

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN PADA CV. NUR IHSAN PALEMBANG

Benny Usman *)

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas konsumen pada CV Nur Ihsan Palembang. Jenis penelitian ini adalah penelitian *Asosiatif* artinya untuk mengetahui hubungan antara dua variabel atau lebih. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Metode analisis yang digunakan adalah analisis kuantitatif, dengan melalui pengujian instrumen validitas dan reliabilitas, menggunakan teknik analisis regresi linier sederhana, Uji-t serta dibantu dengan alat analisis SPSS Ver 22.0 dengan tingkat signifikan = 0,05.

Hasil pengujian di dapat persamaan $Y' = 13,284 + 0,406X$. Hasil uji t di dapat t_{hitung} variabel kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas konsumen dengan tingkat signifikan sebesar 0,000 artinya terdapat pengaruh yang positif kualitas pelayanan terhadap loyalitas konsumen pada CV Nur Ihsan Palembang. Berdasarkan hasil uji t dengan nilai t_{hitung} (6,783) > t_{tabel} (1,988). Untuk meningkatkan kualitas pelayanan dan loyalitas konsumen CV Nur Ihsan Palembang hendaknya lebih banyak menawarkan produk wisata yang diinginkan oleh konsumen dan memberikan potongan harga kepada konsumen yang setia memakai jasa CV Nur Ihsan Palembang, dan karyawan diharapkan memberikan pelayanan yang terbaik kepada konsumen.

Kata Kunci : Kualitas pelayanan, Loyalitas konsumen

A. Latar Belakang

Perkembangan teknologi transportasi saat ini yang sangat pesat membuat persaingan dalam penyediaan jasa transportasi menjadi sangat tajam dan ketat. Salah satunya adalah penyediaan jasa transportasi bagi masyarakat luas agar tercapainya kemudahan dan kepuasan masyarakat luas sebagai konsumen dalam menggunakan jasa transportasi yang sangat penting bagi kehidupan. Terutama dalam era globalisasi dan teknologi yang sudah sangat maju dan berkembang. Sektor transportasi memegang suatu peranan penting karena memudahkan masyarakat dalam hal menjangkau suatu tempat untuk suatu tujuan tertentu.

Dengan prospek bisnis yang tidak hanya pada satu tempat atau satu wilayah tertentu saja transportasi sangatlah penting bagi seorang individual ataupun organisasi bisnis untuk mendukung kegiatan bisnisnya.

Berkembangnya pola pikir masyarakat tentang peluang bisnis yang lebih kuat mendorong masyarakat untuk mencapai suatu daerah atau tempat tertentu dengan waktu yang relatif singkat. Keinginan untuk berbisnis di suatu wilayah lain dan berkunjung ke daerah yang akan dikunjungi baik untuk kegiatan bisnis maupun untuk merasakan tempat-tempat yang indah dan baik untuk dikunjungi. Karena itulah sarana transportasi mempunyai fungsi utama untuk mempermudah seseorang mengunjungi suatu daerah yang tentunya semakin singkat waktu dalam perjalanan tersebut semakin banyak pula kegiatan yang akan terjadi di wilayah tersebut.

Salah satu jasa yang mempunyai peranan besar dalam perkembangan suatu transportasi adalah jasa penerbangan. Jasa penerbangan memberikan suatu kelebihan dalam hal waktu mencapai suatu tujuan dibandingkan jasa darat

*) Dosen Tetap Fakultas Ekonomi UPGRIP Palembang

maupun jasa laut. Dengan tingginya permintaan masyarakat akan penggunaan jasa penerbangan akhir-akhir ini, maka hal ini juga menumbuhkan persaingan pada perusahaan-perusahaan sejenis. Oleh sebab itu setiap perusahaan harus berusaha untuk dapat mengembangkan kemampuan, keterampilan dan pengetahuannya sehingga dapat menghadapi persaingan dan juga untuk memenuhi kebutuhan konsumen masyarakat yang semakin tinggi terhadap pemenuhan kebutuhan transportasi.

Majunya sektor transportasi juga dapat membuat sebuah bisnis baru yang muncul yaitu travel, dalam arti sebagai agen-agen dari kerjasama dengan pihak penyedia jasa transportasi penerbangan. Munculnya beberapa jasa travel ini membuat masyarakat akan lebih mudah dalam mendapatkan atau menggunakan jasa transportasi, dalam hal ini adalah mendapatkan tiket pesawat, tiket kereta api, dan paket perjalanan umroh dengan harga murah dan cepat dikarenakan jasa travel ini juga bekerja sama dengan pihak penyedia transportasi.

Tingginya minat dan juga kebutuhan masyarakat akan hal transportasi ini membuat beberapa perusahaan jasa travel bersaing untuk memberikan kepuasan kepada masyarakat melalui pelayanan yang sebaik baiknya juga fasilitas maupun harga tiket pesawat yang bersaing dengan perusahaan sesama travel, karena kepuasan konsumen secara tidak langsung akan mempengaruhi loyalitas terhadap suatu pelanggan tersebut yang mana akan dibuktikan dengan adanya pembelian ulang tiket pesawat tersebut yang dilakukan oleh konsumen.

Persaingan bisnis tavel sebagai mitra dari suatu jasa transportasi

saat ini dapat dibuktikan dengan semakin banyaknya perusahaan-perusahaan sejenis yang menawarkan jasa travel yaitu jasa penjualan tiket pesawat terbang, tiket kereta api, dan paket perjalanan umroh dengan fasilitas yang sangat baik ketika konsumen melakukan transaksi pembelian dan juga harga tiket pesawat terbang yang bersaing dan promosi yang besar-besaran.

Sehingga hal ini membuat perusahaan yang lain akan memacu persaingan yang semakin ketat karena masing-masing perusahaan sejenis akan berlomba-lomba untuk lebih kreatif dan inovatif dalam menjual produknya dimana dalam hal ini adalah jasa tiket pesawat terbang, tiket kereta api, dan paket perjalanan umroh agar dapat lebih unggul dari perusahaan lainnya.

Dengan tingginya persaingan maka diharapkan bahwa masing-masing perusahaan berusaha untuk memenuhi kebutuhan konsumen sehingga kepuasan konsumen dapat tercapai karena konsumen dalam hal ini masyarakat lebih cenderung memilih suatu perusahaan jasa yang baik dalam hal pelayanan maupun dengan harga yang murah sehingga konsumen puas.

CV. Nur Ihsan Palembang merupakan salah satu perusahaan travel yang telah cukup lama berdiri yaitu tahun 2011 dan juga telah memiliki cukup banyak konsumen, hal ini dapat dikatakan bahwa dalam proses pemasarannya perusahaan ini telah memiliki nama dan kepercayaan dimata konsumennya terhadap pelayanan maupun harga yang ditawarkan sehingga banyak konsumen yang menyatakan puas dan tertarik menggunakan jasa CV. Nur Ihsan Palembang dalam hal ini adalah pembelian tiket pesawat terbang, tiket kereta api, dan paket

perjalanan umroh dengan harga yang terjangkau dan kualitas pelayanan yang baik ketika konsumen datang dan membeli tiket di kantor perusahaan ini.

Menurut Lewis dan Booms dalam Tjiptono dan Candra (2011:157) menyatakan bahwa kualitas layanan adalah ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan mampu sesuai dengan ekspektasi pelanggan.

Masalah yang sering terjadi di perusahaan CV. Nur Ihsan Palembang yaitu sering terjadi kesalahpahaman antara konsumen dengan staff perusahaan, sehingga saat sudah jadi tiket mereka merasa tidak memesan seperti apa yang ada akan tetapi perusahaan tidak tinggal diam. Perusahaan akan mencari solusi untuk mengatasi masalah tersebut dengan cara membuat kesepakatan dengan konsumen agar tidak ada yang merasa dirugikan satu sama lain.

Pelayanan yang diberikan dalam waktu yang tepat akan memberikan tingkat kepuasan bagi konsumen. Kualitas pelayanan merupakan cara yang dilakukan oleh para pegawai CV. Nur Ihsan Palembang untuk pelayanan yang baik merupakan tanggung jawab dari perusahaan tersebut dalam menciptakan masyarakat yang loyal. Untuk menilai pelayanan dari suatu perusahaan tergantung pada loyalitas yang dirasakan oleh konsumen yang membeli tiket.

Menurut Oliver dalam Hurriyati (2015:129) loyalitas adalah komitmen pelanggan bertahan secara mendalam untuk berlangganan kembali atau melakukan pembelian ulang produk/jasa terpilih secara konsisten dimasa yang akan datang, meskipun pengaruh situasi dan usaha-usaha pemasaran mempunyai potensi untuk

menyebabkan perubahan perilaku.

Loyalitas konsumen memiliki peran penting dalam sebuah perusahaan, mempertahankan mereka berarti meningkatkan kinerja keuangan dan mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan. Memiliki konsumen yang loyal adalah tujuan akhir dari semua perusahaan.

B. Rumusan Masalah

Dari latar belakang di atas, maka perumusan masalah dalam penelitian ini apakah terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas konsumen pada CV. Nur Ihsan Palembang?

C. Metode Penelitian

Menurut Sugiyono (2015:2) metode penelitian adalah cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu. Metode penelitian data yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif.

Menurut Sugiyono (2015:8) metode kuantitatif yaitu metode penelitian yang digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, teknik pengumpulan sampel pada umumnya dilakukan secara random, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian. Analisis data bersifat kuantitatif / statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.

D. Populasi dan Sampel

1) Populasi

Menurut Sugiyono (2015:80) populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek / subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.

Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen CV. Nur Ihsan

Palembang pada tahun 2017, yaitu pada bulan Januari - Juni sebanyak 664 konsumen, seperti pada tabel dibawah ini :

TABEL 1
JUMLAH KONSUMEN BULAN
JANUARI – JUNI 2017

No	Nama Bulan	Jumlah Konsumen
1.	Januari	87
2.	Februari	101
3.	Maret	102
4.	April	102
5.	Mei	119
6.	Juni	153
	Jumlah	664

2) Sampel

Menurut Sugiyono (2015:81) sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Bila populasi besar, dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya karena keterbatasan dana, tenaga dan waktu, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan rumus Slovin.

$$n = \frac{N}{(N.e^2 + 1)} = \frac{664}{664.0.1^2 + 1} = \frac{664}{7,64}$$

= 86,91 (dibulatkan menjadi 87 responden)

Keterangan :

n = Ukuran sampel

N = Ukuran populasi

e² = Presisi yang ditetapkan 10 %

E. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dalam penulisan ini menggunakan kuesioner, Menurut Sugiyono (2015:142), kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang efisien bila peneliti tahu dengan pasti variabel yang akan diukur dan tahu apa yang bisa diharapkan dari responden.

F. Teknik Analisis Data

1) Analisis Regresi Linier Sederhana

Menurut Sugiyono (2015:188) regresi linier sederhana didasarkan pada hubungan fungsional ataupun kausal satu variabel *dependen*. Persamaan Regresi di rumuskan : $Y' = a + bX$.

2) Pengujian Hipotesis Secara Terpisah (Uji-t)

Menurut Sujarweni (2015:237) Uji t merupakan uji untuk mempengaruhi pengaruh variabel – variabel bebas secara terpisah (parsial) terhadap variabel terikat.

a) Menentukan Ho dan Ha

Ho : tidak ada pengaruh kualitas pelayanan secara terpisah (parsial) terhadap loyalitas konsumen.

Ha : adanya pengaruh kualitas pelayanan secara terpisah (parsial) terhadap loyalitas pelayanan.

b) Menentukan harga t_{table} dengan tingkat keyakinan 95 % tingkat kesalahan (α) 5 % = 0,05 dan derajat kebebasan (df) = n-2 dilakukan untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh yang signifikan terhadap variabel X, dan Y.

- c) Menarik kesimpulan
- Ho ditolak dan Ha diterima apabila $t_{hitung} \geq t_{tabel}$ artinya tidak ada pengaruh yang signifikan antara kualitas pelayanan dengan loyalitas konsumen.
 - Ho diterima dan Ha ditolak apabila $t_{hitung} < t_{tabel}$ artinya ada pengaruh yang signifikan antara kualitas pelayanan dengan loyalitas konsumen.

G. Hasil Penelitian

1) Teknik Uji Coba Instrumen

1.1. Uji Validitas

Butir - butir pernyataan dalam kuesioner masing-masing variabel penelitian diuji validitasnya dengan membandingkan nilai *correlated item-total correlations* (r_{hitung}) dengan hasil perhitungan r_{tabel} . Nilai r_{tabel} dicari pada taraf signifikan sebesar 0,05 dan jumlah data sebanyak 87 dimana $df = n - 2$ maka $df = 87 - 2 = 85$ sehingga diperoleh nilai r_{tabel} sebesar 0,211. Perhitungan nilai r hitung dilakukan dengan SPSS versi 22.

TABEL 2
HASIL UJI VALIDITAS KUALITAS PELAYANAN (X)

No	Item Pertanyaan	r _{hitung}	r _{tabel}	Keterangan
1	Pertanyaan 1	0,712**	0,211	Valid
2	Pertanyaan 2	0,616**	0,211	Valid
3	Pertanyaan 3	0,645**	0,211	Valid
4	Pertanyaan 4	0,708**	0,211	Valid
5	Pertanyaan 5	0,755**	0,211	Valid
6	Pertanyaan 6	0,721**	0,211	Valid
7	Pertanyaan 7	0,633**	0,211	Valid
8	Pertanyaan 8	0,716**	0,211	Valid
9	Pertanyaan 9	0,635**	0,211	Valid
10	Pertanyaan 10	0,524**	0,211	Valid

Sumber : data diolah,2017

Dari tabel 2 di atas dapat diketahui bahwa semuanya valid untuk variabel Kualitas Layanan

(X) karena r hitung lebih besar dari r tabel = 0,211.

TABEL 3
HASIL UJI VALIDITAS LOYALITAS KONSUMEN (Y)

No	Item Pertanyaan	r _{hitung}	r _{tabel}	Keterangan
1	Pertanyaan 1	0,542**	0,211	Valid
2	Pertanyaan 2	0,668**	0,211	Valid
3	Pertanyaan 3	0,626**	0,211	Valid
4	Pertanyaan 4	0,674**	0,211	Valid
5	Pertanyaan 5	0,638**	0,211	Valid

6	Pertanyaan 6	0,575**	0,211	Valid
7	Pertanyaan 7	0,364**	0,211	Valid
8	Pertanyaan 8	0,378**	0,211	Valid

Sumber : data diolah,2017

Dari tabel 3 di atas dapat diketahui bahwa semuanya valid untuk variabel Loyalitas Konsumen (Y) karena r hitung lebih besar dari r tabel = 0,211

1.2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk mengetahui apakah indikator atau kuesioner yang digunakan dapat dipercaya atau handal sebagai alat ukur variabel. Reliabilitas suatu indikator atau kuesioner dapat dilihat dari nilai *Cronbach Alpha* (α), yaitu apabila *cronbach alpha* (α) > 0,60, maka indikator atau kuesioner adalah reliabel, sedangkan apabila nilai *cronbach alpha* (α) < 0,60 maka indikator atau kuesioner tidak reliabel. Hasil uji reliabilitas data dapat dilihat pada tabel berikut :

TABEL 4
HASIL UJI RELIABILITAS KUALITAS PELAYANAN (X)

Cronbach's Alpha	N of Items
,860	10

Sumber : data diolah,2017

Hasil uji reliabilitas berdasarkan tabel diatas pada variabel Kualitas Pelayanan (X) didapat nilai

Cronbach' Alpha sebesar 0,860 > 0,60 karena nilai diatas 0,60 maka dapat disimpulkan bahwa alat ukur dalam penelitian ini reliabel dan dapat dijadikan alat ukur di analisis selanjutnya.

TABEL 5
HASIL UJI RELIABILITAS LOYALITAS KONSUMEN (Y)

Cronbach's Alpha	N of Items
,679	8

Sumber : data diolah,2017

Hasil uji reliabilitas berdasarkan tabel di atas pada variabel Loyalitas Konsumen (Y) didapat nilai *Cronbach' Alpha* sebesar 0,679 > 0,60 karena nilai diatas 0,60, maka dapat disimpulkan bahwa alat ukur dalam penelitian ini reliabel dan dapat dijadikan alat ukur pada analisis selanjutnya.

2) Teknik Analisis Data (Analisis Regresi Linear Sederhana)

Menurut Sugiyono (2015:188), regresi linear sederhana adalah untuk meramalkan atau memprediksi variabel terikat (Y) apabila variabel bebas (X) diketahui.

TABEL 6
HASIL REGRESI LINIER SEDERHANA ANTARA KUALITAS PELAYANAN
TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients Beta	t	Sig.
	B	Std. Error			
1 (Constant)	13,284	1,939		6,850	,000
	,406	,060	,593	6,783	,000

Sumber : data diolah,2017

Berdasarkan Tabel 6 hasil regresi linear sederhana di atas dapat diketahui bahwa nilai regresi linear sederhana antara kualitas pelayanan terhadap loyalitas konsumen adalah $Y' = 13,284 + 0,406X$.

3) Kriteria Uji Hipotesis (Uji t / Secara Terpisah)

Untuk mengetahui pengaruh variabel bebas kualitas pelayanan

terhadap variabel terikat yaitu loyalitas konsumen, maka perlu dilakukan uji t. Pengujian secara Sendiri-sendiri dapat dilihat dari uji t, apabila nilai probabilitasnya $< 0,05$, maka H_0 ditolak yang berarti ada pengaruh yang signifikan. Hasil uji Sendiri-sendiri dapat dilihat pada tabel berikut ini :

TABEL 7
HASIL Uji-t

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients Beta	t	Sig.
	B	Std. Error			
1 (Constant)	13,284	1,939		6,850	,000
kualitas pelayanan	,406	,060	,593	6,783	,000

a. Dependent Variable: loyalitas konsumen

Berdasarkan tabel 7, maka hasil Uji t Kualitas pelayanan diperoleh nilai $t_{hitung} = 6,783$ dengan tingkat signifikansi 0,000. Berarti $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu $6,783 > 1,988$ atau $s_{hitung} < s_{tabel}$ yaitu $0,000 < 0,05$, maka tolak H_0 dan terima H_a yaitu ada pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas konsumen.

H. Pembahasan

Dari hasil uji validitas *output* dapat diketahui nilai korelasi antara

skor item kualitas pelayanan, skor loyalita konsumen, skor total kualitas pelayanan dan skor total loyalitas konsumen. Nilai ini kita bandingkan dengan r_{tabel} yang dapat dicari pada taraf signifikan 0,05 dengan uji 2 sisi dan jumlah data responden (n) = 87 maka didapatkan r_{tabel} sebesar 0,211 dapat disimpulkan bahwa item pertanyaan variabel kualitas pelayanan (X) dinyatakan valid semua karena $r_{hitung} > r_{tabel}$ dan item pertanyaan variabel loyalitas konsumen (Y)

dinyatakan valid semua karena $r_{hitung} > r_{tabel}$.

Hasil uji realibilitas dapat dilihat pada *output* reliabilitas statistik kualitas layanan dengan *cronbach's alpha* 0,860 karena dapat diatas 0,60 maka disimpulkan bahwa seluruh item pertanyaan kualitas pelayanan reliabel dan *output* reliabilitas statistik loyalitas konsumen dengan *conbach's alpha* sebesar 0,679 karena nilai diatas 0,60 maka dapat disimpulkan bahwa seluruh item pertanyaan loyalitas konsumen dinyatakan *reliabel*. Berdasarkan hasil analisis regresi linier sederhana dapat diketahui bahwa ada pengaruh antara variabel kualitas pelayanan (X) dan variabel loyalitas konsumen (Y) pada CV. Nur Ihsan Palembang, hal ini dapat ditunjukkan dari persamaan regresi linier sederhana $Y' = 13,284 + 0,406X$. Koefisien sebesar 13,284 artinya jika kualitas pelayanan (X), maka loyalitas konsumen (Y) nilainya sebesar 13,284. Nilai $b = 0,406$ artinya jika kualitas layanan mengalami kenaikan 1 satuan, maka loyalitas konsumen (Y) akan mengalami peningkatan sebesar 0,406. Demikian, jika kualitas pelayanan turun sebesar 1 satuan, maka loyalitas konsumen juga akan turun sebesar 0,406. Hal ini menunjukkan bahwa CV. Nur Ihsan Palembang harus meningkatkan kualitas pelayanannya karena akan berpengaruh kepada loyalitas konsumen.

Pengujian hipotesis pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas konsumen ditunjukkan dengan nilai t_{hitung} sebesar 6,783 dengan nilai signifikansinya sebesar $0,000 < 0,05$. Sehingga dapat dikatakan ada pengaruh yang signifikan antara kualitas pelayanan terhadap loyalitas konsumen pada CV. Nur Ihsan Palembang diterima. Hasil pengujian tersebut dapat diartikan bahwa dengan

peningkatan kualitas pelayanan akan mempengaruhi peningkatan loyalitas konsumen. Apabila t_{hitung} dibandingkan dengan t_{tabel} yaitu t_{hitung} sebesar 6,783 dan t_{tabel} sebesar 1,988 ($t_{hitung} > t_{tabel}$) maka H_0 ditolak dan H_a diterima berarti ada pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas konsumen CV. Nur Ihsan Palembang.

Kajian terdahulu yang menjadi referensi peneliti, yaitu penelitian yang dilakukan oleh Tri Endang Utami (2014) dengan judul "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan pada Bank Sumsel Babel Kantor Cabang Pembantu Plaju."

Pada penelitian Tri Endang Utami (2014), hasil analisis regresi linier sederhana dapat diketahui bahwa ada pengaruh antara variabel kualitas pelayanan (X) dan variabel loyalitas konsumen (Y) pada Bank Sumsel Babel Kantor Cabang Pembantu Plaju, hal ini dapat ditunjukkan dari persamaan regresi linier sederhana $Y' = 20,142 + 0,420X$. Koefisien sebesar 20,142 artinya jika kualitas pelayanan (X), maka loyalitas konsumen (Y) nilainya sebesar 20,142. Nilai $b = 0,420$ artinya jika kualitas layanan mengalami kenaikan 1 satuan, maka loyalitas konsumen (Y) akan mengalami peningkatan sebesar 0,420. Demikian, jika kualitas pelayanan turun sebesar 1 satuan, maka loyalitas konsumen juga akan turun sebesar 0,420. Hal ini menunjukkan bahwa Bank Sumsel Babel Kantor Cabang Pembantu Plaju harus meningkatkan kualitas pelayanannya karena akan berpengaruh kepada loyalitas konsumen.

Pengujian hipotesis pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas konsumen ditunjukkan dengan nilai t_{hitung} sebesar 3,535 dengan nilai

signifikansinya sebesar $0,000 < 0,05$. Sehingga dapat dikatakan ada pengaruh yang signifikan antara kualitas pelayanan terhadap loyalitas konsumen pada Bank Sumsel Babel Kantor Cabang Pembantu Plaju diterima. Hasil pengujian tersebut dapat diartikan bahwa dengan peningkatan kualitas pelayanan akan mempengaruhi peningkatan loyalitas konsumen.

Apabila t_{hitung} dibandingkan dengan t_{tabel} yaitu t_{hitung} sebesar 3,535 dan t_{tabel} sebesar 2,011 ($t_{hitung} > t_{tabel}$) maka H_0 ditolak dan H_a diterima berarti ada pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas konsumen Bank Sumsel Babel Kantor Cabang Pembantu Plaju.

I. Kesimpulan dan Saran

1) Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis data yang diperoleh melalui kuesioner serta pembahasan dan disesuaikan dengan tujuan penelitian ini, maka hal yang dapat disimpulkan adalah sebagai berikut :

- a. Berdasarkan hasil perhitungan regresi linier sederhana diperoleh persamaan $Y' = 13,284 + 0,406X$. Koefisien a sebesar 13,284 artinya jika kualitas pelayanan (X) nilainya 0, maka loyalitas konsumen (Y) nilainya sebesar 13,284. Nilai b 0,406 artinya jika kualitas pelayanan mengalami kenaikan 1 satuan, maka loyalitas konsumen (Y) akan mengalami peningkatan sebesar 0,406. Demikian, jika kualitas pelayanan turun sebesar 1 satuan, maka loyalitas konsumen juga akan turun sebesar 0,406
- b. Berdasarkan hasil pengujian hipotesis, apabila t_{hitung} dibandingkan dengan t_{tabel}

yaitu t_{hitung} sebesar 6,783 dan t_{tabel} sebesar 1,988 ($t_{hitung} > t_{tabel}$), maka H_0 ditolak dan H_a diterima berarti ada pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas konsumen pada CV. Nur Ihsan Palembang.

2) Saran

Berdasarkan kesimpulan diatas, dengan demikian penulis mencoba mengajukan beberapa saran yang diharapkan dapat menjadi masukan atau bahan pertimbangan bagi perusahaan adalah sebagai berikut :

- a. Untuk meningkatkan kualitas pelayanan, CV. Nur Ihsan Palembang hendaklah lebih banyak menawarkan produk wisata yang diinginkan oleh konsumen dan karyawan diharapkan memberikan pelayanan yang terbaik kepada konsumen.
- b. Untuk meningkatkan loyalitas konsumen, CV. Nur Ihsan Palembang jika memungkinkan memberikan potongan harga kepada konsumen yang setia memakai jasa CV. Nur Ihsan Palembang, memberikan souvenir secara cuma-cuma, dan penawaran lainnya. Dengan demikian membuat konsumen menjadi lebih loyal kepada perusahaan.

DAFTAR PUSTAKA

- Hardiansyah. 2011. *Kualitas Pelayanan Publik Konsep, Dimensi, Indikator dan Implementasinya*. Gava, Medi.
- Hurriyati, Ratih. 2015. *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*. Bandung : Alfabeta.
- Mardi, Lepri. 2012. *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas*

- Pasien RS. Kusta dr. Rivai Abdullah Palembang. Skripsi. Fakultas Ekonomi Universitas PGRI Palembang (tidak untuk di publikasikan).*
- Sujarweni, Wiratna V, 2015. *Metodologi Penelitian Bisnis dan Ekonomi.* Yogyakarta : Pustaka Baru Press.
- Sugiyono. 2015. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R & D.* Bandung : Alfabeta.
- Tjiptono, Fandy. 2008. *Pemasaran Strategik.* Penerbit Andi. Yogyakarta
- Tjiptono dan Candra. 2011. *Service, Quality Satisfaction. Edisi Ketiga.* Yogyakarta : Andi.
- Utami, Tri Endang. 2014. *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalias Pelanggan pada Bank Sumsel Babel Kantor Cabang Pembantu Plaju.* Skripsi Fakultas Ekonomi Universitas PGRI Palembang (tidak untuk di publikasikan).
- Utami, Whidya Chirstina. 2012. *Manajemen Ritel : Strategi dan Implementasi Operasional Bisnis Ritel Modern di Indonesia. Edisi 2.* Salemba Empat. Jakarta.