a) Keandalan (*Reability*)

Kemampuan memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan segera, akurat dan memuaskan.

b) Daya Tanggap (*Responsiveness*)

Keinginan para staff dan karyawan untuk membantu para pelanggan dan memberikan pelayanan dengan tangkap.

c) Jaminan (*Assurance*)

Mencakup pengetahuan, kemampuan, kesopanan dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki para staf, bebas dari bahaya, resiko atau keraguan.

d) Empati

Meliputi kemudahan dalam melakukan hubungan, komunikasi yang baik, perhatian pribadi dan memenuhi kebutuhan para pelanggan.

e) Bukti fisik (*Tangibles*)

Meliputi fasilitas fisik, perlengkapan, pegawai dan sarana komunikasi.

b. Kepuasan Pelanggan (X2)

Kepuasan pelanggan yaitu mengenai apa yang dirasakan pelanggan atas pelayanan yang telah diberikan dibandingkan dengan apa yang diinginkan. Jika pelayanan yang diberikan dibawah harapan maka hasilnya mereka tidak puas dan apabila pelayanan lebih dari yang diharapkan oleh pelanggan maka pelanggan akan merasa puas.

Indikator Kepuasan Pelanggan yang digunakan pada penelitian yaitu.

1. Sistem keluhan dan saran.
2. Survey kepuasan pelanggan.
3. Pembeli bayangan.
4. Analisa pelanggan yang lari.

Kotler (2000: 38)

c. Loyalitas Pelanggan (Y)

Menurut Sangadji dan Sopiah (2013:105) loyalitas pelanggan merupakan ditujukan pada suatu perilaku, yang ditunjukkan dengan pembelian rutin dan didasarkan pada unit pengambilan keputusan.

Indikator Loyalitas Pelanggan yang digunakan pada penelitian yaitu:

- f) Mengatakan hal yang positif tentang perusahaan kepada orang lain.
- g) Merekomendasikan perusahaan kepada orang lain yang meminta saran.
- h) Mempertimbangkan bahwa perusahaan merupakan pilihan pertama ketika pembelian jasa/produk.
- i) Melakukan lebih banyak bisnis atau pembelian dengan perusahaan dalam beberapa tahun mendatang

Sangadji dan Sopiah (2013:105)

G. Metode Analisis Data

Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linier berganda dengan menggunakan perangkat lunak statistik SPSS. Sebelum menguji hipotesis dengan menggunakan teknik statistik, terlebih dahulu peneliti akan menguji instrumen variabel atau menguji kualitas data.

1. Uji Deskriptif (Analisis Deskriptif)

Analisis deskriptif bertujuan untuk memberikan gambaran bahan penelitian untuk menginterpretasikan dan memaknai informasi tentang Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan berupa jarak, rata – rata, median, jumlah, total dan nilai deviansi dan variasi.

2. Uji Instrumen

Uji instrumen variabel dilakukan dengan dua cara yaitu tingkat akurasi atau validitas dan tingkat konsistensi atau reliabilitas.

a. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur legitimasi atau validitas suatu kuesioner (Ghozali, 2001). Suatu kuesioner dianggap valid apabila pertanyaan-pertanyaan dalam kuesioner tersebut dapat mengungkapkan apa saja yang dapat diukur oleh kuesioner tersebut. Uji signifikansi dilakukan dengan membandingkan nilai pada r tabel untuk derajat kebebasan (df) = $n-2$ (n adalah jumlah sampel). Jika r hitung lebih besar dari r tabel dan terdapat korelasi positif maka item atau pertanyaan tersebut valid. Dengan kata lain, jika skor item pertanyaan memiliki hubungan yang positif dan signifikan dengan skor keseluruhan variabel, maka item pertanyaan tersebut dianggap valid.

b. Uji Reabilitas

Uji reliabilitas yang dilakukan terhadap item pertanyaan dianggap valid. Uji ini digunakan untuk mengevaluasi kuesioner yang berfungsi sebagai indeks dari variabel atau struktur (Ghozali, 2001). Jika tanggapan atas pertanyaan pada

kuesioner konstan atau stabil sepanjang waktu, itu dianggap dapat diandalkan. Suatu variabel dianggap reliabel jika Cronbach's alpha-nya lebih besar dari 0,60 (Ghozali, 2009).

3. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Uji normalitas data sebaiknya dilakukan sebelum data diolah berdasarkan model-model penelitian. Data yang baik dan layak digunakan dalam penelitian adalah data yang memiliki distribusi normal. Menurut Moore (1983) dalam Sudarmanto (2013:101) menyatakan bahwa asumsi normalitas konsen pada tingkat persebaran data atau skor berkisar pada distribusi standar baku atau standar normal.

b. Uji Heteroskedastisitas

Priyatno (2011:236) mengemukakan uji ini digunakan untuk menguji apakah dalam regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual pada satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Uji heterokedastisitas pada penelitian ini menggunakan metode scatter plot yaitu dengan melihat pola titik-titik scatter plot regresi. Jika titik-titik menyebar dengan pola yang tidak jelas di atas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y maka tidak terjadi masalah heterokedastisitas.

c. Uji Multikolinearitas

Priyatno (2011:288) mengemukakan uji multikolinearitas digunakan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel independent. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi di antara variabel bebas. Uji multikolinearitas dalam penelitian ini dengan melihat nilai *Inflation Factor* (VIF) dan *Tolerance* pada model regresi, jika nilai VIF kurang dari 10 dan *Tolerance* lebih daro 0,1 maka model regresi bebas dari multikolinearitas.

4. Regresi Linear Berganda

Analisis regresi berganda digunakan untuk mengetahui pengaruh dari variabel bebas terhadap variabel terikat, persamaan regresi dalam penelitian ini

dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$Y = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + e$$

Keterangan:

Y = Loyalitas Pelanggan

B0 = Konstan

$\beta_1, \beta_2, \beta_3$ = Kofisien regresi masing-masing variable

X1 = Kualitas Pelayanan

X2 = Kepuasan Pelanggan

a. Koefisien Determinasi (R²)

Uji koefisien determinasi (R-Squared) menurut Widarjono (2018) merupakan uji untuk menjelaskan proporsi variansi variabel dependen yang dijelaskan oleh variabel independen. Jika koefisien determinasi (R-squared) dalam suatu estimasi mendekati satu (1), maka faktor-faktor tersebut dapat dianggap dapat dijelaskan dengan baik oleh variabel-variabel independen.

Sebaliknya, jika koefisien determinasi (R-Squared) akan kurang besar dari satu (1) dan sama dengan nol (0), maka variabel independen kurang efisien menjelaskan variabel dependen (Sujarweni, 2020).

5. Uji Hipotesis

a. Uji F

Uji F merupakan uji signifikansi terhadap persamaan yang digunakan untuk menilai seberapa besar pengaruh variabel bebas (X1, X2) terhadap variabel terikat (Y) yaitu minat beli. Uji F Signifikansi model regresi diverifikasi secara bersamaan dengan melihat nilai signifikansi (sig), dimana jika nilai sig lebih kecil dari 0,05 maka variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen. Uji F statistik digunakan untuk menunjukkan bahwa variabel dipengaruhi setelah variabel dependen pada waktu yang sama (Sujarweni, 2020). Kriteria:

- 1) Jika F hitung > F tabel, maka Ho ditolak dan Ha diterima.
- 2) Jika F hitung < F tabel, maka Ho diterima dan Ha di tolak

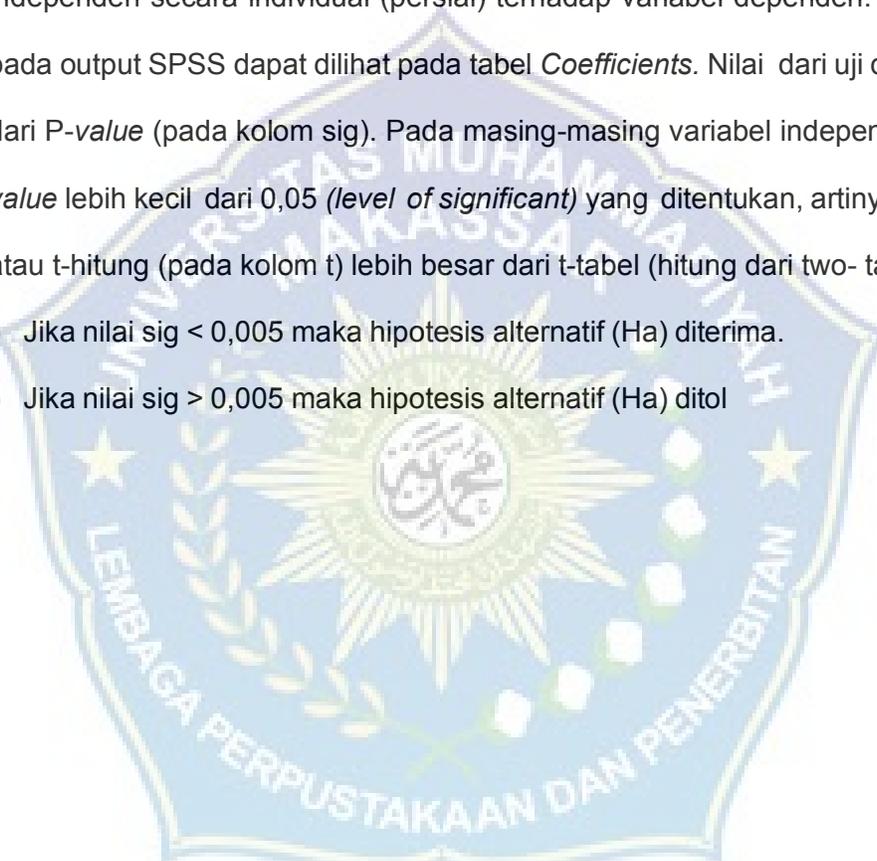
Atau

- 1) Jika $p < 0,05$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima
- 2) Jika $p > 0,05$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak.

b. Uji Parsial (Uji T)

Uji parsial menurut Sudarmanto (2013:232) uji hipotesis secara parsial ini bertujuan untuk mengetahui besarnya pengaruh masing-masing variabel independen secara individual (parsial) terhadap variabel dependen. Hasil uji ini pada output SPSS dapat dilihat pada tabel *Coefficients*. Nilai dari uji dapat dilihat dari *P-value* (pada kolom sig). Pada masing-masing variabel independen, jika *P-value* lebih kecil dari 0,05 (*level of significant*) yang ditentukan, artinya signifikan atau *t*-hitung (pada kolom *t*) lebih besar dari *t*-tabel (hitung dari two-tailed = 5%).

- 1) Jika nilai sig $< 0,005$ maka hipotesis alternatif (H_a) diterima.
- 2) Jika nilai sig $> 0,005$ maka hipotesis alternatif (H_a) ditol



BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Obejk Penelitian

1. Sejarah Singkat PT Hajjah Fatimah Indo Grup

PT Hajjah Fatimah Indo Grup didirikan pada tahun 2016 oleh Ibu Hajjah Fatimah Indo Grup. Perusahaan ini bergerak di bidang distribusi dan pemasaran produk-produk makanan, minuman, dan tembakau. Sejak awal berdiri, PT Hajjah Fatimah Indo Grup telah berkomitmen untuk memebrikan layanan terbaik kepada pelanggan dan mitra bisnisnya. Dengan pertumbuhan yang pesat dan reputasi yang baik di industri, PT Hajjah Fatimah Indo Grup telah berhasil membangun jaringan distribusi yang luas di Kabupaten Bantaeng.

2. Visi dan Misi Perusahaan

Adapun Visi dan Misi dari PT Hajjah Fatimah Indo Grup Kabupaten Bantaeng adalah sebagai berikut:

a. Visi

Menjadi mitra distribusi terpercaya dan terdepan di industri makanan, minuman, dan tembakau dengan cakupan pasar yang luas, keunggulan layanan, dan kontribusi positif bagi masyarakat.

b. Misi

Menyediakan distribusi yang efisien dan handal untuk produk makanan, minuman, dan tembakau guna memastikan ketersediaan produk di seluruh titik penjualan. Menjalin hubungan yang kuat dengan pemasok dan proddusen guna memastikan stok produk selalu cukup dan berkualitas tinggi.

Menawarkan beragam produk makanan, minuman, dan tembakau pilihan dengan standar kualitas yang tinggi dan memenuhi selera konsumen, dan mengoptimalkan teknologi dan sistem manajemen distribusi untuk

meningkatkan efisiensi dan ketepatan waktu dalam pengiriman produk.

3. Struktur Organisasi

Struktur organisasi merupakan penjumlahan tanggung jawab dalam fungsi yang ada yang bekerja sama membentuk suatu kesatuan yang serasi yang terarah dan berkembang terus-menerus ke arah suatu tujuan tertentu dari keadaan yang ideal. Salah satu kebutuhan paling mendasar bagi perusahaan untuk berfungsi dengan sukses adalah pembagian tugas, wewenang, dan tanggung jawab yang jelas.



Gambar 2.1 Struktur Organisasi PT Hajjah Fatimah Indo Grup

B. Hasil Penelitian

1) Deskriptif Karakteristik Responden

Objek penelitian ini adalah konsumen di PT Hajjah Fatimah Indo Group Kecamatan Bissapu Kabupaten Bantaeng. Hasil penyajian mengenai karakteristik responden digambarkan pada tabel di bawah ini:

Tabel 4 1 Karakteristik Responden

		Jumlah Responden	Persentase %
Jenis Kelamin	Laki-Laki	55	35,9
	Perempuan	98	64,1
Usia	17-24	31	20.3
	25-34	42	27.5
	34-45	62	40.5
	>45	18	11.8
Pekerjaan	Apoteker	2	1.3
	Buruh Harian	8	5.2
	Dokter	2	1.3
	Driver	1	.7
	Ibu rumah tangga	26	17.0
	karyawan swasta	7	4.6
	Mahasiswa	24	15.7
	Nelayan	4	2.6
	Pedagang	37	24.2
	Pegawai	1	.7
	Perawat	2	1.3
	Petani	6	3.9
	Peternak	1	.7
	PNS	6	3.9
	Supir	1	.7
	TNI	1	.7
	Wiraswasta	24	15.7
Total		153	100%

Pada tabel variabel pekerjaan dikatakan bahwa dari 153 responden kebanyakan didominasi oleh konsumen yang berstatus pekerjaan sebagai Pedagang. Dengan jumlah responden 98 berjenis kelamin Perempuan (35,9%) dan 55 berjenis kelamin laki-laki (64,1%). Apabila dilihat dari usia responden pada

penelitian ini ditunjukkan bahwa 62 orang berusia 35-44 Tahun.

2) Uji Instrumen

2.1 Uji Validitas

Uji validitas dilakukan dengan uji signifikansi yang membandingkan nilai rhitung yaitu korelasi keseluruhan dengan nilai pada tabel r *product moment*. Pernyataan dapat dinyatakan valid jika $correlation > r_{\alpha,(df-2)}$ dan nilainya positif. *Correlation*. Berikut perhitungan R tabel dengan menggunakan rumus yaitu :

$$Df = n - 2 \rightarrow Df = 153 - 2 = 151 \text{ (0.133)}$$

Tabel 4 2 Hasil Uji Validitas

Variabel	R Hitung	R Tabel	Keterangan
Kualitas Pelayanan (X1)			
X1.1	0,719	0,133	VALID
X1.2	0,678	0,133	VALID
X1.3	0,536	0,133	VALID
X1.4	0,582	0,133	VALID
X1.5	0,617	0,133	VALID
X1.6	0,472	0,133	VALID
X1.7	0,583	0,133	VALID
X1.8	0,583	0,133	VALID
X1.9	0,526	0,133	VALID
Kepuasan Pelanggan (X2)			
X1.1	0,642	0,133	VALID
X1.2	0,634	0,133	VALID
X1.3	0,694	0,133	VALID
X1.4	0,732	0,133	VALID
X1.5	0,734	0,133	VALID
X1.6	0,539	0,133	VALID
X1.7	0,501	0,133	VALID
X1.8	0,542	0,133	VALID
Loyalitas Konsumen (X3)			
X1.1	0,814	0,133	VALID
X1.2	0,877	0,133	VALID
X1.3	0,881	0,133	VALID
X1.4	0,835	0,133	VALID
X1.5	0,890	0,133	VALID

Berdasarkan Output pada tabel 4.2 di atas menunjukkan bahwa jumlah butir pernyataan dari variabel kualitas pelayanan yakni 9 butir pernyataan. Nilai $r_{0,05,(151)}$ yang digunakan yaitu 0,1587 sehingga seluruh item pernyataan dapat

dinyatakan valid dan tidak perlu dilakukan eliminasi pada pernyataan kuesioner.

2.2 Reabilitas

Pada penelitian ini menggunakan *Cronbach's Alpha* (α) > 0,60 dengan pengolahan data menggunakan aplikasi *Software SPSS*. Dimana dilakukan perbandingan antara R alpha dan R tabel dan apabila hasil dari perbandingan tersebut terdapat kekonsistenan dan kestabilan dari jawaban responden maka nilai hasil itu disebut reabilitas atau *reliabel*. Berikut adalah hasil pengujian reabilitas dari penelitian ini :

Tabel 4 3 Uji Reabilitas

Variabel	Nilai <i>Cronbach's Alpha</i>	Keterangan
Kualitas Pelayanan (X1)	0,760	Reliabel
Kepuasan Pelanggan (X2)	0,781	Reliabel
Loyalitas Konsumen (X3)	0,699	Reliabel

Output di atas menunjukkan seluruh instrumen penelitian dikatakan reliabel dan telah memenuhi syarat untuk digunakan dalam penelitian. Hal ini dikarenakan nilai cronbach alpha pada setiap variabel lebih besar dari 0.6.

3) Uji Asumsi Klasik

3.1 Uji Normalitas

Uji normalitas data merupakan salah satu bentuk pengujian dengan melihat normal tidaknya suatu data pada sebuah penelitian. Dimana pengujian ini dilakukan sebaiknya pada saat sebelum data diolah berdasarkan model-model penelitian. Menurut Moore (1983) dalam Sudarmanto (2013:101) menyatakan bahwa asumsi normalitas konsen pada tingkat persebaran data atau skor berkisar pada distribusi standar baku atau standar normal. Penelitian ini melakukan pengujian normal atau tidaknya suatu data dengan menggunakan uji statistik *non-parametrik Komogorov-Smirnov (K-S)*. Hasil pengujian tersebut dinyatakan pada tabel 4.4 sebagai berikut:

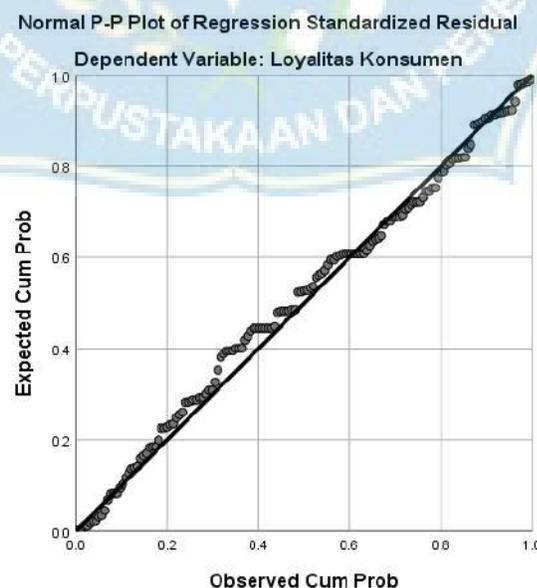
Tabel 4 4 Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		153
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.91337268
Most Extreme Differences	Absolute	.068
	Positive	.037
	Negative	-.068
Test Statistic		.068
Asymp. Sig. (2-tailed)		.079 ^c

- a. Test distribution is Normal.
- b. Calculated from data.
- c. Lilliefors Significance Correction.

Berdasarkan tabel 4.9 diatas, dapat dilihat bahwa nilai signifikansi yang didapat yaitu 0,079 lebih besar dari taraf signifikansi yaitu sebesar 0,05. Sehingga dapat disimpulkan bahwa distribusi *residual* penelitian ini bersifat normal.

Gambar 4 1 Normal P-Plot



Berdasarkan gambar di atas, dapat dilihat bahwa titik titik data residual menyebar mengikuti arah garis diagonalnya. Sehingga dapat disimpulkan bahwa

distribusi *residual* normal terpenuhi.

3.2 Uji Multikolinearitas

Priyatno (2011:288) mengemukakan uji multikolinearitas digunakan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel independent. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi di antara variabel bebas. Multikolinearitas terjadi jika ditemukan korelasi antara variabel bebas pada VIF pada nilai tolerance dan nilai variabel sebesar $<0,10$ atau sama dengan $VIF > 10$. Hasil Multikolinearitas dapat dilihat dengan menggunakan tabel berikut :

Tabel 4 5 Uji Multikolinearitas

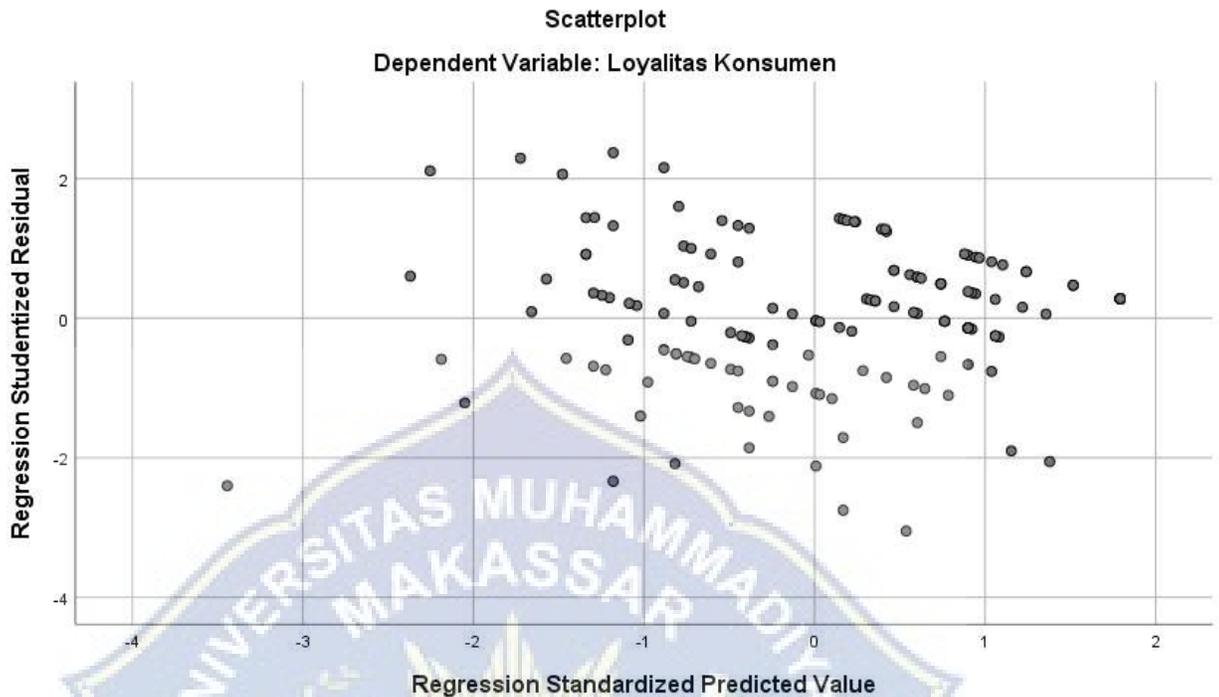
Model		Coefficients ^a					Collinearity Statistics	
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Tolerance	VIF
		B	Std. Error	Beta				
1	(Constant)	7.524	1.737		4.333	.000		
	Kualitas Pelayanan	.186	.052	.291	3.561	.000	.667	1.500
	Kepercayaan Pelanggan	.215	.049	.356	4.360	.000	.667	1.500

a. Dependent Variable: Loyalitas Konsumen

Dapat dilihat dari tabel 4.5 diatas, bahwa output nilai *tolerance* kualitas pelayanan dan kepercayaan pelanggan adalah 0.667 lebih dari 0,1 dan nilai VIF yang didapat adalah 1.500 kurang dari 10. Maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi gejala multikolinearitas.

3.3 Uji Heteroskedastisitas

Uji heterokedastisitas pada penelitian ini menggunakan metode scatter plot yaitu dengan melihat pola titik-titik scatterplot regresi. Jika titik-titik menyebar dengan pola yang tidak jelas di atas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y maka tidak terjadi masalah heterokedastisitas. Dimana Hasil uji Heterokedastisitas tersebut dinyatakan dalam gambar di bawah ini:

Gambar 4 2 Scatterplot Heterokedasitas.

Berdasarkan gambar diatas, dapat dilihat bahwa titik titik data residual menyebar tanpa membentuk pola tertentu. Sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi gangguan heterokedastisitas.

4) Analisis Regresi Berganda

Tes regresi yang disebut sebagai regresi linier berganda bertujuan melihat apakah variabel dependen berpengaruh pada variabel dependen (Beno dan Irawan, 2019). Hasil pengujian analisis regresi linier berganda dapat dilihat dengan tabel dibawah ini :

Tabel 4 6 Uji Analisis Regresi Berganda

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	7.524	1.737		4.333	.000
	Kualitas Pelayanan	.186	.052	.291	3.561	.000
	Kepercayaan Pelanggan	.215	.049	.356	4.360	.000

a. Dependent Variable: Loyalitas Konsumen

$$Y = 7,524 + 0,186X_1 + 0,215X_2$$

Adapun penjelasan dari hasil persamaan regresi tersebut adalah sebagai berikut:

- Nilai koefisien konstanta sebesar 7,524 yang bernilai positif. Artinya variabel Kualitas pelayanan (X1) dan Kepuasan pelanggan (X2) memiliki pengaruh terhadap loyalitas konsumen. Jika ketiga variabel tersebut adalah 0 maka nilai loyalitas konsumen adalah 7,524.
- Nilai Koefisien dari Variabel Kualitas pelayanan (X1) sebesar 0,186. Sehingga dapat disimpulkan bahwa semakin baik kualitas pelayanan semakin baik juga tingkat loyalitas konsumen pada PT.Hajjah Fatimah Indo Group.
- Nilai Koefisien dari Variabel Kepuasan Pelanggan (X2) sebesar 0,218. Sehingga dapat disimpulkan bahwa semakin baik kepuasan pelanggan pada konsumen PT.Hajjah Fatimah Indo Group semakin baik juga tingkat loyalitas konsumen pada PT.Hajjah Fatimah Indo Group.

5) Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi merupakan salah satu pengujian yang dilakukan dengan tujuan mengetahui seberapa besar pengaruh dari variabel bebas ke variabel terikat. Dimana dalam koefisien determinasi terdapat pengujian dengan menghitung angka kuadrat dari nilai koefisien korelasi.

Tabel 4 7 Koefisien Determinasi

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.576 ^a	.332	.323	1.92609

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

b. Dependent Variable: Loyalitas Konsumen

Dari tabel 4.7 diatas di dapatkan nilai *R-squared* sebesar 0.332 dimana merupakan hasil pengkuadratan dari nilai R yaitu 0,576. Hal ini beraarti variabel independen dari penelitian ini kepercayaan pelanggan (X1) dan kualitas pelayanan (X2) mampu mempengaruhi variabel loyalitas konsumen (Y). Hasil penelitian ini menyatakan bahwa sebesar 0.332 atau 33.2% tingkat loyalitas

konsumen dipengaruhi atau dijelaskan oleh variabel X1 serta variabel X2 dan sisanya dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak dapat dijelaskan oleh model.

6) Uji Hipotesis

a. Uji T (Parsial)

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	7.524	1.737		4.333	.000
	Kualitas Pelayanan	.186	.052	.291	3.561	.000
	Kepercayaan Pelanggan	.215	.049	.356	4.360	.000

a. Dependent Variable: Loyalitas Konsumen

Rumus untuk mencari t tabel adalah sebagai berikut:

$$T \text{ tabel} = \alpha / 2 ; n - k - 1$$

Sumber: (Novitasari, 2020)

Keterangan:

α = Taraf signifikansi (0,05)

n = Jumlah responden

k = Jumlah variabel bebas

Jadi, $0,05/2 ; 153-2-1 = 0,025 ; 150$

Dalam menentukan besar nilai t tabel maka dapat dilihat melalui distribusi nilai t tabel. Maka ditemukan nilai t tabel pada distribusi nilai tabel sebesar 1,975. Berdasarkan tabel di atas, didapatkan kesimpulan sebagai berikut :

- Nilai t hitung variabel Kualitas Pelayanan (X1) sebesar 3,561 > nilai t tabel sebesar 1,975 dan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$ maka H_a diterima dan H_o ditolak. Artinya variabel kualitas pelayanan secara parsial berpengaruh terhadap variabel loyalitas konsumen.
- Nilai t hitung variabel Kepuasan Pelanggan (X2) sebesar 4,360 > nilai t tabel sebesar 1,975. Nilai sig. kepercayaan pelanggan yaitu $0,000 < 0,05$, maka variabel kepercayaan pelanggan secara parsial berpengaruh terhadap variabel loyalitas konsumen.

b. Uji F (Simultan)

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	275.999	2	138.000	37.199	.000 ^b
	Residual	556.471	150	3.710		
	Total	832.471	152			

a. Dependent Variable: Loyalitas Konsumen

b. Predictors: (Constant), Kepercayaan Pelanggan, Kualitas Pelayanan

Berdasarkan output di atas, didapatkan bahwa nilai signifikansi yaitu $0,000 < 0,05$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima, maka variabel kepercayaan pelanggan dan kualitas pelayanan secara simultan berpengaruh terhadap variabel loyalitas konsumen.

7) Pembahasan

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan kepada 153 responden maka tanggapan responden terhadap variabel-variabel pada kuesioner dimana hasil tersebut terlebih dahulu diolah dengan menggunakan analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian tersebut dapat dijelaskan melalui pembahasan berikut ini:

7.1 Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Konsumen

Hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh terhadap loyalitas konsumen di PT. Hajjah Fatimah Indo Group. Hal ini dikarenakan bahwa nilai t hitung dari kualitas pelayanan memiliki nilai lebih besar dibandingkan t tabel. Nilai t hitung dari kualitas pelayanan sebesar 3,561 dan t tabelnya sebesar 1,975. Artinya, apabila kualitas pelayanan mengalami kenaikan maka loyalitas konsumen di PT. Hajjah Fatimah Indo Group juga mengalami kenaikan dengan nilai yang sama.

Hasil penelitian ini sama dengan penelitian yang dilakukan oleh Noor, (2020) yang menyatakan bahwa adanya pengaruh dari kualitas pelayanan terhadap loyalitas konsumen di PT. Herba Penawar Alwahida Indonesia. Hasil penelitian ini juga sesuai dengan hasil penelitian yang mengemukakan bahwa

terdapat pengaruh antara kualitas pelayanan dengan loyalitas konsumen. Penelitian ini dilakukan oleh Prasetio, (2012) dengan judul “Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Kepuasan Pelanggan”

7.2 Pengaruh Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelayanan

Hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan memiliki pengaruh terhadap loyalitas konsumen di PT. Hajjah Fatimah Indo Group. Hal ini ditunjukkan dengan nilai t hitung dari kepuasan pelanggan memiliki nilai lebih besar dibandingkan t tabel. Nilai t hitung dari kepuasan pelanggan sebesar 4,360 dan t tabelnya sebesar 1,975. Artinya, apabila kepuasan pelanggan mengalami kenaikan maka loyalitas konsumen di PT. Hajjah Fatimah Indo Group juga mengalami kenaikan dengan nilai yang sama. Hasil penelitian ini mendukung penelitian yang dilakukan oleh Sugara dan Dewantara, (2017) yang menyatakan bahwa adanya pengaruh dari kepuasan pelanggan terhadap loyalitas konsumen pada sistem penggunaan transaksi jual beli online.

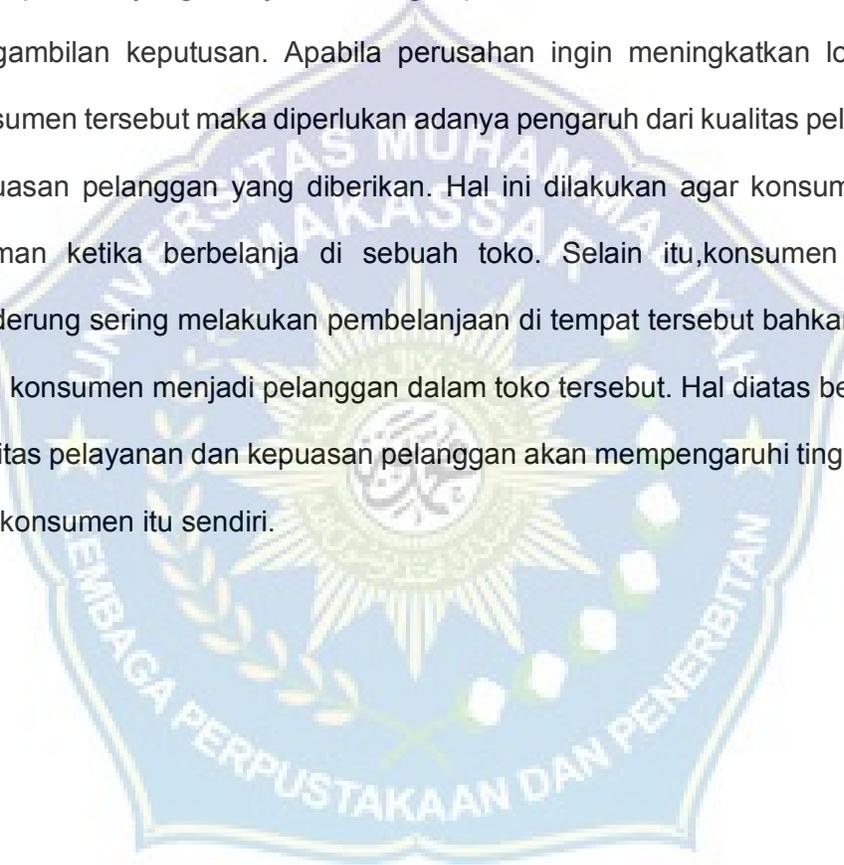
Hasil lainnya yang sama dengan penelitian ini ialah penelitian yang dilakukan oleh Supertini et al., (2020) pada pusaka kebaya di Singaraja. Dalam penelitian ini ditemukan adanya pengaruh signifikan antara kepuasan pelanggan terhadap loyalitas konsumen yang memiliki nilai positif antara tiap variabel yang dilakukan pengujian. Menurut Aini, (2020) variabel kepuasan pelanggan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Hal ini dibuktikan melalui sebuah penelitian yang berjudul “Pengaruh Kepuasan Dan Kepercayaan terhadap Loyalitas Pelanggan dengan Komitmen sebagai Variabel Intervening”.

7.3 Pengaruh secara simultan Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Konsumen.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa nilai f hitung lebih besar dibandingkan dengan f tabel dan nilai signifikansi lebih kecil dibandingkan dengan 0,05. Nilai signifikansi sebesar 0.000 lebih kecil dari 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima. Artinya, Kualitas pelayanan (X_1) dan Kepuasan

Pelanggan (X2) mempunyai pengaruh secara keseluruhan atau simultan terhadap loyalitas konsumen di PT.Hajjah Fatimah Indo Group. Penelitian ini mendukung sebuah penelitian yang menemukan bahwa kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan berpengaruh terhadap loyalitas konsumen secara bersamaan Supertini et al., (2020)

Menurut Sangadji dan Sopiah, (2013:105) loyalitas konsumen merupakan suatu perilaku yang ditunjukkan dengan pembelian rutin dan didasarkan pada unit pengambilan keputusan. Apabila perusahaan ingin meningkatkan loyalitas dari konsumen tersebut maka diperlukan adanya pengaruh dari kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan yang diberikan. Hal ini dilakukan agar konsumen merasa nyaman ketika berbelanja di sebuah toko. Selain itu, konsumen juga akan cenderung sering melakukan pembelian di tempat tersebut bahkan tak jarang para konsumen menjadi pelanggan dalam toko tersebut. Hal diatas berarti bahwa kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan akan mempengaruhi tingkat loyalitas dari konsumen itu sendiri.



BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis penelitian mengenai pengaruh kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelayanan di PT.Hajjah Fatimah Indo Group , maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Adanya pengaruh secara parsial antara kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelayanan di PT.Hajjah Fatimah Indo Group. Hal ini dapat diartikan bahwa tinggi rendahnya kualitas pelayanan berpengaruh terhadap tinggi rendahnya loyalitas pelayanan di Perusahaan tersebut.
2. Adanya pengaruh secara parsial antara kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelayanan di PT.Hajjah Fatimah Indo Group. Hal ini dapat diartikan bahwa tinggi rendahnya kualitas pelayanan berpengaruh terhadap tinggi rendahnya loyalitas pelayanan di Perusahaan tersebut.
3. Hasil pengujian secara simultan menunjukkan bahwa terdapat pengaruh secara bersamaan antara variabel kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelayanan di PT.Hajjah Fatimah Indo Group. Artinya, tinggi rendahnya tingkat kedua variabel independen akan mempengaruhi secara bersamaan tinggi rendahnya tingkat loyalitas pelayanan pada PT.Hajjah Fatimah Indo Group.

B. Saran

Berdasarkan kesimpulan yang diperoleh dalam penelitian ini maka diajukan saran sebagai berikut:

1. Perlunya hubungan yang baik antara peneliti dengan perusahaan atau tempat penelitian dengan menjalin komunikasi yang dekat satu sama lain.
2. Variabel X yang digunakan pada penelitian selanjutnya harus lebih bervariasi.

3. Pada penelitian selanjutnya diharapkan objek penelitian lebih menarik seperti karyawan,marketing maupun bidang lainnya.
4. Pada saat penyusunan diperlukan ketelitian kembali dari peneliti agar penelitian dapat mudah dipahami oleh pembaca.
5. Pada penelitian selanjutnya, perlu dijelaskan kembali secara rinci pengaruh variabel-variabel X terhadap Y agar dapat menjadi acuan pada penelitian lainnya.



DAFTAR PUSTAKA

- Aini, T. N. (2020). Pengaruh kepuasan dan kepercayaan terhadap loyalitas pelanggan dengan komitmen sebagai variable intervening. *Entrepreneurship Bisnis Manajemen Akuntansi (E-BISMA)*, 1(2), 88–98. <https://doi.org/10.37631/e-bisma.v1i2.194>
- Arianto, Nurmin. (2018). *Pengaruh Kaulitas Pelayanan dan Kepuasan dan Loyalitas Pengunjung Dalam Menggunakan Jasa Hotel Rizen Kedaton Bogor*. Skripsi, Universitas Pamulang
- Beno, J., & Irawan, D. N. (2019). Pengaruh Motivasi Kerja, Disiplin Kerja Dan Lingkungan Kerja Terhadap Kinerja Pegawai Pt. Penindo II Teluk Bayur Padang. *Jurnal Sains Dan Teknologi Maritim*, 20(1), 61–74. <https://doi.org/10.33556/jstm.v20i1.218>
- Dr.Buyung Romadhoni, S.E., M.Si. 2024. Perilaku Konsumen: Mengenal Konteks dan Sikap Konsumen
- Fandy Tjiptono. 2014. Pemasaran Jasa. Andi Offset. Yogyakarta.
- Ghozali, I. (2009). Analisis Multivariate Lanjutan Dengan Program SPSS. Badan Penerbitan Universitas Diponegoro.
- Kotler, Philip. (2000). *Prinsip-Prinsip Pemasaran Manajemen*, Jakarta : Prenhalindo
- Kotler Philip dan Armstrong Gary. (2012). *Prinsip-Prinsip Pemasaran Edisi 13 Jilid 1*, Jakarta : Erlangga.
- Kertajaya, Hermawan. 2005. MarkPlus on Strategy, 12 Tahun Perjalanan MarkPlus&Co, membangun strategi perusahaan. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama
- Noor, F. V. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan PT.Herba Penawar Alwahida Indonesia ((Studi Pada Alfatih Business Center II HPAI Kota Bengkulu). *Repository IAIN*, 14(2), 1–4. <http://www.unpcdc.org/media/15782/sustainable-practice.pdf%0Ahttps://europa.eu/capacity4dev/unep/document/briefing-note-sustainable-public-procurement%0Ahttp://www.hpw.qld.gov.au/SiteCollectionDocuments/Procurement>

GuideIntegratingSustainability.pdf

Novitasari, D. M. (2020). Pengaruh Motivasi Kerja, Disiplin Kerja dan Lingkungan Kerja terhadap Kinerja Karyawan. *Fakultas Ekonomi Universitas Semarang*, 1(1), 1–124.

<https://doi.org/doi.org/10.02641/nvtsr.v1i1/2020>

Philip Kotler, & Kevin Keller. (2016). Marketing Management. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 9. [Http://www.elsevier.com/locate/scp](http://www.elsevier.com/locate/scp)

Prasetio, A. (2012). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan harga terhadap Kepuasan Pelanggan. *Management Analysis Journal*, 1(4), 1–8.

<https://doi.org/doi.org/10.15294/MAJ.V1i1.497>

Priyatno, Dwi. 2011. *Analisis Statistik Dengan Microsoff Excell Dan SPSS*. Penerbit Andi: Yogyakarta.

Sudarmanto, R Gunawan. 2013. *Statistik Terapan Berbasis Komputer dengan Program IBM SPSS Statistics 19*. Mitra Wacana Media : Bandarlampung.

Sujarweni, V. W. (2020). Metodologi Penelitian Bisnis dan Ekonomi. Pustaka Baru Press.

Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.CV:Bandung

Sugiyono. 2010. *Metode Penelitian Pendidikan: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung:

Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Kombinasi (Mixed Methods)*. Jakarta: CV Alfabeta.

Sagadji, E., Mamang, & Sopiah. 2013. *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta : CV Andi Offset

Sangadji, E. M., & Sopiah. (2013). *Perilaku Konsumen*. In Yogyakarta: Andi.

Sugara, A., & Dewantara, R. Y. (2017). Analisis Kepercayaan Dan Kepuasan Terhadap Penggunaan Sistem Transaksi Jual Beli online. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 52(1), 1–

Supertini, N. P. S., Telagawati, N. L. W. S., & Yulianthini, N. N. (2020). Pengaruh kepercayaan dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan pada Pusaka Kebaya di Singaraja. *Prospek: Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 2(1), 61.

<https://doi.org/10.23887/pjmb.v2i1.26201>

Tjiptono, Fandy. (2012). *Service Management Mewujudkan Layanan Prima*. Yogyakarta :CV.Andi Offset.

Tjiptono, F (2014). *Pemasaran Jasa: Prinsip, Penerapan dan Penelitian* . Yogyakarta: Penerbit Andi

Tjiptono, Fandi. 2005. *Startegi Pemasaran*. Edisi pertama. Cetakan pertama. Yogyakarta: Penerbit Andi Offset

Widarjono, A. (2018). Estimating profitability of Islamic banking in Indonesia. *Jurnal Keuangan dan Perbankan*, 22(3), 568-579.





Lampiran 1. Tabel Indikator Variabel

Skala likert skor (1) untuk jawaban sangat tidak setuju, skor (2) untuk jawaban tidak setuju, skor (3) untuk jawaban netral, skor (4) untuk jawaban setuju dan skor (5) untuk jawaban sangat setuju.

NO.	VARIABEL	INDIKATOR	ITEM	1	2	3	4	5	
1.	Kualitas Pelayanan (X1)	1.Kehandalan	Perusahaan menepati janji permintaan dari pelanggan.						
				Perusahaan akurat dalam melakukan kinerjanya					
				Proses pengerjaan yang terpercaya					
			2. Daya Tanggap	Perusahaan melakukan pengerjaan secara cepat					
				Perusahaan memberikan respon yang cepat					
				Perusahaan memberikan informasi yang jelas.					
			3.Jaminan	Perusahaan memberikan kualitas produk yang terbaik.					
				Perusahaan memiliki pelayanan spesialis dibidang tersebut.					
				Perusahaan memberikan garansi pengembalian produk dalam jangka waktu.					
2.	Kepercayaan Pelanggan (X2)	1.Keluhan dan Saran	Perusahaan senantiasa menerima saran.						
				Perusahaan menerima keluhan dan memperbaiki selanjutnya.					
				Perusahaan memberikan ruang diskusi pada konsumen dan tim pelayanan.					
			2. Survei Kepuasan	Perusahaan menyimpulkan seluruh saran dari konsumen.					
				Perusahaan menyediakan kotak kritik dan saran dari konsumen untuk					

			perbaikan pelayanan.					
			Perusahaan mengevaluasi keluhan dari konsumen.					
		3.Analisa Pelanggan Yang Lari	Perusahaan membangun hubungan emosional dengan konsumen.					
			Perusahaan memberlakukan diskon kepada konsumen yang langganan.					
			Perusahaan menyediakan kenyamanan yang terbaik pada konsumen.					
3.	Loyalitas Konsumen (Y)	1.Karakteristik Loyalitas	Melakukan pembelian secara teratur.					
			Membeli pembelian disemua lini produk atau jasa.					
			Merekomendasikan produk lain.					
			Menjukkan kekebalan dari daya tarik produk sejenis dari pesaing.					
			Kesesuaian harapan.					

Lampiran 2. Karakteristik Responden

Pekerjaan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Apoteker	2	1.3	1.3	1.3
	Buruh Harian	8	5.2	5.2	6.5
	Dokter	2	1.3	1.3	7.8
	Driver	1	.7	.7	8.5
	Ibu rumah tangga	26	17.0	17.0	25.5
	karyawan swasta	7	4.6	4.6	30.1
	Mahasiswa	24	15.7	15.7	45.8
	Nelayan	4	2.6	2.6	48.4
	Pedagang	37	24.2	24.2	72.5
	Pegawai	1	.7	.7	73.2
	Perawat	2	1.3	1.3	74.5
	Petani	6	3.9	3.9	78.4
	Peternak	1	.7	.7	79.1
	PNS	6	3.9	3.9	83.0
	Supir	1	.7	.7	83.7
	TNI	1	.7	.7	84.3
	Wiraswasta	24	15.7	15.7	100.0
Total	153	100.0	100.0		

Usia

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	17 - 24 Tahun	31	20.3	20.3	20.3
	25 - 34 Tahun	42	27.5	27.5	47.7
	35 - 44 Tahun	62	40.5	40.5	88.2
	45 tahun ke atas	18	11.8	11.8	100.0
Total	153	100.0	100.0		

Jenis Kelamin

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Laki-Laki	55	35.9	35.9	35.9
	Perempuan	98	64.1	64.1	100.0
Total	153	100.0	100.0		

Lampiran 3. Data Tabulasi Kualitas Pelayanan (X1)

KL1	KL2	KL3	KL4	KL5	KL6	KL7	KL8	KL9	TotalKL
5	5	5	5	5	4	5	4	5	43
4	5	5	5	5	4	5	5	5	43
5	5	5	4	3	3	3	5	3	36
4	5	5	5	5	5	5	5	3	42
5	3	5	3	3	5	4	4	4	36
4	4	4	4	4	4	5	5	5	39
4	4	4	5	5	3	5	5	5	40
5	5	5	5	4	4	4	3	5	40
5	5	5	4	5	5	4	5	4	42
5	5	5	5	5	4	5	4	5	43
4	3	3	3	3	5	5	4	4	34
5	5	5	4	4	5	5	4	5	42
5	5	5	4	5	5	4	5	4	42
4	3	4	4	4	4	4	4	4	35
3	3	4	4	4	4	4	4	5	35
4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
3	4	3	4	3	4	3	3	4	31
5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
4	4	4	4	4	3	3	4	5	35
4	4	4	4	3	4	4	4	4	35
4	4	4	4	4	4	5	4	3	36
4	4	4	5	5	3	5	3	3	36
3	4	4	5	4	4	5	5	4	38
5	5	4	5	5	5	5	5	4	43
4	3	4	3	3	4	4	4	4	33
4	5	5	4	4	4	5	4	4	39
3	5	5	4	3	3	4	3	5	35
5	5	4	4	4	4	4	5	4	39
3	3	4	4	4	5	5	4	4	36
4	4	5	5	3	4	4	4	5	38
4	4	4	4	4	4	4	5	5	38
5	5	4	5	4	5	4	5	5	42
4	4	5	4	5	4	5	4	4	39
1	4	5	4	4	4	1	4	2	29
4	4	3	3	4	5	3	3	4	33
4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
4	4	4	5	5	4	5	4	4	39
5	4	4	4	4	5	5	5	4	40
4	4	4	4	4	5	5	4	4	38
4	4	5	4	4	5	5	5	4	40
5	4	5	4	4	5	4	4	5	40
4	5	5	4	5	4	4	5	5	41
3	3	4	3	3	4	4	3	5	32
4	4	3	4	5	4	4	4	3	35
5	5	4	4	5	5	5	4	4	41
5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
5	5	4	5	5	4	5	5	5	43
5	5	5	4	4	5	5	4	4	41
5	5	4	5	5	4	5	5	4	42

5	5	4	4	5	5	4	5	5	42
4	4	5	5	5	4	5	4	5	41
4	5	5	4	5	5	4	5	4	41
5	5	4	5	4	5	4	5	5	42
5	4	5	4	5	5	5	4	5	42
5	4	4	5	5	5	4	5	4	41
5	5	4	5	4	4	5	5	4	41
5	4	5	4	5	4	5	5	5	42
5	5	5	4	5	4	5	5	4	42
5	4	5	5	4	5	5	5	4	42
5	5	4	4	5	5	4	5	4	41
5	4	5	5	5	5	5	5	5	44
5	5	4	5	5	4	5	4	4	41
4	5	4	5	4	4	5	4	5	40
5	5	4	5	4	5	5	4	5	42
5	5	4	5	4	5	5	4	5	42
5	5	4	4	5	5	5	4	5	42
5	5	4	4	5	5	4	5	5	42
4	4	5	5	5	4	4	4	5	40
4	3	4	4	5	5	4	3	4	36
4	4	5	5	3	4	5	4	4	38
4	4	4	4	5	4	4	5	4	38
4	4	3	5	4	4	5	3	3	35
4	3	3	3	4	5	3	3	5	33
4	3	4	4	4	3	4	4	3	33
4	3	4	4	4	4	4	4	4	35
4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
4	4	3	5	5	5	5	4	5	40
3	4	5	5	5	5	5	3	5	40
3	4	3	4	4	3	3	3	3	30
3	4	4	3	4	5	5	5	5	38
5	5	5	5	5	5	5	4	5	44
5	5	5	5	5	5	4	4	5	43
3	4	4	5	5	5	4	4	4	38
4	4	5	5	5	4	3	4	4	38
4	4	3	3	3	4	3	3	4	31
5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
4	5	5	5	4	4	4	4	4	39
3	4	4	4	4	5	4	3	4	35
5	5	5	4	4	4	5	5	5	42
5	4	5	5	5	4	5	4	5	42
5	5	4	4	5	5	4	5	5	42
4	5	5	5	4	5	5	5	4	42
4	5	5	4	5	4	5	5	4	41
4	5	4	4	5	5	4	4	5	40
5	5	4	5	5	5	4	5	5	43
5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
5	4	5	5	4	5	5	4	5	42
5	5	4	5	4	5	5	5	4	42
5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
5	5	4	5	5	4	5	5	4	42
5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
5	5	4	5	5	4	5	5	4	42
5	4	5	5	4	5	5	5	4	42

4	5	4	5	4	5	4	5	4	40
3	3	4	5	5	5	5	5	3	38
3	4	5	4	3	4	3	5	4	35
4	5	5	5	5	5	3	3	5	40
5	4	4	5	3	3	4	4	3	35
4	4	5	4	5	4	3	5	4	38
4	4	5	5	5	5	3	5	5	41
4	4	5	5	3	4	5	4	5	39
5	5	5	4	4	3	3	5	5	39
4	5	4	3	4	4	3	4	4	35
5	5	5	5	5	3	3	3	3	37
4	4	5	3	4	5	4	3	5	37
5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
4	4	5	4	5	4	3	4	5	38
4	5	5	5	5	5	5	3	4	41
3	4	4	4	3	5	4	3	4	34
3	2	4	3	4	4	4	4	3	31
4	4	5	5	4	4	5	4	4	39
4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
5	5	5	5	5	5	5	4	4	43
4	4	5	5	4	3	3	5	5	38
3	4	5	5	5	5	3	4	5	39
4	3	4	4	4	3	5	4	4	35
4	3	3	3	4	4	5	5	4	35
5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
4	4	5	5	5	5	4	3	5	40
4	4	4	5	3	3	4	4	5	36
4	5	5	4	4	5	5	4	5	41
3	3	5	5	5	5	3	3	4	36
3	3	4	4	3	4	4	4	4	33
4	4	5	5	4	4	5	3	4	38
4	4	5	3	3	5	5	3	4	36
4	3	5	5	3	3	3	5	5	36
5	5	4	3	4	4	5	4	4	38
4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
4	4	4	5	4	4	3	4	4	36
3	4	4	4	4	4	3	3	4	33
5	4	4	5	4	4	5	4	3	38
3	4	3	3	4	4	4	3	3	31
5	5	5	5	4	4	4	4	4	40
3	4	3	4	3	3	5	5	5	35
5	4	4	4	5	5	4	5	4	40
4	4	4	4	4	5	5	5	5	40
3	4	5	4	5	4	4	4	4	37
5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
4	4	3	4	4	5	4	3	4	35
5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
4	5	4	3	4	3	4	5	5	37
4	4	4	4	4	5	4	3	4	36
5	5	4	5	4	4	4	5	5	41
3	4	3	4	4	4	3	4	4	33

Lampiran 4. Data Tabulasi Kepercayaan Pelanggan (X2)

KP1	KP2	KP3	KP4	KP5	KP6	KP7	KP8	TotalKP
4	4	5	4	5	4	3	5	34
5	5	5	5	5	5	5	5	40
5	5	4	3	5	5	3	5	35
5	5	5	5	5	5	5	5	40
4	4	4	4	3	5	3	3	30
4	4	5	4	4	4	4	5	34
4	5	5	5	4	5	5	5	38
3	5	4	4	5	3	5	5	34
3	5	4	4	4	5	5	5	35
5	5	5	5	5	5	5	5	40
3	3	5	5	3	4	3	3	29
4	3	4	4	4	3	5	5	32
5	4	5	5	5	5	5	5	39
4	4	4	3	4	4	4	3	30
5	4	4	4	4	3	5	5	34
4	4	4	4	4	4	4	4	32
5	3	3	5	3	3	3	3	28
5	5	5	5	5	5	5	5	40
5	3	4	5	4	4	5	5	35
4	4	4	4	5	5	4	5	35
3	4	5	3	4	4	4	5	32
3	3	3	2	3	5	5	5	29
3	3	3	3	4	5	5	5	31
5	5	5	5	4	5	5	5	39
5	4	4	5	4	4	3	5	34
5	5	4	4	4	4	4	4	34
3	3	3	3	3	5	5	5	30
4	4	5	4	4	5	4	5	35
5	5	4	4	4	3	4	5	34
5	4	4	4	4	4	3	4	32
4	4	4	4	4	4	4	4	32
4	4	3	5	4	4	5	5	34
4	5	4	4	4	4	4	5	34
2	3	4	2	2	4	2	2	21
4	4	4	2	4	3	5	5	31
4	4	4	3	4	4	4	4	31
4	4	4	4	5	4	4	5	34
5	5	5	4	5	5	5	5	39
4	4	5	5	4	4	4	5	35
4	4	5	4	5	4	4	4	34
4	5	4	4	5	5	4	4	35
4	4	5	5	4	3	4	5	34
4	4	4	3	5	5	5	5	35
4	5	3	3	4	4	4	4	31
4	5	5	4	5	5	4	5	37
5	5	5	5	5	5	5	5	40
4	5	5	4	5	5	5	4	37
5	5	5	5	4	5	5	5	39

4	5	5	4	5	5	4	5	37
5	5	2	4	4	4	2	4	30
3	3	5	5	5	5	5	5	36
5	5	4	3	4	5	4	5	35
5	4	5	5	5	5	5	5	39
2	4	4	5	4	4	3	4	30
3	4	3	5	2	4	4	5	30
5	5	5	5	5	5	5	5	40
5	5	5	5	4	5	4	5	38
5	5	5	5	5	5	3	3	36
3	4	3	4	4	4	3	4	29
3	3	3	4	5	5	5	5	33
4	4	4	4	5	5	4	4	34
5	5	4	3	3	3	4	4	31
4	4	3	4	4	5	4	4	32
5	5	5	5	5	5	5	5	40
5	4	4	5	5	3	4	4	34
4	5	5	4	3	4	5	4	34
5	5	4	3	4	5	5	4	35
4	4	4	4	4	4	4	4	32
4	4	4	4	5	5	5	5	36
3	3	4	3	3	4	3	5	28
5	5	5	5	5	5	5	5	40
3	3	4	3	4	5	5	4	31
4	4	5	5	4	4	4	5	35
5	5	5	5	5	4	4	3	36
4	2	4	2	3	3	3	4	25
4	4	5	3	4	4	4	3	31
4	5	5	2	4	5	4	3	32
4	4	5	5	5	5	5	5	38
4	4	3	3	4	4	4	4	30
3	2	4	4	4	5	5	4	31
4	5	5	5	5	5	5	5	39
4	4	5	4	3	4	3	4	31
3	2	3	4	4	3	4	4	27
4	4	4	4	4	4	4	4	32
4	4	4	4	4	5	5	5	35
3	4	3	4	4	4	4	5	31
4	5	4	5	3	4	5	4	34
3	4	4	4	3	5	4	4	31
4	4	4	5	5	5	5	5	37
5	5	5	5	5	5	5	5	40
5	4	4	3	4	5	2	3	30
5	5	5	5	5	5	5	5	40
5	2	4	3	4	4	4	5	31
5	5	5	5	5	5	5	5	40
4	5	4	4	3	4	5	4	33
5	5	5	5	5	5	5	5	40
4	5	3	2	3	3	4	4	28
5	4	5	5	4	4	4	4	35
5	5	5	4	4	5	4	4	36
4	4	4	4	4	5	5	4	34

Lampiran 5. Data Tabulasi Loyalitas Konsumen (Y)

LK1	LK2	LK3	LK4	LK5	TotalLK
4	5	5	5	5	24
5	5	5	5	5	25
5	3	5	3	5	21
4	3	4	4	5	20
4	3	5	4	5	21
4	5	4	5	4	22
5	3	3	5	5	21
5	5	5	5	5	25
3	3	5	5	5	21
5	5	5	5	5	25
4	5	5	5	5	24
4	4	4	4	4	20
4	5	5	5	5	24
3	2	4	2	5	16
5	5	4	5	5	24
4	4	4	4	4	20
4	4	3	3	3	17
5	5	5	5	5	25
3	3	4	4	4	18
3	4	5	4	5	21
4	3	4	4	5	20
4	4	5	3	5	21
5	5	5	3	5	23
5	5	5	4	5	24
4	3	3	3	4	17
3	3	4	4	4	18
5	5	5	5	5	25
5	5	5	5	5	25
4	4	4	4	5	21
4	4	4	3	4	19
5	5	5	4	5	24
4	4	3	5	5	21
4	4	4	4	4	20
2	3	3	2	3	13
3	4	4	3	5	19
5	5	5	5	5	25
4	4	4	5	5	22
5	5	5	5	4	24
4	4	4	4	4	20
4	4	5	4	5	22
5	5	5	4	4	23
4	3	4	5	5	21
5	5	5	4	5	24
4	4	3	4	3	18
4	5	4	5	5	23
5	5	5	5	5	25
5	5	5	5	5	25

4	5	5	5	4	23
5	5	5	5	5	25
4	5	5	4	4	22
5	5	4	5	5	24
5	5	4	5	5	24
5	4	5	5	5	24
4	5	4	5	5	23
5	4	5	5	4	23
4	5	4	5	5	23
5	4	4	5	5	23
4	5	4	5	5	23
4	5	5	4	5	23
5	5	5	5	4	24
4	3	3	4	3	17
5	4	5	4	5	23
5	5	4	5	5	24
4	5	5	5	5	24
5	4	5	4	5	23
5	5	5	4	5	24
5	5	5	4	4	23
4	5	5	5	5	24
4	4	5	4	5	22
5	5	5	5	4	24
4	4	5	4	5	22
5	5	5	4	3	22
5	4	5	4	5	23
5	3	4	4	3	19
5	5	4	3	5	22
5	5	3	4	4	21
5	4	4	4	3	20
4	4	4	4	4	20
5	4	3	3	3	18
5	5	5	5	3	23
5	5	4	4	4	22
5	5	5	5	5	25
4	4	4	4	4	20
5	5	4	4	5	23
3	4	5	5	3	20
5	5	5	5	3	23
3	4	4	5	3	19
4	5	4	3	4	20
5	5	5	5	5	25
5	5	4	5	5	24
5	5	4	5	5	24
4	5	5	4	4	22
5	4	5	4	5	23
5	5	4	4	5	23
4	5	4	4	5	22
5	5	5	5	5	25
5	4	5	5	4	23
4	5	5	4	5	23
5	5	5	5	5	25
5	5	4	5	4	23
5	5	5	5	5	25

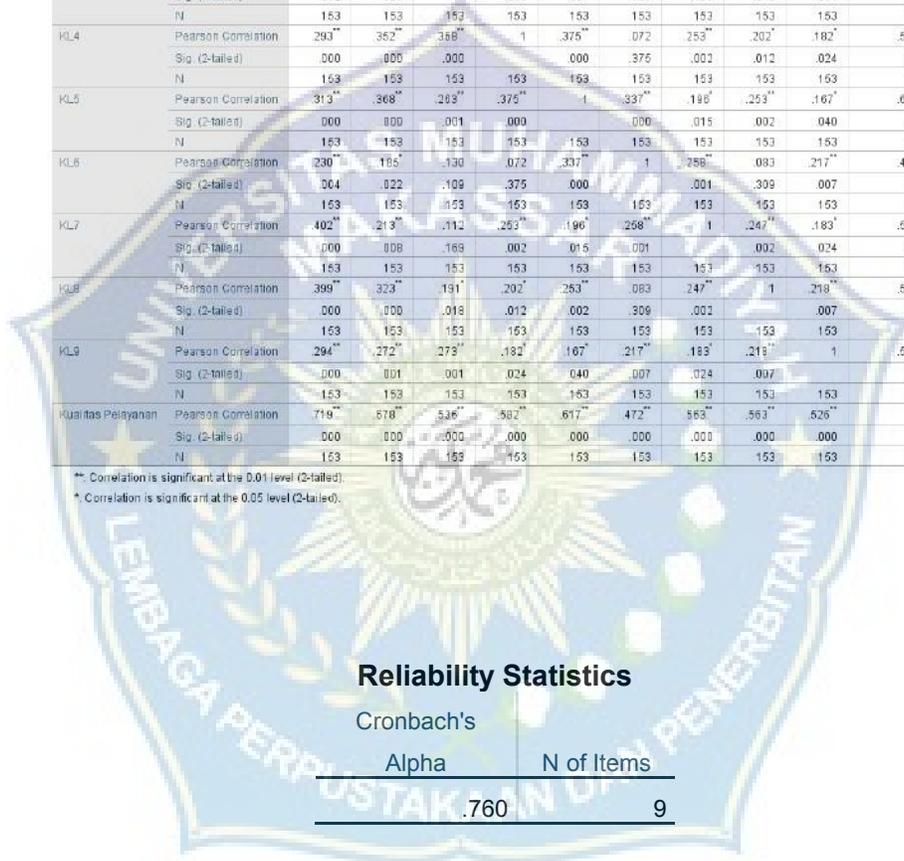
5	4	5	4	5	23
4	5	4	3	4	20
5	5	5	5	5	25
3	4	4	5	3	19
5	5	5	5	5	25
5	5	5	4	4	23
4	5	4	5	4	22
5	5	5	5	5	25
4	5	4	3	5	21
3	5	5	5	5	23
5	5	4	4	5	23
5	3	3	5	5	21
4	3	5	4	3	19
4	4	5	5	5	23
4	3	5	4	4	20
5	5	5	5	5	25
4	5	5	5	3	22
5	3	4	5	3	20
4	3	2	4	4	17
4	4	5	5	5	23
5	5	5	5	5	25
3	5	5	5	3	21
5	5	5	5	5	25
4	4	2	4	4	18
5	4	5	5	5	24
3	4	5	3	5	20
5	5	5	4	4	23
5	3	4	5	4	21
3	5	5	4	4	21
5	5	5	5	5	25
4	4	3	4	4	19
4	3	4	4	5	20
5	5	5	5	5	25
4	4	4	5	3	20
4	5	4	4	4	21
4	4	5	4	4	21
4	4	4	4	4	20
5	3	5	4	4	21
5	4	4	5	4	22
5	5	4	3	4	21
5	5	5	5	4	24
5	5	5	5	5	25
4	5	5	4	3	21
5	5	5	5	5	25
4	5	4	4	3	20
5	5	5	5	5	25
3	4	4	5	4	20
5	5	5	5	5	25
4	4	3	4	4	19
4	4	4	5	3	20
3	4	5	4	4	20
5	4	4	5	4	22

Lampiran 6. Output Uji Validitas dan Reabilitas

1. Output uji validitas dan reabilitas Kualitas Pelayanan

		Correlations									
		KL1	KL2	KL3	KL4	KL5	KL6	KL7	KL8	KL9	Kualitas Pelayanan
KL1	Pearson Correlation	1	.547**	.244**	.293**	.313**	.230**	.402**	.399**	.294**	.719**
	Sig. (2-tailed)		.000	.002	.000	.000	.004	.000	.000	.000	.000
	N	153	153	153	153	153	153	153	153	153	153
KL2	Pearson Correlation	.547**	1	.314**	.352**	.368**	.185*	.213**	.323**	.272**	.678**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.022	.008	.000	.001	.000
	N	153	153	153	153	153	153	153	153	153	153
KL3	Pearson Correlation	.244**	.314**	1	.388**	.263**	.190	.112	.191*	.273**	.536**
	Sig. (2-tailed)	.002	.000		.000	.001	.109	.169	.018	.001	.000
	N	153	153	153	153	153	153	153	153	153	153
KL4	Pearson Correlation	.293**	.352**	.388**	1	.375**	.072	.253**	.202*	.182*	.582**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.375	.002	.012	.024	.000
	N	153	153	153	153	153	153	153	153	153	153
KL5	Pearson Correlation	.313**	.368**	.263**	.375**	1	.337**	.190*	.253**	.167*	.617**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.001	.000		.000	.015	.002	.040	.000
	N	153	153	153	153	153	153	153	153	153	153
KL6	Pearson Correlation	.230**	.185*	.190	.072	.337**	1	.258**	.083	.217**	.472**
	Sig. (2-tailed)	.004	.022	.109	.375	.000		.001	.309	.007	.000
	N	153	153	153	153	153	153	153	153	153	153
KL7	Pearson Correlation	.402**	.213**	.112	.253**	.190*	.258**	1	.247**	.183*	.563**
	Sig. (2-tailed)	.000	.008	.169	.002	.015	.001		.002	.024	.000
	N	153	153	153	153	153	153	153	153	153	153
KL8	Pearson Correlation	.399**	.323**	.191*	.202*	.253**	.083	.247**	1	.218**	.563**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.018	.012	.002	.309	.002		.007	.000
	N	153	153	153	153	153	153	153	153	153	153
KL9	Pearson Correlation	.294**	.272**	.273**	.182*	.167*	.217**	.183*	.218**	1	.526**
	Sig. (2-tailed)	.000	.001	.001	.024	.040	.007	.024	.007		.000
	N	153	153	153	153	153	153	153	153	153	153
Kualitas Pelayanan	Pearson Correlation	.719**	.678**	.536**	.582**	.617**	.472**	.563**	.563**	.526**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	153	153	153	153	153	153	153	153	153	153

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).
 * . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).



Reliability Statistics

Cronbach's

Alpha	N of Items
-------	------------

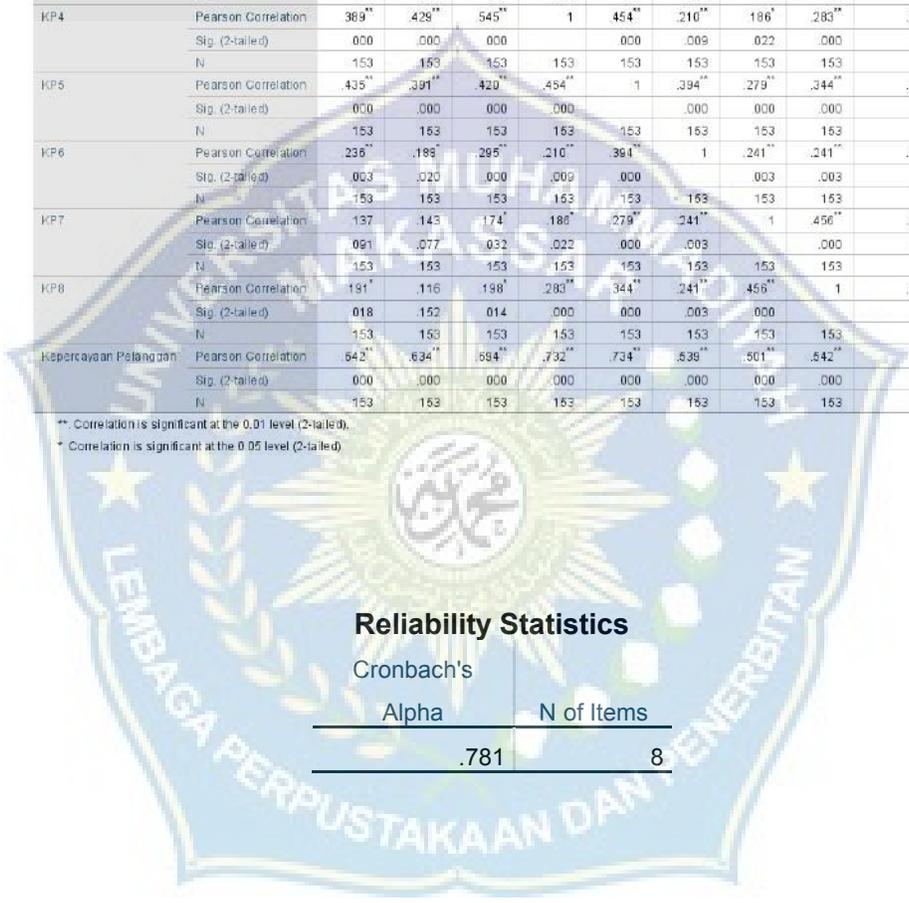
.760	9
------	---

2. Output uji validitas dan reabilitas Kepercayaan Pelayanan

Correlations

		KP1	KP2	KP3	KP4	KP5	KP6	KP7	KP8	Kepercayaan Pelanggan
KP1	Pearson Correlation	1	.443**	.392**	.389**	.435**	.236**	.137	.191*	.642**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.003	.091	.018	.000
	N	153	153	153	153	153	153	153	153	153
KP2	Pearson Correlation	.443**	1	.416**	.429**	.391**	.189*	.143	.116	.634**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.020	.077	.162	.000
	N	153	153	153	153	153	153	153	153	153
KP3	Pearson Correlation	.392**	.416**	1	.545**	.420**	.296**	.174*	.198*	.694**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000	.032	.014	.000
	N	153	153	153	153	153	153	153	153	153
KP4	Pearson Correlation	.389**	.429**	.545**	1	.454**	.210**	.196*	.283**	.732**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.009	.022	.000	.000
	N	153	153	153	153	153	153	153	153	153
KP5	Pearson Correlation	.435**	.391**	.420**	.454**	1	.394**	.279**	.344**	.734**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000
	N	153	153	153	153	153	153	153	153	153
KP6	Pearson Correlation	.236**	.189*	.295**	.210**	.394**	1	.241**	.241**	.539**
	Sig. (2-tailed)	.003	.020	.000	.009	.000		.003	.003	.000
	N	153	153	153	153	153	153	153	153	153
KP7	Pearson Correlation	.137	.143	.174*	.188*	.279**	.241**	1	.456**	.501**
	Sig. (2-tailed)	.091	.077	.032	.022	.000	.003		.000	.000
	N	153	153	153	153	153	153	153	153	153
KP8	Pearson Correlation	.191*	.116	.198*	.203**	.344**	.241**	.456**	1	.542**
	Sig. (2-tailed)	.018	.152	.014	.000	.000	.003	.000		.000
	N	153	153	153	153	153	153	153	153	153
Kepercayaan Pelanggan	Pearson Correlation	.642**	.634**	.694**	.732**	.734**	.639**	.501**	.542**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	153	153	153	153	153	153	153	153	153

** Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).
* Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).



Reliability Statistics

Cronbach's

Alpha	N of Items
.781	8

3. Output uji validitas reabilitas Loyalitas konsumen

Correlations

		LK1	LK2	LK3	LK4	LK5	Loyalitas Konsumen
LK1	Pearson Correlation	1	.378**	.231**	.310**	.264**	.660**
	Sig. (2-tailed)		.000	.004	.000	.001	.000
	N	153	153	153	153	153	153
LK2	Pearson Correlation	.378**	1	.391**	.337**	.208**	.713**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.010	.000
	N	153	153	153	153	153	153
LK3	Pearson Correlation	.231**	.391**	1	.284**	.302**	.670**
	Sig. (2-tailed)	.004	.000		.000	.000	.000
	N	153	153	153	153	153	153
LK4	Pearson Correlation	.310**	.337**	.284**	1	.173*	.640**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.032	.000
	N	153	153	153	153	153	153
LK5	Pearson Correlation	.264**	.208**	.302**	.173*	1	.596**
	Sig. (2-tailed)	.001	.010	.000	.032		.000
	N	153	153	153	153	153	153
Loyalitas Konsumen	Pearson Correlation	.660**	.713**	.670**	.640**	.596**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	153	153	153	153	153	153

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

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

Reliability Statistics

Cronbach's

Alpha	N of Items
.669	5

Lampiran 7. Output Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas

a. Secara Statistik

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

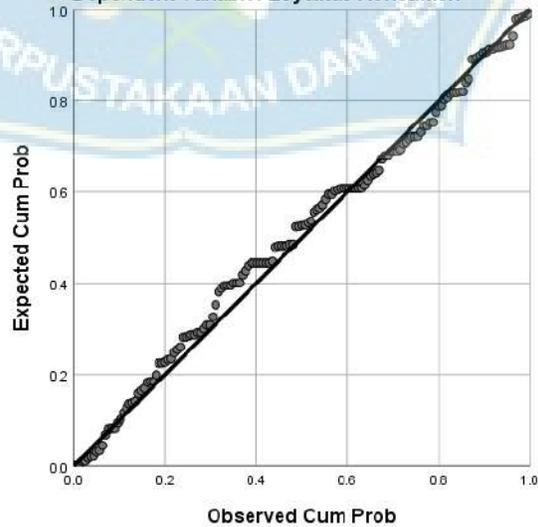
		Unstandardized Residual
N		153
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.91337268
Most Extreme Differences	Absolute	.068
	Positive	.037
	Negative	-.068
Test Statistic		.068
Asymp. Sig. (2-tailed)		.079 ^c

- a. Test distribution is Normal.
- b. Calculated from data.
- c. Lilliefors Significance Correction.

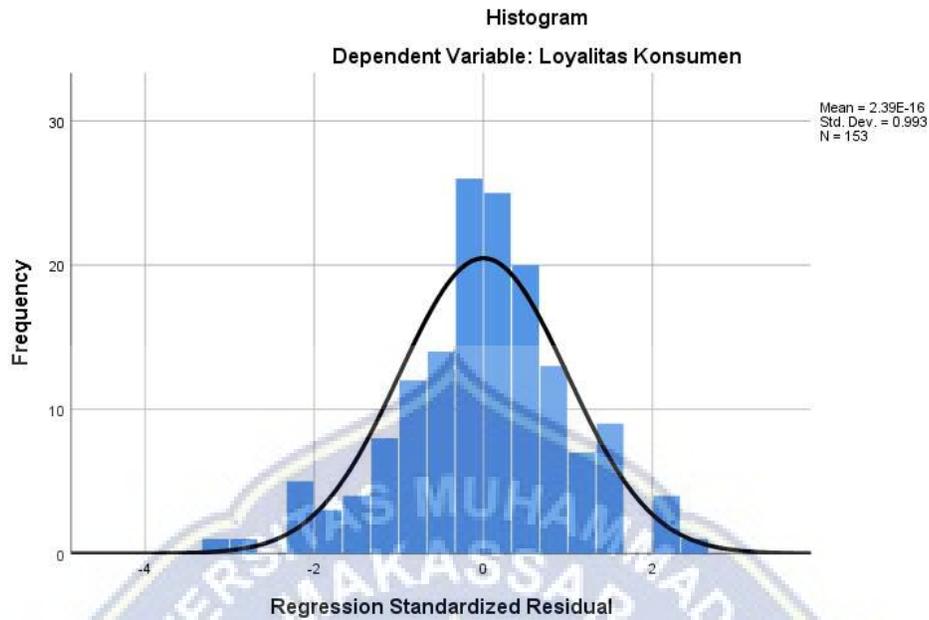
b. Secara Grafis

Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual

Dependent Variable: Loyalitas Konsumen



c. Secara Histogram



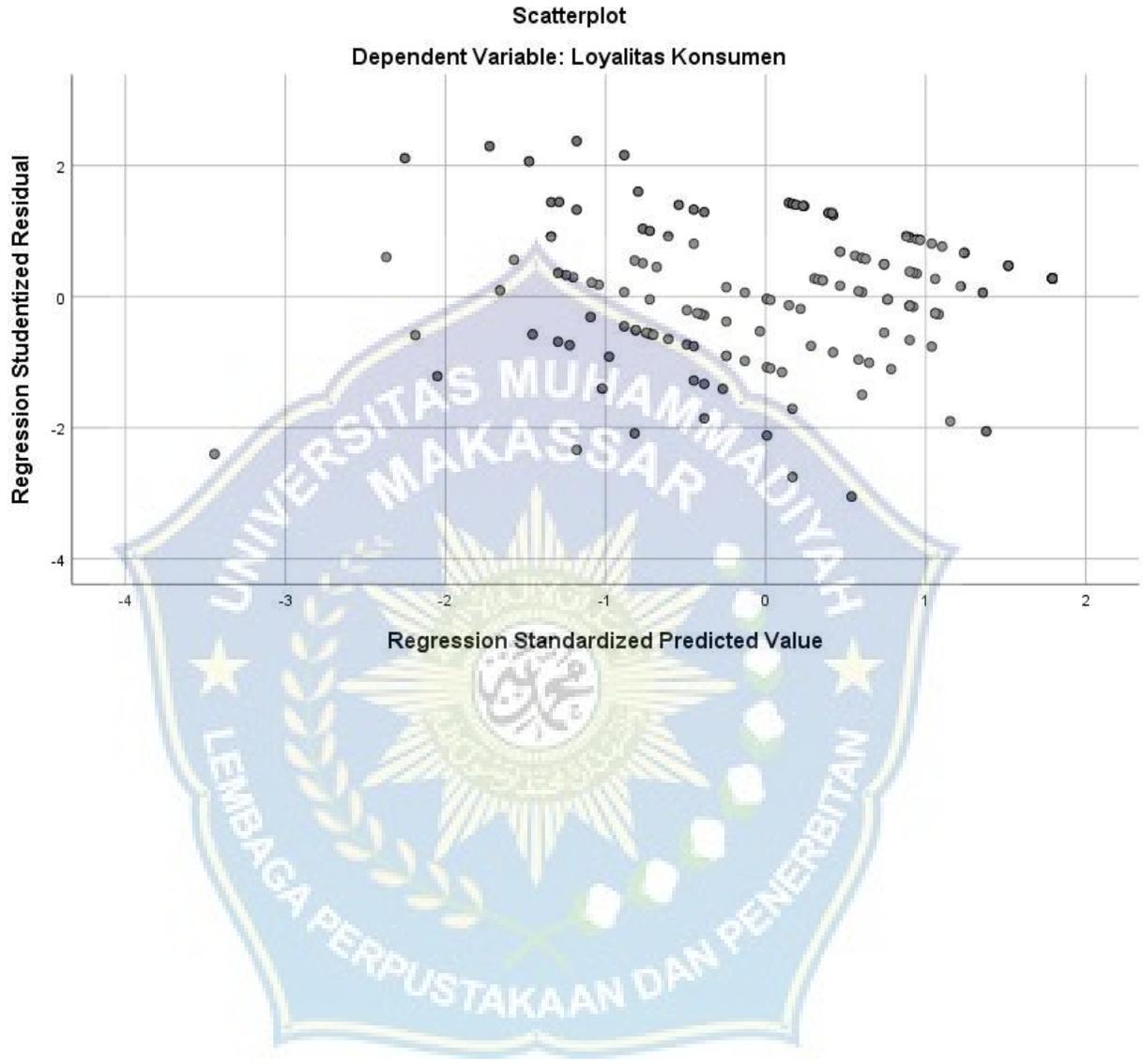
2. Uji Multikolinearitas

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	7.524	1.737		4.333	.000		
	Kualitas Pelayanan	.186	.052	.291	3.561	.000	.667	1.500
	Kepercayaan Pelanggan	.215	.049	.356	4.360	.000	.667	1.500

a. Dependent Variable: Loyalitas Konsumen

3. Uji Heteroskedastisitas



Lampiran 8. Output uji regresi berganda

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	7.524	1.737		4.333	.000
	Kualitas Pelayanan	.186	.052	.291	3.561	.000
	Kepercayaan Pelanggan	.215	.049	.356	4.360	.000

a. Dependent Variable: Loyalitas Konsumen



Lampiran 9. Output uji Koefisien Determinasi

Model Summary^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.576 ^a	.332	.323	1.92609

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

b. Dependent Variable: Loyalitas Konsumen



Lampiran 10. Uji Hipotesis

a. Uji T (Parsial)

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	7.524	1.737		4.333	.000
	Kualitas Pelayanan	.186	.052	.291	3.561	.000
	Kepercayaan Pelanggan	.215	.049	.356	4.360	.000

a. Dependent Variable: Loyalitas Konsumen

Rumus untuk mencari t tabel adalah sebagai berikut:

$$T \text{ tabel} = \alpha / 2 ; n - k - 1$$

a. Uji F (Simultan)

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	275.999	2	138.000	37.199	.000 ^b
	Residual	556.471	150	3.710		
	Total	832.471	152			

a. Dependent Variable: Loyalitas Konsumen

b. Predictors: (Constant), Kepercayaan Pelanggan, Kualitas Pelayanan

Lampiran 11. Dokumentasi Penyebaran Kuisisioner



Lampiran 12. Surat Izin Penelitian

1. Surat Permohonan Izin Penelitian



MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PIMPINAN PUSAT MUHAMMADIYAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR
 LEMBAGA PENELITIAN PENGEMBANGAN DAN PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT
 Jl. Sultan Alauddin No. 259 Telp.866972 Fax (0411)865588 Makassar 90221 e-mail :lp3m@unismuh.ac.id

Nomor : 3077/05/C.4-VIII/XII/1445/2023 17 Jumadil Awal 1445
 Lamp : 1 (satu) Rangkap Proposal 30 Nopember 2023 M
 Hal : Permohonan Izin Penelitian

Kepada Yth,
 Bapak Gubernur Prov. Sul-Sel
 Cq. Kepala Dinas Penanaman Modal & PTSP Provinsi Sulawesi Selatan
 di -
 Makassar

السلامة عليكم ورحمة الله وبركاته

Berdasarkan surat Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar, nomor: 107/05/A.2-II/XII/45/2023 tanggal 19 Desember 2023, menerangkan bahwa mahasiswa tersebut di bawah ini :

Nama : **MULTASAMSI**
 No. Stambuk : **10572 1100220**
 Fakultas : **Fakultas Ekonomi dan Bisnis**
 Jurusan : **Manajemen**
 Pekerjaan : **Mahasiswa**

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

"PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN KEPUASAN PELANGGAN TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN DI PT HAJJAH FATIMAH INDO GROUP KABUPATEN BANTAENG"

Yang akan dilaksanakan dari tanggal 21 Desember 2023 s/d 21 Februari 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

السلامة عليكم ورحمة الله وبركاته



Ketua LP3M,
Dr. Muh. Arief Muhsin, M.Pd
NBM 1127761

12-23

2. Surat Izin Penelitian dari DPMPSTSP Provinsi



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
 Makassar 90231

Nomor	: 31911/S.01/PTSP/2023	Kepada Yth.
Lampiran	: -	Bupati Bantaeng
Perihal	: <u>Izin penelitian</u>	

di-
Tempat

Berdasarkan surat Ketua LP3M UNISMUH Makassar Nomor : 3077/05/C.4-VIII/XII/1445/2023 tanggal 30 November 2023 perihal tersebut diatas, mahasiswa/peneliti dibawah ini:

N a m a	: MULTASAMSI
Nomor Pokok	: 105721100220
Program Studi	: Manajemen
Pekerjaan/Lembaga	: Mahasiswa (S1)
Alamat	: Jl. Slt Alauddin No. 259, Makassar

PROVINSI SULAWESI SELATAN

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

" PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN KEPUASAN PELANGGAN TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN DI PT. HAJJAH FATIMAH INDO GROUP KABUPATEN BANTAENG "

Yang akan dilaksanakan dari : Tgl. **19 Desember 2023 s/d 19 Februari 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 19 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.

3. Surat Izin Penelitian dari PT Hajjah Fatimah Indo Grup

**PT. HAJJAH FATIMAH INDO GROUP**

Jl. Lingkar Barat, Kel. Mallilingi, Kec. Bantaeng, Kab. Bantaeng, Prov. Sulawesi Selatan
www.famindogrup.com Email : Famindogrup@gmail.com No. Telp. 082291378700

Nomor : 001/PP/PT.HFIG/II/2024
Lampiran : -
Perihal : Permohonan Melaksanakan Penelitian

Kepada Yth.
Pimpinan Universitas Muhammadiyah Makassar

Di
Tempat

Assalamu'alaikum Wr.Wb.

Dengan Hormat,

Sehubungan dengan surat permohonan dengan No 31911/S.01/PTPS/2023 mengenai permohonan Melaksanakan Penelitian, maka dengan ini kami sampaikan bahwa perusahaan kami bersedia menerima peserta bapak/ibu dengan data sbb:

Nama : Mulasamsi
NIM : 105721100220
Jurusan/Fakultas : Manajemen Pemasaran / Ekonomi dan Bisnis

Demikian Surat ini kami buat untuk digunakan sebagaimana mestinya, atas perhatian dan kerjasamanya kami ucapkan banyak terima kasih.

Direktur Utama.

HJ. Fatimah

Lampiran 13. Surat Keterangan Pembimbing


MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PIMPINAN PUSAT MUHAMMADIYAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR



SURAT KEPUTUSAN
REKTOR UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR
NOMOR: 266 TAHUN 1445 H/ 2023 M
 Tentang
PENGGANGKATAN DOSEN PEMBIMBING SKRIPSI
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ANGGKATAN 2020 TAHAP I
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR
TAHUN AKADEMIK 2022/2023

REKTOR UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR

Menimbang : Bahwa dalam rangka pembimbingan skripsi mahasiswa angkatan 2020 Tahun Akademik 2022/2023 dipandang perlu mengangkat dosen Pembimbing pada **Fakultas Ekonomi dan Bisnis** dalam lingkungan Universitas Muhammadiyah Makassar.

Mengingat : 1. Pedoman Pimpinan Pusat Muhammadiyah Nomor: 02/PED/1.0/B/2012
2. Statuta Universitas Muhammadiyah Makassar Tahun 2021
3. Peraturan Akademik Tahun 2021
4. Pedoman Akademik Tahun 2021

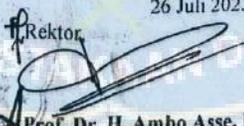
Memperhatikan : Surat Pengusulan Pembimbing dari Fakultas Ekonomi dan Bisnis Nomor: 635/05/A-2-II/VII/44/2023 Perihal Data Dosen Pembimbing Skripsi dan Mahasiswa FEB Tahap I Tahun Akademik 2022/2023
Dengan Memohon Inayah Allah SWT
Memutuskan

Menetapkan
Pertama : Mengangkat saudara yang tercantum namanya pada lampiran surat keputusan ini sebagai dosen pembimbing skripsi pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar tahun akademik 2022/2023.

Kedua : Lampiran pada Surat Keputusan ini adalah bagian tidak terpisahkan dari Surat Keputusan Rektor.

Ketiga : Surat Keputusan ini mulai berlaku sejak tanggal ditetapkan dan apabila di kemudian hari terdapat kekeliruan dalam Surat Keputusan ini, maka akan diperbaiki sebagaimana mestinya.

Ditetapkan di: Makassar
 Pada Tanggal: 08 Muharram 1445 H
 26 Juli 2023 M


 f. Rektor
Prof. Dr. H. Ambo Asse, M.Ag
 NBM. 554 605

Tembusan:

1. Ketua BPH Unismuh Makassar
2. Wakil Rektor I Unismuh Makassar
3. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Unismuh Makassar
4. Kepala Biro AAKSI dan AUKS Unismuh Makassar
5. Arsip

Alamat: Jalan Sultan Alauddin Nomor 259, Makassar, Sul-

Lampiran Surat Keputusan Rektor Universitas Muhammadiyah Makassar
Nomor : 266 TAHUN 1445 H/ 2023 M
Tentang : Pengangkatan Dosen Pembimbing Skripsi FEB Angkatan 2020 Tahap I
Universitas Muhammadiyah Makassar Tahun Akademik 2022/2023

Nama Mahasiswa dan Dosen Pembimbing I & II Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas
Muhammadiyah Makassar Angkatan 2020 Tahap I Tahun Akademik 2022/2023

Nama : Multasamsi
Stambuk : 105721100220
Program Studi : Manajemen
Pembimbing I : Dr. Buyung Romadhoni, S.E., M.Si
Pembimbing II : Sherry Edelia Natsir Kalla, S.E., M.Mktg

Judul : Analisis Tingkat Kepuasan Pelanggan Terhadap Kualitas
Skripsi: Pelayanan Di Pt Hajjah Fatimah Indo Grup

Ditetapkan di: Makassar
Pada Tanggal: 08 Muharram 1445 H
26 Juli 2023 M



Rektor,
Prof. Dr. H. M. Ambo Asse, M.Ag.
NBM. 554.605

Lampiran 14. Halaman Persetujuan

1. Halaman Persetujuan Seminar Proposal



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR**
Jl. Sultan Alauddin No. 295 Gedung Iqra Lt. 7 Tel. (0411) 866972 Makassar

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

HALAMAN PERSETUJUAN

Judul Penelitian : Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Konsumen di PT Hajjah Fatimah Indo Group Kabupaten Bantaeng

Nama Mahasiswa : Multasamsi

No. Stambuk/NIM : 105721100220

Program Studi : Manajemen

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

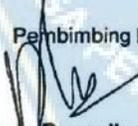
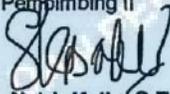
Perguruan Tinggi : Universitas Muhammadiyah Makassar

Telah disetujui untuk dapat diseminarkan serta diuji pada **Seminar Proposal Penelitian**.

Makassar, 20 November 2023

Menyetujui

Pembimbing I Pembimbing II

Dr. Buyung Romadhoni, S.E., M.Si **Sherry Edelia Natrir Kalla, S.E., M.MKtg**
NIDN: 0028087801 NIDN: 0916018603

Mengetahui
Ketua Program Studi Manajemen


Nasrullah, SE., M.M
NBM: 1151132

2. Halaman Persetujuan Seminar Hasil Penelitian



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR**
Jl. Sultan Alauddin No. 295 gedung iqra Lt. 7 Tel. (0411) 855972 Makassar

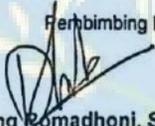
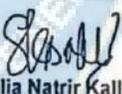
بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

HALAMAN PERSETUJUAN

Judul Penelitian	: Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Konsumen di PT HJ Fatimah Indo Grup Kabupaten Bantaeng
Nama Mahasiswa	: Multasamsi
No. Stambuk/NIM	: 105721100220
Program Studi	: Manajemen
Fakultas	: Ekonomi dan Bisnis
Perguruan Tinggi	: Universitas Muhammadiyah Makassar

Telah disetujui untuk dapat diseminarkan serta diuji pada **Seminar Hasil Penelitian**.

Makassar, 25 April 2024

Menyetujui	
Pembimbing I	Pembimbing II
	
<u>Dr. Buyung Romadhoni, S.E., M.Si</u>	<u>Sherry Edelia Natrir Kalla, S.E., M.MKtg</u>
NIDN: 0028087801	NIDN: 0916018603

 Mengetahui
Program Studi Manajemen

Nasrullah, SE., M.MNBM:
1151132

v

3. Halaman Persetujuan Ujian Skripsi



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

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

بِسْمِ اللّٰهِ الرَّحْمٰنِ الرَّحِیْمِ

HALAMAN PERSETUJUAN

Judul Penelitian : Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Konsumen di PT HJ Fatimah Indo Grup Kabupaten Bantaeng

Nama Mahasiswa : Multasamsi

No. Stambuk/NIM : 105721100220

Program Studi : Manajemen

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Perguruan Tinggi : Universitas Muhammadiyah Makassar

Menyatakan bahwa penelitian ini telah diperiksa, dan diujikan didepan panitia Penguji Seminar Hasil strata (S1) pada tanggal 10 Mei 2024 di Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar.

Makassar, 15 Mei 2024

Menyetujui

Pembimbing I

Dr. Buyung Romadhoni, S.E., M.Si
NIDN: 0028087801

Pembimbing II

Sherry Edelia Natrir Kalla, S.E., M.MKtg
NIDN: 0916018603



Mengetahui
Program Studi Manajemen

Nasrullah, S.E., M.M
NBM: 1161132

Lampiran 15. Lembar Validasi

1. Lembar Kontrol Validasi Data



UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
PUSAT VALIDASI DATA

Jl. Sultan Alauddin 259 Makassar, Gedung Iqra II. 81e-mail: pvd.feb@unismuh.ac.id

LEMBAR KONTROL VALIDASI
PENELITIAN KUANTITATIF

NAMA MAHASISWA		MULTASAMSI		
NIM		105721100220		
PROGRAM STUDI		MANAJEMEN		
JUDUL SKRIPSI		Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Konsumen di PT. H. Fatmahan Indo Grup Kabupaten Bantaeng		
NAMA PEMBIMBING 1		Dr. Buyung Romadhoni, S.E., M.Si		
NAMA PEMBIMBING 2		Sherry Edelia Nafsi Kalla S.E., M.Mktg		
NAMA VALIDATOR		Andi Nur Achsanuddin UA, S.E., M.Si		
No	Dokumen	Tanggal Revisi	Uraian Perbaikan/saran	Paraf*
1	Instrumen Pengumpulan data (data primer)		✓	
2	Sumber data (data sekunder)		✓	
3	Raw data/Tabulasi data (data primer)		✓	
4	Hasil Statistik deskriptif		✓	
5	Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen		✓	
6	Hasil Uji Asumsi Statistik		✓	
7	Hasil Analisis Data/Uji Hipotesis		✓	
8	Hasil interpretasi data		✓	
9	Dokumentasi		✓	

*Harap validator memberi paraf ketika koreksi telah disetujui

2. Lembar Kontrol Validasi Abstrak



UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR
 FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
 PUSAT VALIDASI DATA

Jl. Sultan Alauddin 259 Makassar, Gedung Iqra It. 8; e-mail: pvd.feb@unismuh.ac.id

LEMBAR KONTROL VALIDASI
 ABSTRAK

NAMA MAHASISWA		Multasamsi		
NIM		105721100220		
PROGRAM STUDI		Manajemen		
JUDUL SKRIPSI		Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Konsumen di PT Hajjah Fatimah Indo Grup		
NAMA PEMBIMBING 1		Dr. Buyung Romadhoni S.E., M.Si		
NAMA PEMBIMBING 2		Sherry Edelia Natsir Kalla S.E., M.Mktg		
NAMA VALIDATOR		Aulia., S.IP., M.Si.M		
No	Dokumen	Tanggal	Uraian Perbaikan/saran	Paraf*
1	Abstrak	15/5-2024	Gunakan Grammarly	

*Harap validator memberi paraf ketika koreksi telah disetujui

Lampiran 16. Surat Keterangan Bebas Plagiasi



MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PIMPINAN PUSAT MUHAMMADIYAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR
UPT PERPUSTAKAAN DAN PENERBITAN

Alamat Kantor: Jl. Sultan Alauddin No 259 Makassar 90221 Telp (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 : Multasamsi
Nim : 105721100220
Program Studi : Manajemen

No	Bab	Nilai	Ambang Batas
1	Bab 1	8 %	10 %
2	Bab 2	24 %	25 %
3	Bab 3	9 %	10 %
4	Bab 4	7 %	10 %
5	Bab 5	4 %	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, 29 April 2024
Mengetahui,

Kepala UPT- Perpustakaan dan Penerbitan,



Dr. M.L.P
4391

BAB I Multasamsi

105721100220

by TahapTutup



Submission date: 29-Apr-2024 11:22AM (UTC+0700)
Submission ID: 2365104889
File name: BAB_I_-_2024-04-29T122139.880.docx (109.04K)
Word count: 1027
Character count: 7097

BAB I Multasamsi 105721100220

ORIGINALITY REPORT

8% SIMILARITY INDEX **6%** INTERNET SOURCES **4%** PUBLICATIONS **0%** STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

- 1** eprints.ums.ac.id
Internet Source **2%**
- 2** Reza Eka Perdana, Kokom Kamariah, Faizal Mulia. "Analisis Citra Merek dan Kepercayaan Merek terhadap Loyalitas Pelanggan Pada PD. Ikram Nusa Persada Kota Sukabumi", Journal of Management and Bussines (JOMB), 2020
Publication **2%**
- 3** eprints.umm.ac.id
Internet Source **2%**
- 4** repository.iainkudus.ac.id
Internet Source **2%**

Exclude quotes Off Exclude matches < 2%
Exclude bibliography Off



1

BAB II Multasamsi

105721100220

by TahapTutup



Submission date: 29-Apr-2024 11:23AM (UTC+0700)
Submission ID: 2365106119
File name: BAB_II_-_2024-04-29T122142.191.docx (41.08K)
Word count: 1253
Character count: 8614

BAB II Multasamsi 105721100220

ORIGINALITY REPORT

24%	21%	11%	17%
SIMILARITY INDEX	INTERNET SOURCES	PUBLICATIONS	STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1	repo.uinsatu.ac.id Internet Source	3%
2	Puji Isyanto, Kartika Wijaya, "Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Pelanggan J&T Express Pada Masa Pandemi COVID-19", Owner, 2022 Publication	3%
3	repository.ummat.ac.id Internet Source	3%
4	repository.itbwigalumajang.ac.id Internet Source	2%
5	riset.unisma.ac.id Internet Source	2%
6	repository.uinsu.ac.id Internet Source	2%
7	Submitted to Universitas PGRI Madiun Student Paper	2%
8	Submitted to Universitas Putera Batam Student Paper	2%

9	etheses.uin-malang.ac.id Internet Source	2%
10	media.neliti.com Internet Source	2%
11	sintama.stibsa.ac.id Internet Source	2%

Exclude quotes Off Exclude matches Off
Exclude bibliography Off



/

BAB III Multasamsi

105721100220

by TahapTutup



Submission date: 29-Apr-2024 11:24AM (UTC+0700)

Submission ID: 2365107598

File name: BAB_III_-_2024-04-29T122143.579.docx (29.92K)

Word count: 1540

Character count: 9894

BAB III Multasamsi 105721100220

ORIGINALITY REPORT

9% SIMILARITY INDEX	9% INTERNET SOURCES	6% PUBLICATIONS	14% STUDENT PAPERS
-------------------------------	-------------------------------	---------------------------	------------------------------

PRIMARY SOURCES

1	ejournal.unisri.ac.id Internet Source		2%
2	library.binus.ac.id Internet Source		2%
3	pt.scribd.com Internet Source		2%
4	Submitted to Yayasan Vitka Student Paper		2%
5	fdocuments.net Internet Source		2%

Exclude quotes Off Exclude matches < 2%

Exclude bibliography Off



/

BAB IV Multasamsi

105721100220

by TahapTutup



Submission date: 29-Apr-2024 11:25AM (UTC+0700)

Submission ID: 2365109075

File name: BAB_IV_-_2024-04-29T122145.054.docx (158.3K)

Word count: 2409

Character count: 15138

BAB IV Multasamsi 105721100220

ORIGINALITY REPORT

7%	6%	5%	11%
SIMILARITY INDEX	INTERNET SOURCES	PUBLICATIONS	STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1	Submitted to Clayton College & State University Student Paper	4%
2	Submitted to Universitas Pamulang Student Paper	2%
3	hairiaa.blogspot.com Internet Source	2%

Exclude quotes Off Exclude matches < 2%
Exclude bibliography Off

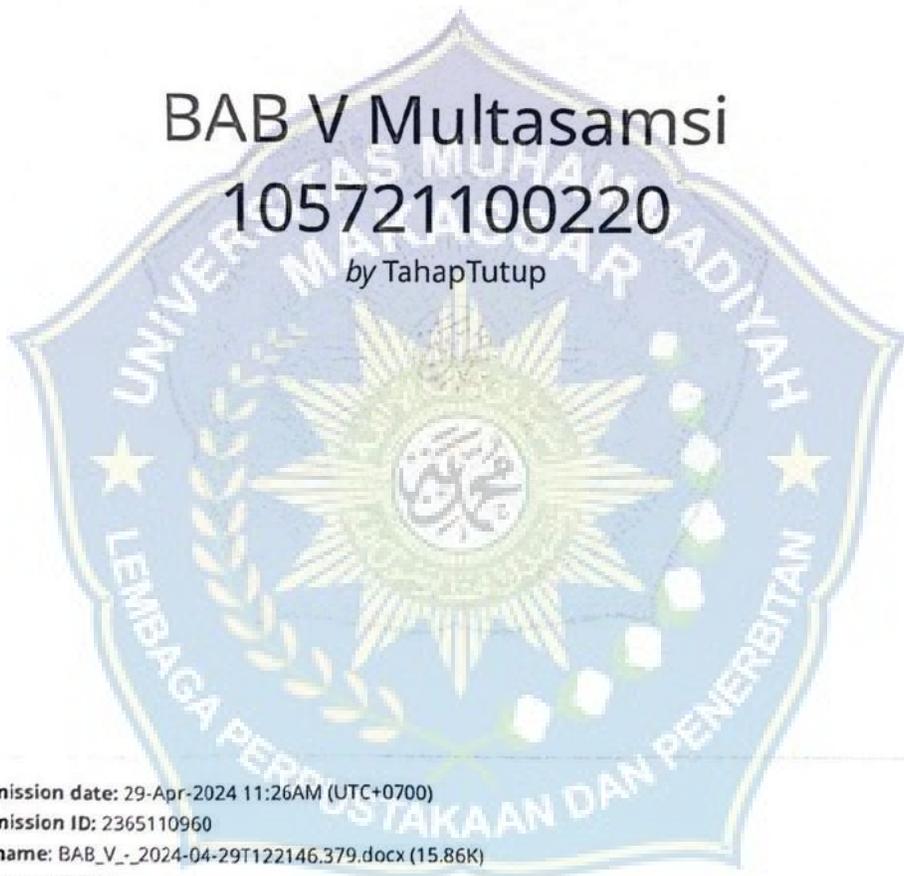


/

BAB V Multasamsi

105721100220

by TahapTutup



Submission date: 29-Apr-2024 11:26AM (UTC+0700)

Submission ID: 2365110960

File name: BAB_V_-_2024-04-29T122146.379.docx (15.86K)

Word count: 438

Character count: 2985

BAB V Multasamsi 105721100220

ORIGINALITY REPORT

4% SIMILARITY INDEX **4%** INTERNET SOURCES **0%** PUBLICATIONS **0%** STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1	docplayer.info Internet Source	2%
2	text-id.123dok.com Internet Source	2%

Exclude quotes Off Exclude matches < 2%
Exclude bibliography Off



BIOGRAFI PENULIS



Multasamssi panggilan samsi lahir di Bantaeng pada tanggal 13 Mei 2001 dari pasangan suami istri Bapak H.Dadang dan Ibu Hj .Fatimah. Peneliti adalah anak pertama dari ke 2 bersaudara. Peneliti sekarang bertempat tinggal di Clariti Residence Jalan Jipang Raya Kota Makassar, Sulawesi Selatan.

Pendidikan yang ditempuh oleh peneliti yaitu RSBI SDN 05 Lembang Cina Bantaeng lulus tahun 2013, MTS Pondok Pesantreen As'adiyah Dapoko Kabupaten Bantaeng tahun lulus 2016, PKMB Mitra Jaya Bantaeng tahun 2019, dan mulai tahun 2020 mengikuti Program S1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Program Studi Manajemen Kampus Universitas Muhammadiyah Makassar sampai dengansekarang. Sampai dengan penulisan skripsi ini peneliti masih terdaftar sebagai mahasiswa Program Studi Manajemen Universitas Muhammadiyah Makassar.

