

**NO. TUGAS AKHIR
1220842/2188/2022**

**ANALISIS PENGARUH KUALITAS LAYANAN, KEPUASAN
PELANGGAN, DAN HARGA TERHADAP LOYALITAS
PELANGGAN DI LABORATORIUM PQR**

TUGAS AKHIR

Diajukan untuk Memenuhi Persyaratan Menyelesaikan Studi Strata Satu (S1)
dan Memperoleh Gelar Sarjana Teknik (S.T.)



Disusun oleh:

**Amalia Juwendah
122150015**

**PROGRAM STUDI TEKNIK INDUSTRI
JURUSAN TEKNIK INDUSTRI
FAKULTAS TEKNIK INDUSTRI
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN"
YOGYAKARTA
2022**

**ANALISIS PENGARUH KUALITAS LAYANAN, KEPUASAN
PELANGGAN, DAN HARGA TERHADAP LOYALITAS
PELANGGAN DI LABORATORIUM PQR**

TUGAS AKHIR

Diajukan untuk Memenuhi Persyaratan Menyelesaikan Studi Strata Satu (S1)
dan Memperoleh Gelar Sarjana Teknik (S.T.)



Disusun oleh:

Amalia Juwendah
122150015

**PROGRAM STUDI TEKNIK INDUSTRI
JURUSAN TEKNIK INDUSTRI
FAKULTAS TEKNIK INDUSTRI
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN"
YOGYAKARTA
2022**

HALAMAN PENGESAHAN

TUGAS AKHIR

**ANALISIS PENGARUH KUALITAS LAYANAN, KEPUASAN
PELANGGAN, DAN HARGA TERHADAP LOYALITAS
PELANGGAN DI LABORATORIUM PQR**

Oleh:


Amalia Juwendah
122150015

Telah disetujui dan disahkan
pada tanggal:

Dosen Pembimbing I

Dosen Pembimbing II


Laila Nafisah, S.T., M.T.


Puryani, S.T., M.T.

NIP 19710520 202121 2 002

NIP 19720208 202121 2 005

Mengetahui,
Ketua Jurusan Teknik Industri
Fakultas Teknik Industri
Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Yogyakarta

Dr. Sadi, S.T., M.T.
NIP 19710313 202121 1 002

LEMBAR PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME KARYA ILMIAH

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Amalia Juwendah

NPM : 122150015

Jurusan : Teknik Industri FTI UPN "Veteran" Yogyakarta

menyatakan bahwa karya ilmiah saya dengan judul **Analisis Pengaruh Kualitas Layanan, Kepuasan Pelanggan, dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan di Laboratorium PQR** adalah hasil karya ilmiah saya dan bebas dari plagiarisme.

Apabila pernyataan ini terbukti tidak benar, saya bersedia untuk mempertanggungjawabkan secara pribadi tanpa melibatkan institusi dan menerima sanksi sesuai hukum yang berlaku.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya dan tanpa paksaan dari pihak manapun.

Yogyakarta, 26 Mei 2022

Yang menyatakan



Amalia Juwendah

NPM 122150015

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadirat Allah SWT atas segala rahmat, serta karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini dengan judul “**Analisis Pengaruh Kualitas Layanan, Kepuasan Pelanggan, dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan di Laboratorium PQR**”. Penyusunan Tugas Akhir ini dibuat untuk memenuhi persyaratan menyelesaikan Studi Strata Satu (S-1) dan memperoleh gelar Sarjana Teknik (S.T) Program Studi Teknik Industri di Fakultas Teknik Industri. Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Yogyakarta. Tidak lupa penulis mengucapkan terimakasih kepada:

Dalam penulisan ini penulis menyadari bahwa Tugas Akhir ini tidak akan terwujud apabila tidak ada bantuan, bimbingan, dan dorongan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Ibu Laila Nafisah, S.T., M.T. selaku Dosen Pembimbing I, yang telah berkenan meluangkan waktu untuk memberikan bimbingan, petunjuk, dan saran selama proses pembuatan Tugas Akhir ini.
2. Ibu Puryani, S.T., M.T., selaku Dosen Pembimbing II, dan selaku dosen wali penulis, yang telah memberikan bimbingan, masukan, dan saran selama proses pembuatan Tugas Akhir ini.
3. Bapak Dr. Sadi, S.T., M.T., selaku Ketua Jurusan Teknik Industri
4. Orangtua yang selalu memberikan doa dan dukungan selama proses pembuatan Tugas Akhir ini.

5. Ravi dan teman-teman penulis yang selalu memberikan dukungan dan menemani selama proses pembuatan Tugas Akhir ini.

Penulis menyadari masih terdapat kesalahan dan banyak kekurangan baik dalam pelaksanaan maupun dalam penyusunan laporan Tugas Akhir ini. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun agar dapat menyempurnakan laporan ini. Demikian laporan ini, penulis berharap laporan ini dapat memberikan manfaat tidak hanya bagi penulis namun juga bagi pembaca.

Yogyakarta, 25 Mei 2022

Penulis

DAFTAR ISI

.....	i
HALAMAN JUDUL.....	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
KATA PENGANTAR	iv
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR TABEL.....	viii
DAFTAR GAMBAR	ix
DAFTAR LAMPIRAN.....	x
ABSTRAK.....	xi
ABSTRACT.....	xii
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Masalah.....	I-1
1.2 Rumusan Masalah	I-2
1.3 Batasan dan Asumsi	I-3
1.4 Tujuan Penelitian.....	I-3
1.5 Manfaat Penelitian.....	I-3
1.6 Sistematika Penulisan.....	I-3
BAB II LANDASAN TEORI	
2.1. Laboratorium Klinik.....	II-1
2.2. Loyalitas Pelanggan.....	II-1
2.3. Kualitas Layanan	II-2
2.4. Kepuasan Pelanggan.....	II-3
2.5. Harga	II-4
2.6. Konsep Analisis Regresi Linier.....	II-5
2.7. Pengujian Data.....	II-6
2.7.1. Uji kecukupan data.....	II-6
2.7.2. Uji validitas	II-7
2.7.3. Uji reliabilitas	II-8
2.8. Uji Asumsi Klasik	II-8
2.8.1 Uji multikolinieritas	II-9
2.8.2 Uji heteroskedastisitas.....	II-9
2.9. Analisis Regresi Linier Berganda.....	II-10
2.9.1. Uji t parsial	II-10
2.9.2. Uji F simultan.....	II-11
2.9.3. Koefisien determinasi (R^2)	II-11
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	
3.1. Objek Penelitian	III-1
3.2. Pengumpulan Data.....	III-1
3.3. Kerangka Penelitian.....	III-1
3.4. Teknik Pengolahan Data.....	III-2
3.5. Analisis Hasil.....	III-19
3.6. Kesimpulan dan Saran	III-19

BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN	
4.1.	Pengumpulan Data..... IV-1
4.1.1	Kualitas layanan (X_1)..... IV-1
4.1.2	Kepuasan pelanggan (X_2) IV-2
4.1.3	Harga (X_3)..... IV-4
4.1.4	Loyalitas pelanggan (Y)..... IV-6
4.2	Pengolahan Data IV-9
4.2.1	Uji kecukupan data..... IV-9
4.2.2	Uji validitas IV-11
4.2.3	Uji reliabilitas IV-14
4.2.4	Uji multikolinieritas IV-14
4.2.5	Uji heteroskedastisitas..... IV-15
4.2.6	Uji t parsial IV-16
4.2.7	Uji F simultan..... IV-16
4.2.8	Koefisien determinasi (R^2) IV-17
4.3	Analisis Hasil..... IV-18
BAB V PENUTUP	
5.1	Kesimpulan..... V-1
5.2	Saran V-1
DAFTAR PUSTAKA 1	
LAMPIRAN..... L-1	

DAFTAR TABEL

Tabel 4.1 Data kuesioner kualitas layanan (X_1).....	IV-1
Tabel 4.2 Data kuesioner kepuasan pelanggan (X_2)	IV-3
Tabel 4.3 Data kuesioner harga (X_3).....	IV-5
Tabel 4.4 Data kuesioner loyalitas pelanggan (Y).....	IV-7
Tabel 4.5 Uji kecukupan data variabel kualitas layanan (X_1).....	IV-10
Tabel 4.6 Uji kecukupan data variabel kepuasan pelanggan (X_2)	IV-10
Tabel 4.7 Uji kecukupan data variabel harga (X_3).....	IV-11
Tabel 4.8 Uji kecukupan data variabel loyalitas pelanggan (Y)	IV-11
Tabel 4.9 Uji validitas variabel kualitas layanan (X_1)	IV-12
Tabel 4.10 Uji validitas variabel kualitas layanan (X_1) revisi	IV-13
Tabel 4.11 Uji validitas variabel kepuasan pelanggan (X_2).....	IV-13
Tabel 4.12 Uji validitas variabel kepuasan pelanggan (X_2) revisi.....	IV-13
Tabel 4.13 Uji validitas variabel harga (X_3)	IV-13
Tabel 4.14 Uji validitas loyalitas pelanggan (Y)	IV-14
Tabel 4.15 Uji reliabilitas kuesioner	IV-14
Tabel 4.16 Uji multikolinieritas	IV-15
Tabel 4.17 Uji Heteroskedastisitas.....	IV-15
Tabel 4.18 Hasil uji t parsial	IV-16
Tabel 4.19 Uji F simultan	IV-17
Tabel 4.20 Koefisien determinasi	IV-17

DAFTAR GAMBAR

Gambar 3.1 Kerangka Penelitian	III-2
Gambar 3.2 Flowchart uji kecukupan data	III-4
Gambar 3.3 Flowchart uji validitas	III-5
Gambar 3.4 Flowchart uji reliabilitas.....	III-7
Gambar 3.5 Flowchart uji multikolinieritas	III-9
Gambar 3.6 Flowchart uji heteroskedastisitas	III-11
Gambar 3.8 Flowchart uji F simultan	III-16
Gambar 3.9 Flowchart koefisien determinasi	III-18

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Kuesioner Penelitian	L-1

ABSTRAK

Laboratorium PQR merupakan perusahaan bergerak dibidang layanan jasa. Laboratorium PQR termasuk laboratorium klinik umum yang melayani berbagai jenis pemeriksaan seperti tes laboratorium maupun non laboratorium, medical check up, dan vaksinasi. Lokasinya berada dekat dengan beberapa laboratorium klinik sejenis, dan pada halaman review google maps Laboratorium PQR terdapat 61 ulasan yang menyatakan kekecewaannya terhadap layanan yang diberikan, harga yang ditawarkan, dan menyatakan ketidakpuasan. Laboratorium PQR perlu memberikan pelayanan yang terbaik agar pelanggan puas dan kembali lagi untuk menggunakan jasa laboratorium tersebut hingga terbentuknya loyalitas pelanggan. Penelitian ini dimaksudkan untuk menentukan seberapa besar pengaruh kualitas layanan, kepuasan pelanggan, dan harga terhadap loyalitas pelanggan Laboratorium PQR.

Metode yang digunakan untuk mencapai tujuan tersebut adalah regresi linier berganda. Metode ini digunakan untuk mencari pengaruh dari dua atau lebih variabel independen terhadap variabel dependen. Variabel independen pada penelitian ini yaitu variabel kualitas layanan, kepuasan pelanggan, dan harga. Variabel dependennya adalah loyalitas pelanggan. Data yang diperoleh dari kuesioner diolah dengan diuji kecukupan datanya, validitas dan reliabilitasnya, serta bebas dari asumsi klasik, dan dilakukan analisis regresi linier berganda untuk mendapatkan besar pengaruh kualitas layanan, kepuasan pelanggan, dan harga terhadap loyalitas pelanggan Laboratorium PQR.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel kualitas layanan, dan variabel harga memiliki pengaruh secara parsial terhadap variabel loyalitas pelanggan. Sedangkan variabel kepuasan pelanggan tidak memiliki pengaruh terhadap loyalitas pelanggan. Ketiga variabel independen tersebut memiliki pengaruh secara simultan terhadap variabel dependen atau variabel loyalitas pelanggan, dan besar pengaruhnya adalah sebanyak 27,1%.

Kata kunci : Laboratorium klinik, regresi linier berganda, kualitas layanan, kepuasan pelanggan

ABSTRACT

PQR Laboratory is a company engaged in services. PQR laboratories include general clinical laboratories that serve various types of examinations such as laboratory and non-laboratory tests, medical check-ups, and vaccinations. The location is close to several similar clinical laboratories, and on the Google Maps PQR Laboratory review page there are 61 reviews expressing disappointment with the services provided, the prices offered, and expressing dissatisfaction. PQR laboratories need to provide the best service so that customers are satisfied and come back again to use the laboratory services so that customer loyalty is formed. This study is intended to determine how much influence service quality, customer satisfaction, and price have on PQR Laboratory customer loyalty.

The method used to achieve this goal is multiple linear regression. This method is used to find the effect of two or more independent variables on the dependent variable. The independent variables in this study are service quality, customer satisfaction, and price variables. The dependent variable is customer loyalty. The data obtained from the questionnaire was processed by testing the adequacy of the data, validity and reliability, and free from classical assumptions, and multiple linear regression analysis was carried out to obtain the large influence of service quality, customer satisfaction, and price on customer loyalty PQR Laboratory.

The results showed that the service quality variable, and the price variable had a partial influence on the customer loyalty variable. While the customer satisfaction variable has no effect on customer loyalty. The three independent variables have a simultaneous influence on the dependent variable or customer loyalty variable, and the effect is 27.1%.

Key words : Clinical laboratory, multiple linear regression, service quality, customer satisfaction.

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Kesehatan merupakan salah satu kebutuhan pokok manusia disamping pangan, sandang, dan papan. Layanan kesehatan pun telah menjadi kebutuhan penting yang menunjang keberlangsungan manusia. Kini masyarakat dapat dengan mudah mengakses berbagai layanan kesehatan, salah satunya yaitu laboratorium klinik. Menurut Unit Pelayanan Kesehatan Kementerian Kesehatan Republik Indonesia, laboratorium klinik merupakan laboratorium kesehatan yang melaksanakan layanan pemeriksaan spesimen klinik untuk memperoleh informasi tentang kesehatan perorangan serta untuk menunjang upaya diagnosis penyakit, dan memulihkan kesehatan.

Laboratorium klinik termasuk dalam bidang jasa layanan kesehatan. Di Yogyakarta sendiri terdapat lebih dari 20 laboratorium klinik yang menawarkan jasa sejenis, terdapat pula laboratorium klinik dengan lokasi yang berdekatan. Hal ini menunjukkan persaingan yang cukup tinggi dibidang layanan jasa laboratorium kesehatan.

Salah satu laboratorium klinik yang ada di Yogyakarta yaitu Laboratorium PQR. Pada lokasi Laboratorium PQR berada terdapat 7 laboratorium klinik sejenis dalam jarak radius 2 kilometer. Agar dapat bertahan ditengah persaingan bidang ini, Laboratorium PQR perlu memberikan pelayanan yang terbaik agar pelanggan puas dan kembali lagi untuk menggunakan jasa laboratorium tersebut hingga terbentuknya loyalitas pelanggan. Loyalitas pelanggan akan memberikan dampak peningkatan profit perusahaan.

Laboratorium PQR merupakan laboratorium klinik umum yang melayani berbagai jenis pemeriksaan seperti tes laboratorium, tes non laboratorium, *medical check up*, dan vaksinasi. Pelanggan perlu mendaftar terlebih dahulu sebelum melakukan pemeriksaan, layanan pendaftaran dapat dilakukan secara *online* dan *offline*. Setelah melakukan pemeriksaan atau tes kesehatan pelanggan perlu

menunggu hasil tesnya sesuai dengan jenis tes yang dilakukan atau sesuai dengan informasi yang diberikan karyawan Laboratorium PQR, hasil tesnya akan dikirim oleh pihak Laboratorium PQR ke alamat *email* yang pelanggan berikan atau dapat datang langsung menerima berkas hasil tes.

Terpenuhi atau tidaknya harapan, keinginan dan kebutuhan pelanggan dapat menjadi penentu penilaian pelanggan terhadap layanan jasa yang diberikan Laboratorium PQR. Terdapat ulasan yang diberikan pelanggan Laboratorium PQR Kotabaru yang dibuat berdasarkan pengalaman pelanggan menggunakan jasa layanan kesehatan laboratorium tersebut pada halaman *review* Laboratorium PQR Kotabaru di Google Maps. Pelanggan dapat memberikan bintang 1 hingga bintang 5 pada halaman *review* Google Maps, bintang tersebut merupakan tingkat skor, bintang 5 merupakan skor tertinggi yang menunjukkan bahwa pelanggan puas dengan pelayanan yang diberikan, sedangkan bintang 1 merupakan skor terendah yang biasanya merupakan ungkapan kekecewaan pelanggan terhadap pelayanan yang diberikan. Sebagian besar ulasan pada halaman *review* Laboratorium PQR menyatakan tentang kepuasan pelanggan terhadap layanan yang diberikan, dan menilai bahwa pelayanan yang diberikan sudah baik. Namun, dari 450 ulasan oleh pelanggan yang ditulis dari tahun 2018 hingga 20 Februari 2022, 61 diantaranya memberikan bintang 1 dan dari 61 ulasan bintang 1 tersebut 50 diantaranya mengeluhkan bahwa pelayanan yang diberikan Laboratorium PQR buruk, terdapat pelanggan yang menyebutkan bahwa karyawannya tidak ramah, antriannya lama, dan hasil tesnya tidak sesuai dengan yang dijanjikan, kemudian 3 ulasan diantaranya mengeluhkan mengenai harga layanan kesehatan di Laboratorium PQR, lalu selebihnya memberikan bintang 1 tanpa disertai komentar. Berdasarkan hal tersebut maka pihak Laboratorium PQR perlu melakukan evaluasi terhadap kinerja pelayanan yang selama ini telah dilakukan.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang, maka rumusan masalah untuk penelitian ini adalah berapa besar pengaruh kualitas layanan, kepuasan pelanggan, dan harga terhadap loyalitas pelanggan di Laboratorium PQR.

1.3 Batasan dan Asumsi

Terdapat Batasan masalah dalam penelitian ini yaitu sebagai berikut:

1. Data diperoleh melalui kuisioner yang disebar secara *online* dan *offline*.
2. Kriteria responden yaitu pernah menggunakan jasa layanan kesehatan Laboratorium PQR.
3. Data diambil pada bulan April dan Mei 2022.
4. Data ulasan di halaman *review* Google Maps Laboratorium PQR dari tahun 2018 hingga 20 Februari 2022

1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan dilakukannya penelitian ini adalah untuk menentukan seberapa besar pengaruh kualitas layanan, kepuasan pelanggan, dan harga terhadap loyalitas pelanggan Laboratorium PQR.

1.5 Manfaat Penelitian

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat dijadikan referensi pertimbangan untuk meningkatkan jasa layanan kesehatan Laboratorium PQR dalam hal faktor kualitas layanan, kepuasan pelanggan, dan harga.

1.6 Sistematika Penulisan

Langkah-langkah yang dilalui didalam penelitian ini dibagi menjadi beberapa bagian, dimana pembagiannya dibatasi oleh tiap bab yang dapat di jelaskan sebagai berikut :

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini menyajikan tentang latar belakang masalah, perumusan masalah, batasan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penulisan.

BAB II LANDASAN TEORI

Bab ini memuat tentang teori-teori yang digunakan di dalam penelitian. Teori-teori tersebut diperoleh melalui studi literatur, buku, jurnal, dan sumber-sumber lain.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini memuat tentang objek penelitian, pengumpulan data, kerangka penelitian, teknik pengolahan data, analisis hasil, serta kesimpulan dan saran.

BAB IV PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA

Bab ini memuat tentang pengumpulan data, pengolahan data, serta analisis hasil pengolahan data.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini menyajikan kesimpulan dari hasil penelitian penelitian dan saran untuk penelitian selanjutnya.

BAB II

LANDASAN TEORI

2.1. Laboratorium Klinik

Laboratorium Klinik merupakan laboratorium kesehatan yang melaksanakan pelayanan pemeriksaan spesimen klinik untuk mendapatkan informasi tentang kesehatan perorangan terutama untuk menunjang upaya diagnosis penyakit, dan memulihkan kesehatan (UPK Kemenkes, n.d.). Terdapat dua jenis Laboratorium klinik berdasarkan jenis pelayanannya. (1) Laboratorium klinik umum adalah laboratorium yang melaksanakan pelayanan pemeriksaan spesimen klinik dibidang hematologi, kimia klinik, mikrobiologi klinik, parasitologi klinik, serta imunologi klinik. (2) Laboratorium klinik khusus adalah laboratorium yang melaksanakan pelayanan pemeriksaan spesimen klinik pada satu bidang pemeriksaan khusus dengan kemampuan tertentu (Menteri Kesehatan Republik Indonesia, 2010).

2.2. Loyalitas Pelanggan

Loyalitas pelanggan merupakan orang yang membeli secara teratur dan berulang-ulang, mereka terus menerus dan berulang kali mendatangi suatu tempat yang sama untuk memuaskan keinginannya dengan memiliki suatu produk atau mendapatkan suatu jasa dan membayar produk tersebut (Hasan, 2013). Loyalitas pelanggan berperan penting untuk mempertahankan dan meningkatkan kinerja kelangsungan hidup perusahaan. Pelanggan yang loyal adalah orang yang melakukan pembelian berulang secara teratur, dan merekomendasikan kepada orang lain (Griffin, 2005). (Hidayati, Sifatu, Maddinsyah, Sunarsi, & Jasmani, 2021) menyatakan bahwa pelanggan yang loyal merupakan aset bagi perusahaan, tanpa pelanggan yang loyal maka pertumbuhan usaha perusahaan sulit berjalan dengan baik, tersendat dan memerlukan suntikan dana berkelanjutan agar dapat bertahan dan mencapai target perusahaan. Menurut Hasan (2013), pelanggan yang loyal memiliki karakteristik sebagai berikut:

1. Adanya runtutan pembelian dan proporsi pembelian, atau probabilitas pembelian.
2. Tingkat atau ukuran kedekatan pelanggan pada sebuah produk atau jasa.
3. Adanya perasaan positif terhadap produk atau jasa.
4. Penggunaan produk atau jasa yang sama secara teratur.

Indikator yang dapat digunakan untuk mengukur loyalitas konsumen menurut (Tjiptono, 2002) yaitu, pembelian ulang, kebiasaan mengkonsumsi merek tersebut, selalu menyukai merek tersebut, tetap memilih merek tersebut, yakin bahwa merek tersebut yang terbaik, merekomendasikan merek tersebut kepada orang lain.

2.3. Kualitas Layanan

Suatu pelayanan terbentuk karena adanya proses pemberian layanan tertentu dari suatu pihak penyedia layanan kepada pihak yang menerima layanan atau jasa (Barata, 2006). Pelayanan merupakan suatu proses kegiatan melayani konsumen yang dilakukan perusahaan untuk mewujudkan keinginan dan kebutuhan konsumen. Menurut Tjiptono & Chandra (2011) kualitas dari sebuah layanan dapat ditentukan oleh kemampuan suatu perusahaan dalam hal memenuhi kebutuhan serta keinginan konsumen sesuai dengan harapan konsumen.

Kualitas jasa mencakup suatu perbandingan antar harapan dan persepsi konsumen terhadap kinerja jasa yang konsumen terima (Parasuraman, et al., 1998) Parasuraman, et al. membuat sebuah model yang merupakan dasar dari skala Servqual. Service quality (Servqual) adalah pengukuran kualitas jasa yang didasarkan pada skala multi *item* yang dapat digunakan untuk mengukur persepsi pelanggan atas kualitas sebuah layanan. Pada penelitian awalnya, Parasuraman, et al. mengidentifikasi sepuluh dimensi kualitas jasa, kemudian pada penelitian berikutnya, Parasuraman, et al. (1991) menyempurnakan dan merangkumnya menjadi 5 dimensi yaitu:

1. Reliabilitas (*Reliability*), merupakan kemampuan memberikan layanan yang dijanjikan dengan segera, akurat, dan memuaskan

2. Daya tanggap (*Responsiveness*), dalam hal ini keinginan para staf untuk membantu para pelanggan dan memberi layanan dengan tanggap.
3. Jaminan (*Assurance*), yaitu mencakup pengetahuan, kompetensi, kesopanan dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki para staf, bebas dari bahaya, resiko atau keragu-raguan.
4. Empati (*Empathy*), yakni meliputi dalam menjalin relasi, komunikasi yang baik, perhatian pribadi dan pemahaman atas kebutuhan individual pelanggan.
5. Bukti fisik (*Tangible*), meliputi fasilitas fisik, perlengkapan, pegawai dan sarana komunikasi.

2.4. Kepuasan Pelanggan

Kepuasan pelanggan merupakan perasaan senang atau kecewa seseorang yang berasal dari hasil perbandingan antara kesannya terhadap kinerja (hasil) suatu produk atau jasa dan harapan-harapannya (Saladin, 2003). Faktor-faktor yang memengaruhi kepuasan pelanggan (Ahmad, n.d.):

1. Pelayanan
Pelayanan merupakan pilar utama pada usaha dibidang jasa dengan tujuan memelihara hubungan baik dan meningkatkan hubungan antara perusahaan dan pelanggan. Dalam pelayanan mendengarkan keluhan dan masukan dari pelanggan menjadi hal yang penting untuk mengetahui minat pelanggan.
2. Kualitas produk/jasa
Kualitas produk/jasa merupakan ekspektasi konsumen dengan apa yang perusahaan buat. Beberapa hal agar kualitas produk//jasa dapat dipercaya pelanggan dengan cara memperhatikan kesesuaian yang dibutuhkan, kelebihan produk/jasa yang telah dibuat, dan keandalan produk akan mempengaruhi minat konsumen.
3. Harga

Harga yang ditawarkan sangat penting di setiap bisnis, karena harga menjadi tolak ukur produk/jasa itu sendiri. Harga akan berpengaruh terhadap permintaan pelanggan.

4. Promosi dan strategi pemasaran yang tepat

Promosi adalah bagaimana perusahaan memberi informasi untuk menawarkan, meningkatkan penjualan lebih dari biasanya dan menciptakan loyalitas suatu produk kepada pelanggan dan berfungsi untuk memengaruhi minat pelanggan untuk membeli produk/jasa yang ditawarkan.

2.5. Harga

Menurut Kotler dan Amstron (2011) sederhananya harga diartikan sebagai jumlah yang ditagihkan atas suatu produk atau jasa. Arti yang lebih luasnya yaitu jumlah semua nilai yang diberikan oleh pelanggan untuk mendapatkan keuntungan dari memiliki atau menggunakan produk atau jasa. Terdapat pula dua faktor utama yang harus dipertimbangkan dalam penentuan harga, yakni faktor internal perusahaan dan faktor eksternal perusahaan. Faktor internal perusahaan yakni tujuan pemasaran, strategi bauran pemasaran, biaya dan organisasi perusahaan. Faktor eksternal perusahaan meliputi pemerintah dan kondisi pasar, dan unsur-unsur lingkungan lainnya.

Perusahaan harus memikirkan matang-matang dalam hal penentuan harga produk/jasa, nominal harga harus memberikan rasa yang nyaman bagi calon konsumen. Jika nominal harga terlalu tinggi, maka produk tersebut akan sulit terjual dan otomatis pelaku usaha secara perlahan akan bangkrut karena produk yang tidak laku dipasaran, namun jika nominal yang terlalu rendah maka pelaku usaha sulit memperoleh keuntungan yang setara dari produknya (Islam, 2020). Persaingan dapat terjadi apabila banyak pihak yang menginginkan sesuatu dengan jumlah terbatas (Kotler & Keller, 2007).

Ada tiga indikator yang mencirikan harga yaitu (Kotler & Amstron, 2012):

1. Keterjangkauan harga merupakan nominal harga yang dirasa mampu dibeli oleh konsumen yang menjadi target perusahaan.
2. Perbandingan harga ialah nominal harga suatu produk yang dibandingkan dengan harga produk sejenis yang ditawarkan pesaing.
3. Kesesuaian harga dengan kualitas produk ialah nominal harga yang ditetapkan perusahaan sesuai dengan kualitas produk yang akan diterima konsumen.

2.6. Konsep Analisis Regresi Linier

Analisis regresi adalah suatu analisis yang mengukur pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat (Sunyoto, 2011). Analisis regresi menganalisis bagaimana hubungan antara dua variabel atau lebih. Variabel tersebut yakni (Darma, 2021):

- a. Variabel independen (bebas), disimbolkan dengan variabel X . Variabel independent adalah variabel yang mempengaruhi variabel lain.
- b. Variabel dependen (terikat), disimbolkan dengan variabel Y . Variabel dependen adalah variabel yang dipengaruhi oleh variabel lain.

Hubungan secara fungsional antara satu variabel dependen dengan satu variabel independen disebut analisis regresi sederhana. Sedangkan hubungan fungsional antara satu variabel dependen dengan lebih dari satu variabel independen disebut analisis regresi berganda.

Pengukuran dengan melibatkan satu variabel bebas (X) dan satu variabel terikat (Y) dinamakan analisis regresi linier sederhana yang dirumuskan:

$$Y = a + bX \dots\dots\dots(2.1)$$

$$b = \frac{n \sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{n \sum X^2 - (\sum X)^2} \dots\dots\dots(2.2)$$

$$a = \bar{Y} - b\bar{X} \dots\dots\dots(2.3)$$

Keterangan:

a : Nilai konstanta

b : Nilai koefisien variabel X

X : Variabel bebas

Y : Variabel terikat

Koefisien regresi (b) adalah kontribusi besarnya perubahan nilai variabel bebas (X), semakin besar nilai b maka kontribusi perubahan juga semakin besar, dan sebaliknya kontribusi perubahan akan semakin kecil. Kontribusi perubahan variabel X juga ditentukan oleh koefisien regresi positif atau negatif.

Jika pengukuran pengaruh antar variabel melibatkan lebih dari satu variabel bebas ($X_1, X_2, X_3, \dots, X_n$) dinamakan analisis regresi linier berganda, dikatakan linier karena setiap estimasi atas nilai diharapkan mengalami peningkatan atau penurunan mengikuti garis lurus. Sehingga persamaan regresi berganda dapat ditulis sebagai berikut::

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + \dots + b_nX_n \dots\dots\dots(2.4)$$

Keterangan:

a : Nilai konstanta

$b_1, b_2, b_3, \dots, b_n$: Nilai koefisien variabel $X_1, X_2, X_3, \dots, X_n$

X_n : Variabel bebas ke- n

Y : Variabel terikat

Secara statistik penggunaan nilai konstanta dilakukan jika satuan-satuan variabel X dan variabel Y tidak sama. Nilai konstanta dihilangkan atau diabaikan jika variabel X dan variabel Y mempunyai satuan yang sama.

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan kuesioner sebagai alat untuk memperoleh data penelitian. Kuesioner yang telah diisi oleh responden, akan diolah dengan aplikasi Statistical Package for the Social Sciences (SPSS) dengan menerapkan uji-uji sebagai berikut:

2.7. Pengujian Data

2.7.1. Uji Kecukupan Data

Uji kecukupan data dilakukan untuk mengetahui apakah data yang diperoleh telah mencukupi untuk diolah atau belum. Rumus uji kecukupan data:

$$N^* = \left[\frac{\frac{k}{s} \sqrt{N \sum X_i^2 - (\sum X_i)^2}}{\sum X_i} \right]^2 \dots\dots\dots(2.5)$$

Keterangan:

N' : Jumlah data teoritis

k : Tingkat keyakinan

s : Derajat ketelitian

N : Jumlah data pengamatan

X_i : Data pengamatan

2.7.2. Uji Validitas

Penelitian dengan menggunakan metode kuesioner memerlukan uji validitas. Uji validitas digunakan untuk mengetahui kevalidan atau kesesuaian kuesioner yang digunakan oleh peneliti untuk memperoleh data dari para responden atau sampel penelitian. Uji validitas *product moment pearson correlation* menggunakan prinsip menghubungkan antara masing-masing skor butir dengan skor total yang diperoleh dari jawaban responden atas kuesioner. Rumus korelasi *product moment* adalah sebagai berikut:

$$r_{xy} = \frac{N(\Sigma XY) - (\Sigma X)(\Sigma Y)}{\sqrt{(N(\Sigma X^2) - (\Sigma X)^2)(N(\Sigma Y^2) - (\Sigma Y)^2)}} \dots\dots\dots(2.6)$$

Keterangan:

r_{xy} : Korelasi product moment

ΣY : Skor total dari tiap item

ΣX : Skor dari tiap item

N : Jumlah sampel

Setiap uji dalam statistik tentu mempunyai dasar dalam pengambilan keputusan sebagai bahan acuan untuk membuat sebuah kesimpulan. Dasar pengambilan keputusan dalam uji uji validitas *product moment pearson correlation*, dapat dilakukan dengan beberapa cara yaitu: membandingkan nilai r hitung dengan nilai r table, jika nilai r hitung $> r$ tabel, maka butir soal kuesioner tersebut dinyatakan valid, jika nilai r hitung $< r$ tabel, maka butir soal kuesioner tersebut dinyatakan tidak valid. Untuk mencari r tabel yaitu r tabel = N pada signifikansi 5%. N adalah jumlah sampel.

Cara selanjutnya dengan membandingkan nilai sig. (2-tailed) dengan probabilitas 0,05, jika nilai sig. (2.tailed) < 0,05 dan pearson correlation bernilai positif, maka butir soal kuesioner tersebut valid, jika nilai sig. (2.tailed) < 0,05 dan pearson correlation bernilai negatif, maka butir soal kuesioner tersebut tidak valid, lalu jika nilai sig. (2-tailed) > 0,05, maka butir soal kuesioner tersebut tidak valid (Raharjo, 2014).

2.7.3. Uji Reliabilitas

Butir soal yang dikatakan reliabel atau andal jika jawaban responden terhadap pertanyaan tersebut konsisten (Sunyoto, 2011). Secara umum reliabilitas diartikan sebagai suatu hal yang bisa dipercaya. Dalam statistik, uji reliabilitas berfungsi untuk mengetahui tingkat konsistensi suatu angket yang digunakan oleh peneliti, sehingga angket tersebut dapat dinyatakan andal atau reliabel untuk mengukur variabel penelitian, walaupun penelitian dilakukan berulang-ulang menggunakan kuesioner yang sama.

Uji keandalan yang digunakan yaitu uji realibilitas Cronbach's Alpha. Pengujian ini merujuk pada nilai alpha yang terdapat dalam tabel *output* SPSS. Uji realibilitas bisa dilakukan secara bersama-sama terhadap seluruh butir soal (Raharjo, 2014). Jika nilai Alpha < 0,50 maka reliabilitas rendah, jika nilai Alpha 0,50 < alpha < 0,70 maka reliabilitasnya moderat (Advernesia, n.d.). Dalam buku Bahrudin dan Hamdi (2015) adapun rumusnya adalah:

$$r_n = \left(\frac{k}{k-1} \right) \left(1 - \frac{\sum S_i^2}{S_1^2} \right) \dots\dots\dots(2.7)$$

Keterangan:

r_n : Relibilitas instrumen

k : Butir soal yang valid

$\sum S_i^2$: Jumlah varians butir

S_1^2 : Varians total

2.8. Uji Asumsi Klasik

Agar menjadi model regresi yang baik, ada syarat statistik yang perlu dipenuhi yaitu uji asumsi klasik. Hal ini dilakukan supaya tidak menemui masalah

statistik saat pengerjaan model regresi, dan model regresi yang dihasilkan bisa memenuhi standar statistik sehingga parameter yang didapatkan logis dan kredibel. Terdapat tiga asumsi yang harus dilakukan terhadap suatu model regresi, yaitu uji multikolinieritas, uji heterokedastisitas, dan uji autokorelasi. Uji autokorelasi untuk kasus jenis data *time series* (Gani & Amalia, 2015).

2.8.1 Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas diterapkan untuk analisis regresi berganda yang terdiri atas dua/lebih variabel independen, disini akan diukur tingkat keeratan hubungan antara variabel bebas tersebut melalui besaran koefisien korelasi (r). Terjadinya multikolinieritas jika koefisien korelasi antar variabel bebas lebih besar dari 0,60. Dikatakan tidak terjadi multikolinieritas jika koefisien korelasi antar variabel bebas lebih kecil atau sama dengan 0,60 ($r \leq 0,60$) (Sunyoto, 2011).

Tujuan dilakukannya uji multikolinieritas adalah untuk menguji apakah dalam model regresi ditemui adanya korelasi atau keeratan hubungan antar variabel independen. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi gejala multikolinieritas atau korelasi diantara variabel independen (Raharjo, 2014). Jika tidak terjadi gejala heteroskedastisitas berarti variabel bebas dalam model regresi saling independen. Dalam menentukan ada tidaknya gejala multikolinieritas, selain melihat nilai koefisien korelasi, dapat menggunakan cara lain, yaitu: berdasarkan nilai *tolerance*, nilai *tolerance* merupakan nilai besaran tingkat kesalahan yang diperbolehkan secara statistik (α), jika nilai *tolerance* $> 0,1$ maka artinya tidak terjadi multikolinieritas, dan sebaliknya jika nilai *tolerance* $< 0,1$ berarti terjadi multikolinieritas dalam model regresi. Cara berikutnya dengan melihat nilai VIF (Variance Inflation Factor), VIF merupakan faktor inflasi penyimpangan baku kuadrat, jika nilai VIF $< 10,00$ berarti tidak terjadi multikolinieritas dalam model regresi, jika nilai VIF $> 10,00$ berarti terdapat gejala multikolinieritas.

2.8.2 Uji Heteroskedastisitas

Pada persamaan regresi linier berganda perlu diuji mengenai sama atau tidak varians dari residual dari observasi yang satu dengan observasi yang lain. Jika variansnya tidak sama/berbeda disebut terjadi heteroskedastisitas, namun jika

residualnya mempunyai varians yang sama disebut terjadi homoskedastisitas. model regresi sebaiknya tidak terjadi heteroskedastisitas (Sunyoto, 2011).

Salah satu pengujian yang dilakukan untuk mengetahui ada tidaknya gejala heteroskedastisitas dalam suatu model regresi adalah dengan melakukan uji glejser. Prinsip kerja dalam uji glejser ini yaitu dengan cara meregresikan variabel bebas terhadap nilai Absolute Residual atau Abs_RES. Pedoman dalam pengambilan keputusan uji heteroskedastisitas menggunakan uji glejser ini adalah : jika nilai signifikansi (sig.) $> 0,05$, maka artinya tidak terjadi gejala heteroskedastisitas, sebaliknya jika nilai signifikansi (sig.) $< 0,05$, maka artinya terdapat gejala heteroskedastisitas dalam model regresi (Raharjo, 2014).

2.9. Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda merupakan suatu metode untuk mengetahui pengaruh dari dua atau lebih variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y). Analisis regresi linier berganda dalam penelitian ini dilakukan uji t parsial, uji F simultan, dan perhitungan koefisien determinasi menggunakan software SPSS, pengujian statistik tersebut dilakukan terhadap hipotesis sehingga dapat diputuskan apakah suatu hipotesis diterima ataupun ditolak.

2.9.1. Uji t Parsial

Uji t merupakan suatu uji hipotesis penelitian dalam analisis regresi linier. Uji t dilakukan untuk mengetahui apakah variabel independen (X) secara parsial (sendiri-sendiri) berpengaruh terhadap variabel variabel dependen (Y). Terdapat dua cara yang menjadi pedoman dalam pengambilan keputusan uji t parsial yaitu: pertama berdasarkan nilai signifikansi, jika nilai signifikansi (Sig.) lebih kecil dari probabilitas 0,05 artinya terdapat pengaruh variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y), namun jika nilai signifikansi (Sig.) lebih besar dari probabilitas 0,05 artinya tidak terdapat pengaruh variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y). Cara selanjutnya yaitu dengan membandingkan nilai t hitung dengan t tabel, jika nilai t hitung $> t$ tabel artinya terdapat pengaruh variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y), namun jika nilai t hitung $< t$ tabel maka tidak terdapat

pengaruh variabel bebas (*X*) terhadap variabel terikat (*Y*). Rumus untuk mencari nilai *t* tabel (Raharjo, 2014):

$$t \text{ tabel} = (a/2 ; n-k-1) \dots\dots\dots(2.8)$$

Keterangan:

a : Tingkat kepercayaan penelitian, standarnya 95% atau *a* = 0,05

n : Jumlah responden

k : Jumlah variabel independen dalam penelitian

2.9.2. Uji F Simultan

Uji *t* dengan uji *F* memiliki perbedaan pada makna pengaruh yang diberikan variabel bebas (*X*) terhadap variabel terikat (*Y*) apakah terpisah atau gabungan. Uji *t* berguna untuk mengetahui pengaruh variabel *X* secara parsial terhadap variabel *Y*. Sementara uji *F* bertujuan untuk mengetahui pengaruh variabel *X* secara simultan atau bersama-sama terhadap variabel *Y*.

Ada dua cara sebagai pedoman pengambilan keputusan dalam uji *F* simultan menggunakan aplikasi SPSS yaitu: (1) Pertama dengan membandingkan nilai signifikansi (Sig.), jika nilai Sig. < 0,05, maka artinya variabel *X* secara simultan memiliki pengaruh terhadap variabel *Y*. Jika nilai Sig. > 0,05, maka artinya variabel *X* secara simultan tidak berpengaruh terhadap variabel *Y*. (2) Cara kedua dengan membandingkan nilai *F* hitung dengan nilai *F* tabel, jika nilai *F* hitung > *F* tabel maka artinya variabel *X* secara simultan berpengaruh terhadap variabel *Y*. Sebaliknya jika nilai *F* hitung < *F* tabel, artinya variabel *X* secara simultan tidak berpengaruh terhadap variabel *Y*. Rumus untuk mencari *F* tabel (Raharjo, 2014):

$$F \text{ tabel} = (k ; n-k) \dots\dots\dots(2.9)$$

Keterangan:

k : Jumlah variabel bebas atau variabel independen atau *X*

n : Jumlah responden

2.9.3. Koefisien Determinasi (*R*²)

Koefisien determinasi (*R*²) merupakan besaran atau sumbangan pengaruh yang diberikan variabel independen (*X*) terhadap variabel dependen (*Y*), atau dengan kata lain, nilai koefisien determinasi (*R*²) ini berfungsi untuk

memprediksi dan melihat seberapa besar kontribusi pengaruh yang diberikan variabel X secara simultan (gabungan) terhadap variabel Y . Syarat yang harus dipenuhi agar dapat memaknai nilai dari koefisien determinasi yaitu hasil dari uji F simultan harus bernilai signifikan yang artinya variabel bebas harus memiliki pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel terikat. Sebaliknya jika hasil dari pengujian F simultan tidak signifikan, maka nilai koefisien determinasi tidak dapat dipakai untuk memprediksi kontribusi pengaruh variabel X secara simultan terhadap variabel Y .

Nilai dari koefisien determinasi (R^2) ini umumnya berkisar antara 0-1. Jika ditemui R^2 bernilai negatif, maka artinya tidak ada pengaruh variabel X terhadap variabel Y . Kemudian, semakin mendekati angka 0 atau semakin kecil nilai koefisien determinasi (R^2), berarti pengaruh variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y) semakin lemah. Sebaliknya jika nilai koefisien determinasi (R^2) semakin mendekati angka 1, maka pengaruh tersebut akan semakin kuat (Raharjo,2014).

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1. Objek Penelitian

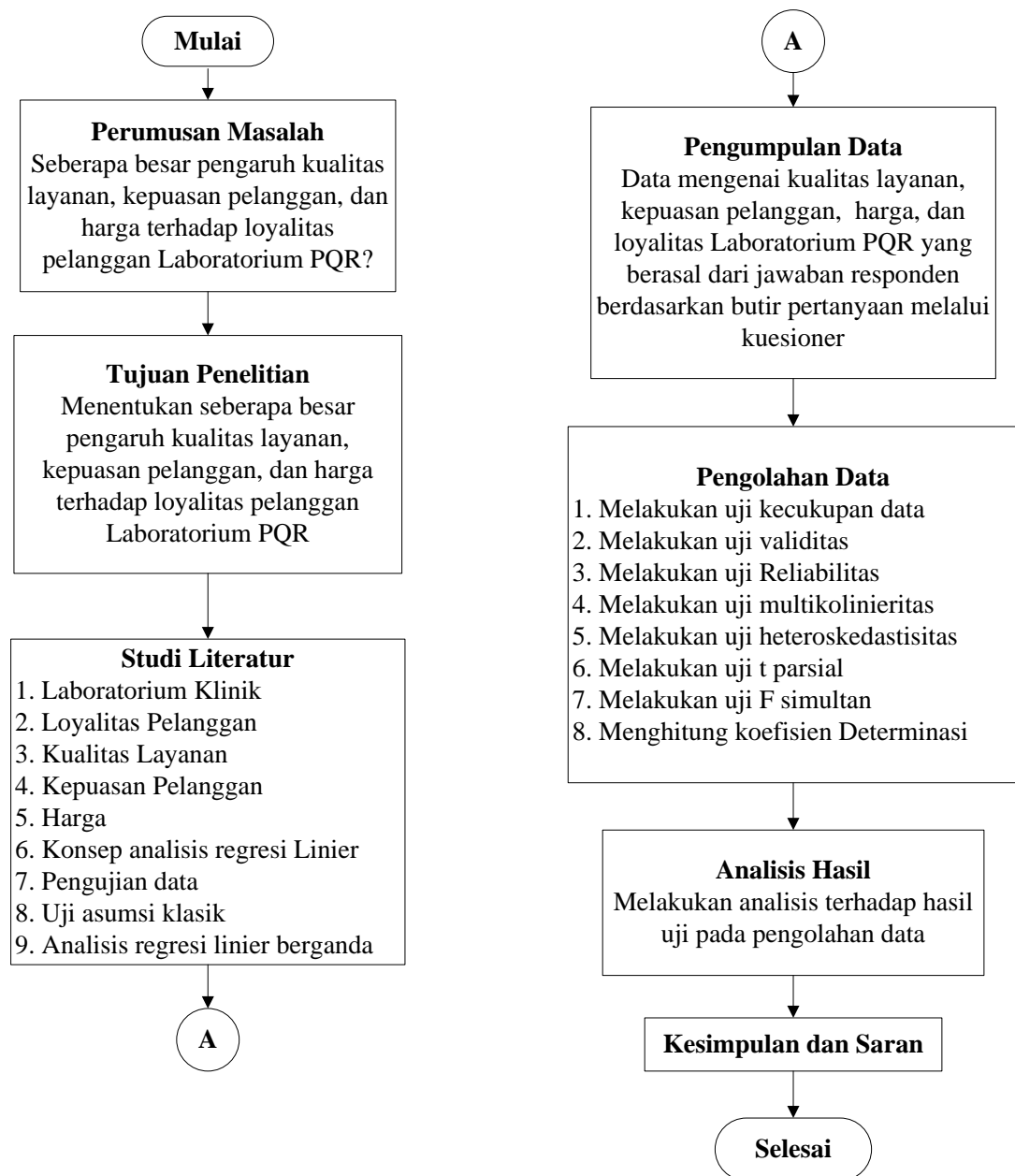
Dalam penelitian ini yang menjadi objek penelitian yaitu pelanggan yang pernah menggunakan jasa layanan kesehatan laboratorium Laboratorium PQR. Laboratorium PQR beralamat di Kota Yogyakarta, Daerah Istimewa Yogyakarta. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pelanggan Laboratorium PQR. Lalu sampel dalam penelitian ini adalah sebagian pelanggan Laboratorium PQR. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui ada atau tidaknya pengaruh kualitas layanan, kepuasan pelanggan, dan harga terhadap loyalitas pelanggan Laboratorium PQR, dan untuk menentukan seberapa besar pengaruh kualitas layanan, kepuasan pelanggan, dan harga terhadap loyalitas pelanggan Laboratorium PQR.

3.2. Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner, dengan jenis kuesioner tertutup. Data yang dibutuhkan dalam penelitian ini adalah data mengenai kualitas layanan, kepuasan pelanggan, harga, dan loyalitas pelanggan Laboratorium PQR yang berasal dari jawaban responden berdasarkan butir pertanyaan melalui kuesioner.

3.3. Kerangka Penelitian

Kerangka penelitian merupakan gambaran jalannya penelitian secara keseluruhan. Penelitian dimulai dengan perumusan masalah dan penetapan tujuan, kemudian diakhiri dengan penarikan kesimpulan dan penyampaian saran. Langkah-langkah penelitian secara rinci dapat dilihat pada Gambar 3.1.



Gambar 3.1 Kerangka Penelitian

3.4. Teknik Pengolahan Data

Tahapan pengolahan data yang dilakukan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Menentukan variabel penelitian. Terdapat dua jenis variabel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu:
 - a. Variabel bebas (independen) yang disimbolkan dengan X .

X_1 : Kualitas layanan

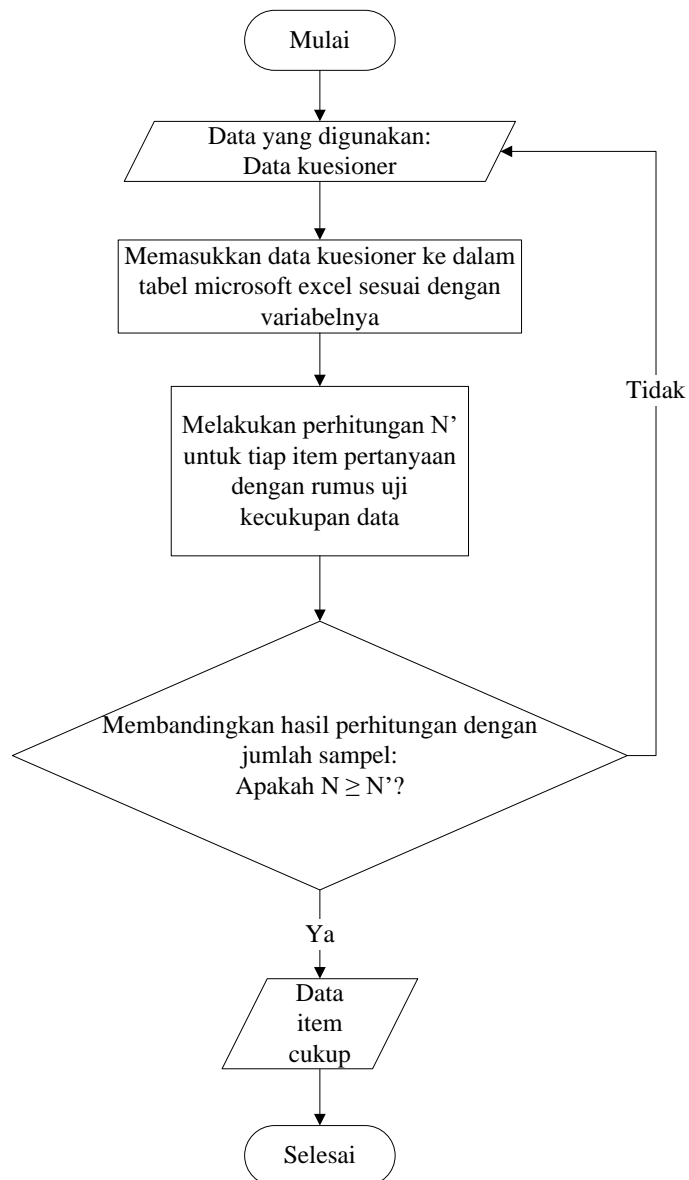
X_2 : Kepuasan pelanggan

X_3 : Harga

b. Variabel terikat (dependen) yang disimbolkan dengan Y .

Y : Loyalitas pelanggan

2. Mengumpulkan data dari kuesioner yang telah diisi oleh responden dan menyalin data ke dalam bentuk tabel sesuai variabelnya.
3. Melakukan pengujian data. Pada tahap ini dilakukan pengujian kecukupan data sesuai dengan *Flowchart* pada Gambar 3.2. Jika data telah dinyatakan cukup, selanjutnya dilakukan uji validitas menggunakan aplikasi SPSS untuk mengetahui kevalidan instrumen penelitian yang digunakan. Uji validitas dilakukan sesuai dengan pada Gambar 3.3. Kemudian dilakukan uji reliabilitas menggunakan aplikasi SPSS sesuai dengan *Flowchart* pada Gambar 3.4. Jika instrumen penelitian telah dinyatakan valid dan reliabel maka pengujian data telah selesai.

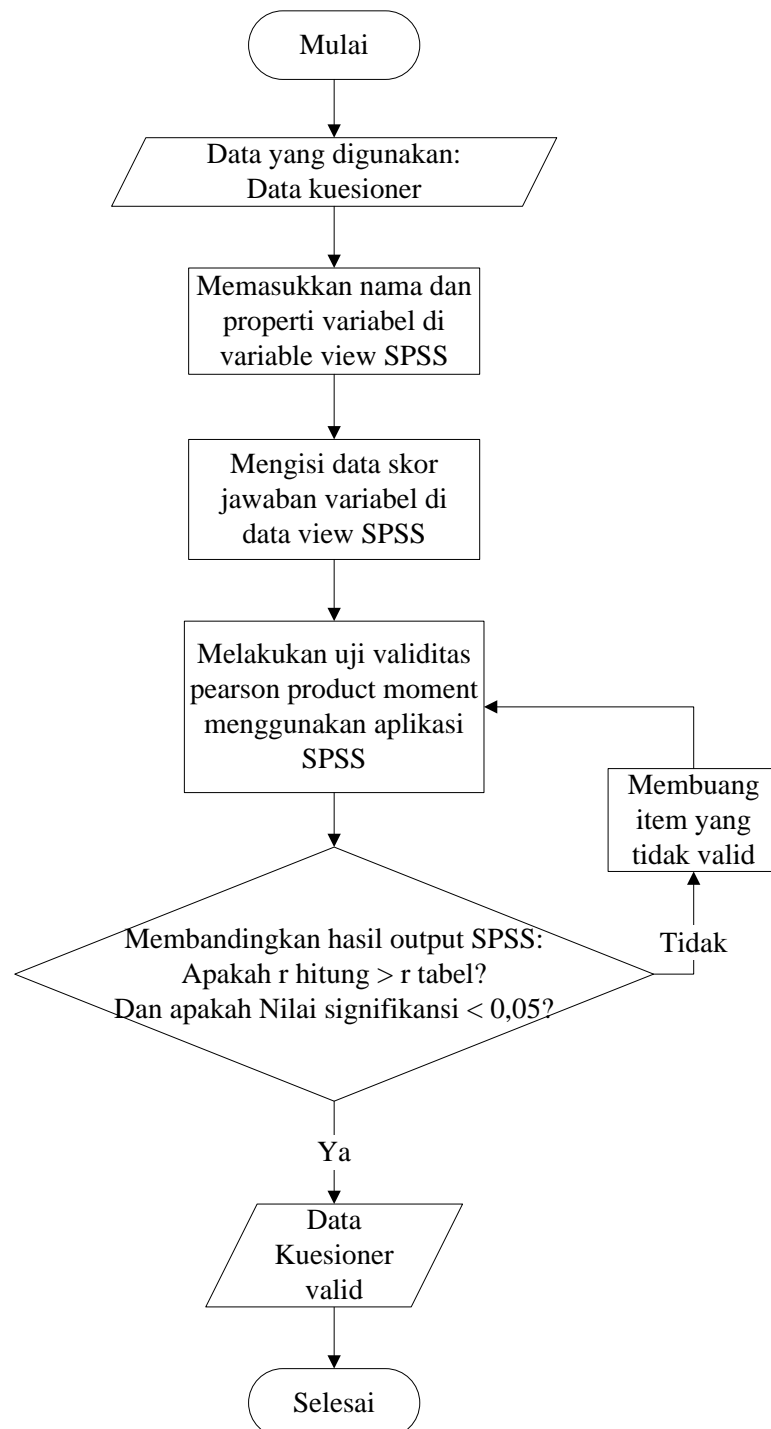


Gambar 3.2 *Flowchart* uji kecukupan data

Langkah-langkah uji kecukupan data adalah sebagai berikut:

- Langkah 0 : Mengumpulkan data kuesioner
- Langkah 1 : Memasukkan data kuesioner ke dalam tabel microsoft excel sesuai dengan variabelnya.
- Langkah 2 : Melakukan perhitungan untuk mencari jumlah data teoritis (N') dengan rumus uji kecukupan data untuk masing-masing item pertanyaan pada kuesioner.

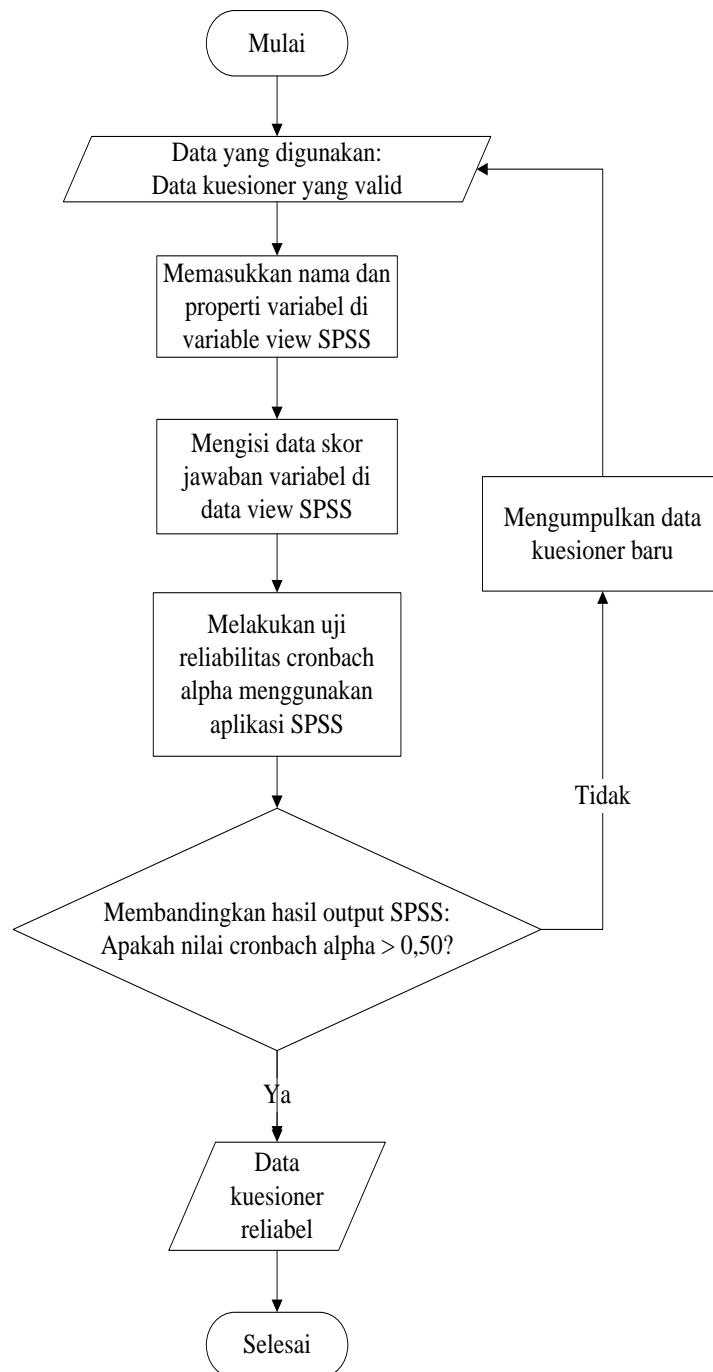
Langkah 3 : Membandingkan hasil perhitungan dengan jumlah sampel, jika $N \geq N'$ maka data dianggap cukup dan lanjut ke langkah 4. Jika $N < N'$ maka data dianggap tidak cukup, lalu kembali ke langkah 0. Proses Selesai.



Gambar 3.3 Flowchart uji validitas

Langkah-langkah uji validitas adalah sebagai berikut:

- Langkah 0 : Mengumpulkan data kuesioner.
- Langkah 1 : Memasukkan nama dan properti variabel pada lembar kerja variable view SPSS.
- Langkah 2 : Mengisi data pada lembar kerja data view SPSS sesuai dengan skor jawaban responden pada masing-masing pertanyaan.
- Langkah 3 : Melakukan uji validitas pearson product moment dengan cara menganalisis korelasi antara masing-masing skor item. Pada aplikasi SPSS pilih tab analyze - correlate - bivariate, kemudian pilih item dan skor total item yang akan di analisis, lalu klik ok.
- Langkah 4 : Membandingkan hasil output SPSS dengan 2 cara,
1. Cara yang pertama membandingkan nilai r hitung dengan r tabel yang dicari dengan rumus $r = N$. Jika r hitung $>$ r tabel maka dinyatakan valid dan sebaliknya.
 2. Cara yang kedua dengan melihat nilai signifikansi dari output SPSS. Jika nilai signifikansi $<$ 0,05 maka dinyatakan valid dan sebaliknya.
- Jika hasil perbandingan dinyatakan valid maka proses selesai. Jika terdapat hasil perbandingan yang dinyatakan tidak valid maka lanjut ke langkah 5.
- Langkah 5 : Membuang item yang tidak valid, kemudian ulangi dari langkah 3.



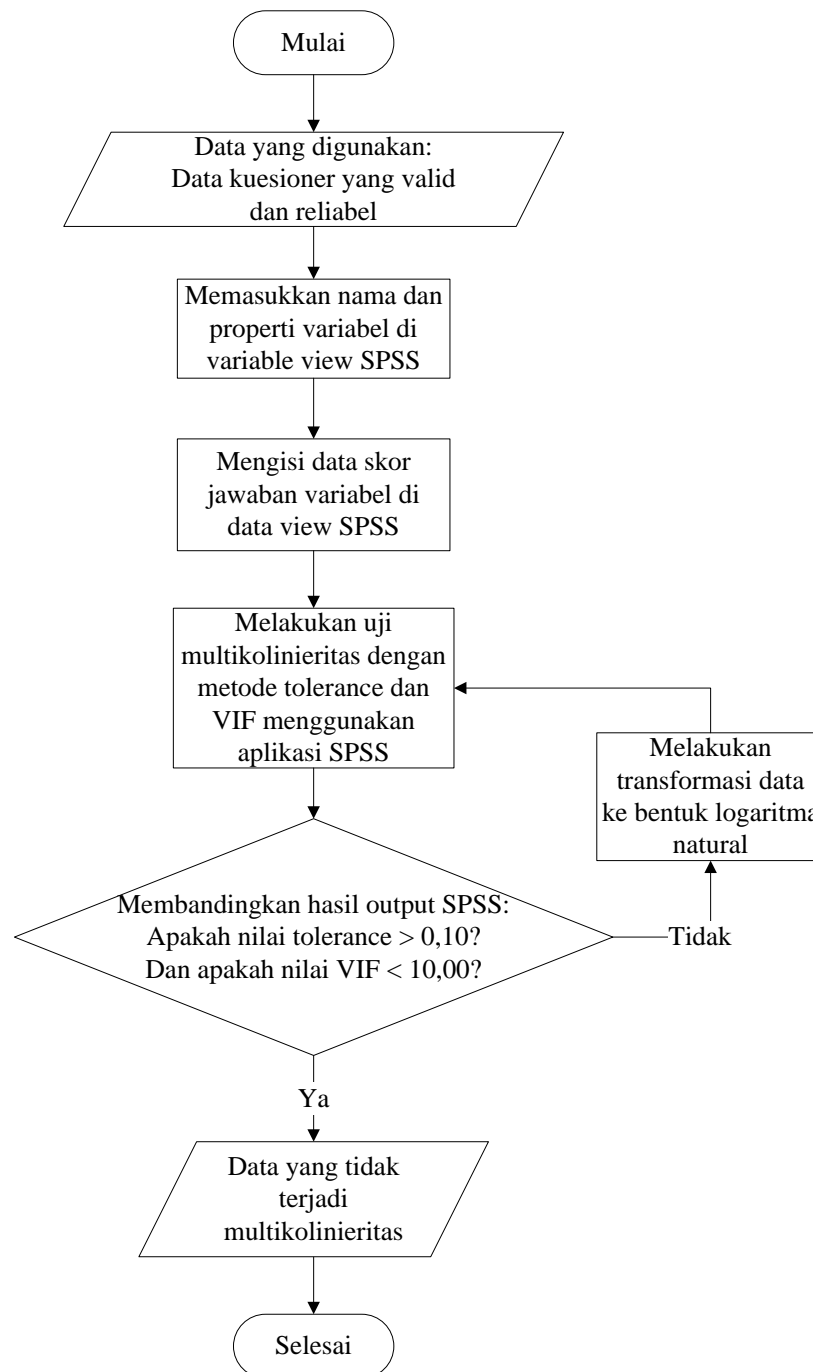
Gambar 3.4 Flowchart uji reliabilitas

Langkah-langkah uji reliabilitas adalah sebagai berikut:

Langkah 0 : Mengumpulkan data kuesioner.

Langkah 1 : Memasukkan nama dan properti variabel pada lembar kerja variable view SPSS.

- Langkah 2 : Mengisi data pada lembar kerja data view SPSS sesuai dengan skor jawaban responden pada masing-masing item pertanyaan yang telah dinyatakan valid.
- Langkah 3 : Melakukan uji reliabilitas cronbach alpha. Pada aplikasi SPSS pilih tab analyze – scale – reliability analysis, kemudian pilih item valid yang akan di analisis, lalu klik statistics – scale if item deleted – continue – ok.
- Langkah 4 : Membandingkan hasil output SPSS, dengan cara melihat nilai cronbach alpha. Jika nilai cronbach alpha $> 0,50$ maka item kuesioner untuk variabel X_i dinyatakan reliabel dan sebaliknya. Jika hasil perbandingan dinyatakan reliabel maka proses selesai. Namun, jika hasil perbandingan dinyatakan tidak reliabel maka lanjut ke langkah 5.
- Langka 5 : Mengumpulkan data kuesioner baru, kemudian lanjut ke langkah 0.
4. Melakukan uji asumsi klasik menggunakan aplikasi SPSS. Uji asumsi klasik yang dilakukan pada penelitian ini yaitu uji multikolinieritas sesuai dengan Gambar 3.5, kemudian dilakukan uji heteroskedastisitas yang langkah ujinya sesuai dengan Gambar 3.6. Jika tidak terjadi multikolinieritas dan tidak terjadi heteroskedastisitas maka dapat dilanjutkan dengan analisis regresi linier berganda.



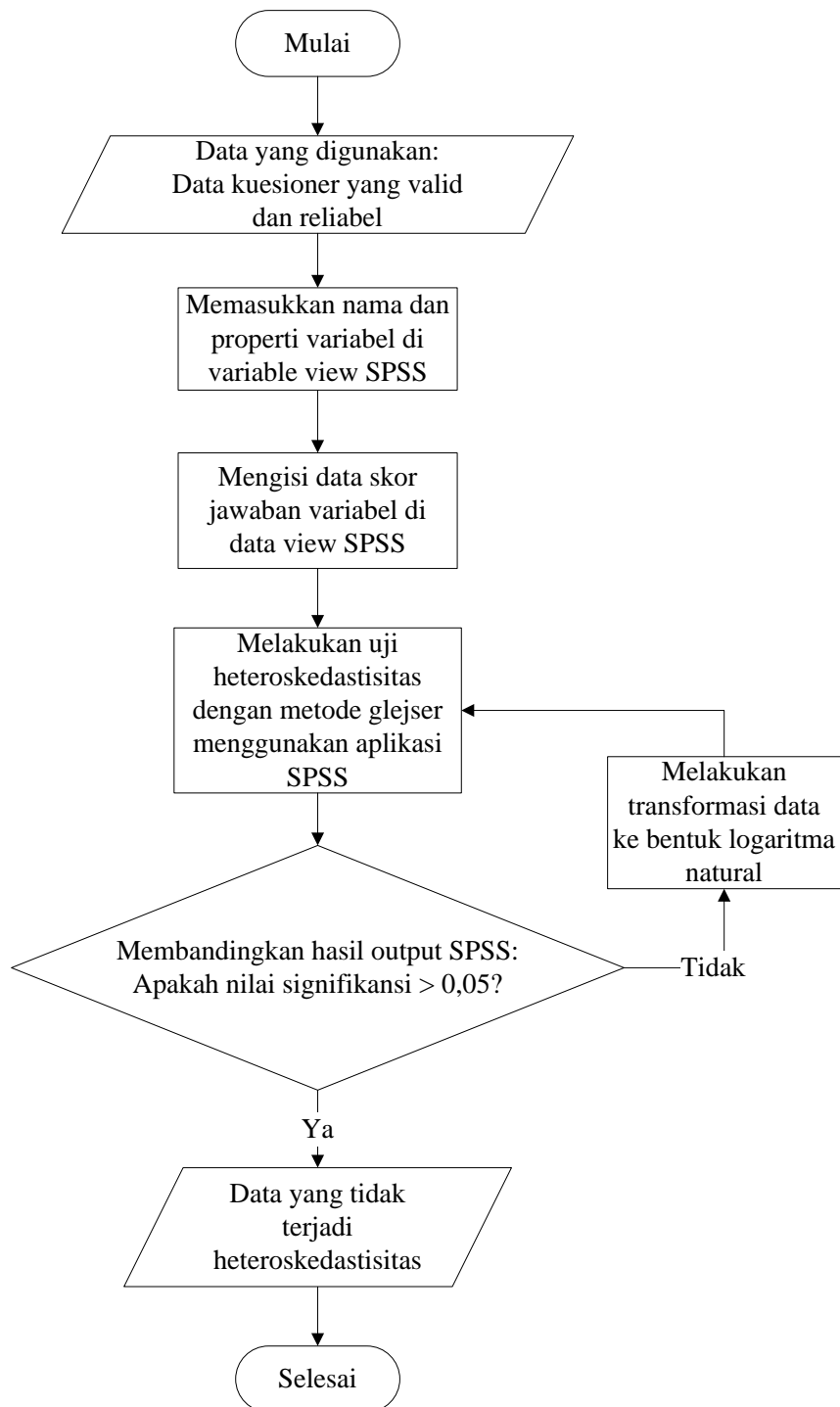
Gambar 3.5 Flowchart uji multikolinieritas

Langkah-langkah uji multikolinieritas adalah sebagai berikut:

Langkah 0 : Mengumpulkan data kuesioner.

Langkah 1 : Memasukkan nama dan properti variabel pada lembar kerja variable view SPSS.

- Langkah 2 : Mengisi data pada lembar kerja data view SPSS sesuai dengan skor total jawaban responden pada masing-masing variabel yang telah dinyatakan valid dan reliabel.
- Langkah 3 : Melakukan uji multikolinieritas dengan metode tolerance dan VIF (Variance Inflation Factor). Pada aplikasi SPSS pilih tab analyze – regression – linier. Kemudian masukkan variabel sesuai dengan jenisnya ke dalam kotak variabel. Lalu klik statistics – collinearity diagnostics – continue – ok.
- Langkah 4 : Membandingkan hasil output SPSS dengan 2 cara,
1. Cara yang pertama dengan melihat nilai tolerance dari output SPSS. Jika nilai tolerance $> 0,10$ maka tidak terjadi multikolinieritas, dan sebaliknya.
 2. Cara yang kedua dengan melihat nilai VIF dari output SPSS. Jika nilai VIF $< 10,00$ maka tidak terjadi multikolinieritas, dan sebaliknya.
- Jika hasil perbandingan dinyatakan tidak terjadi multikolinieritas maka proses selesai. Jika hasil perbandingan dinyatakan terjadi multikolinieritas maka lanjut ke langkah 5.
- Langkah 5 : Melakukan transformasi data ke bentuk logaritma natural. Kemudian ulangi dari langkah 3.



Gambar 3.6 Flowchart uji heteroskedastisitas

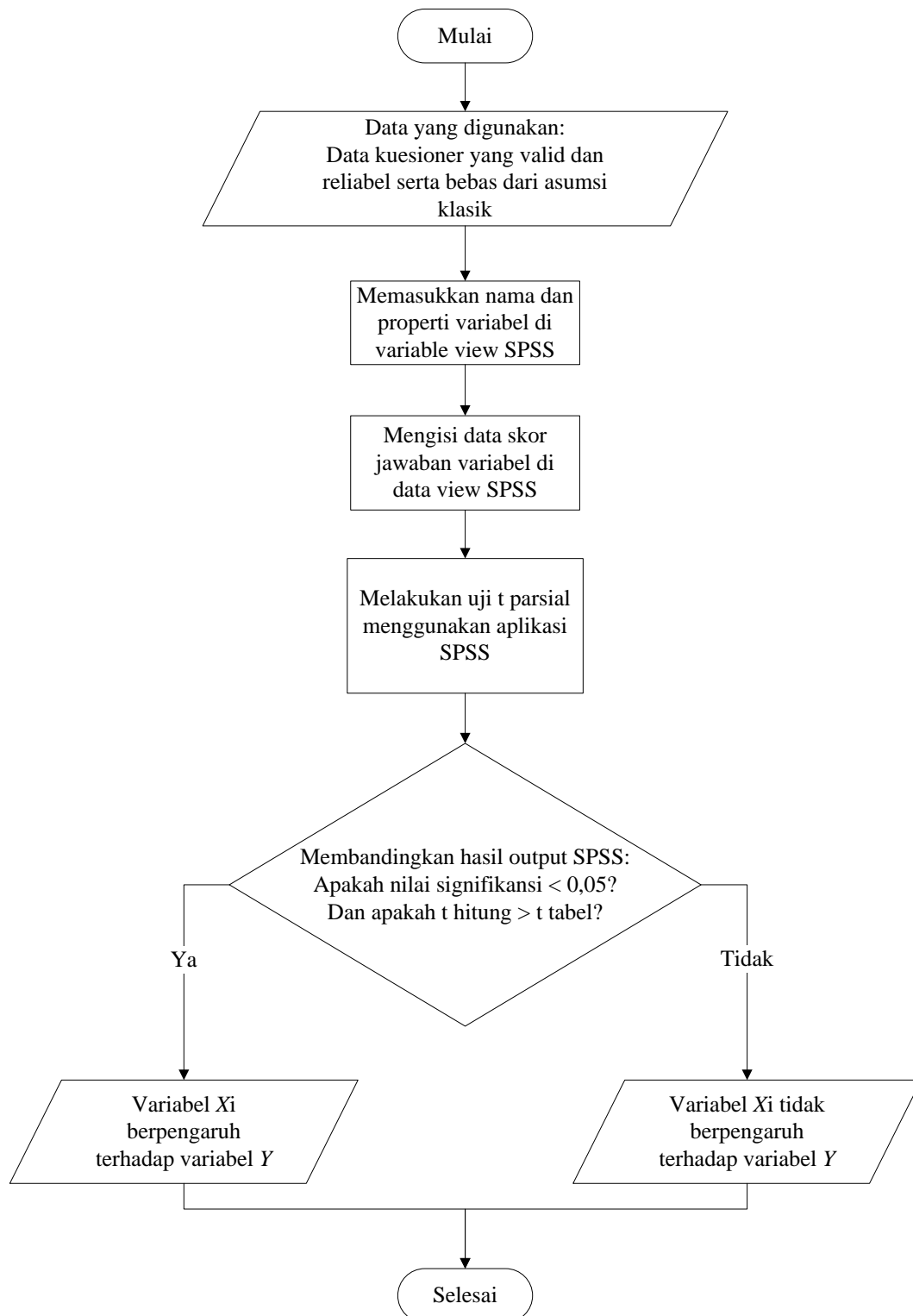
Langkah-langkah uji heteroskedastisitas adalah sebagai berikut:

Langkah 0 : Mengumpulkan data kuesioner.

Langkah 1 : Memasukkan nama dan properti variabel pada lembar kerja variable view SPSS.

- Langkah 2 : Mengisi data pada lembar kerja data view SPSS sesuai dengan skor total jawaban responden pada masing-masing variabel yang telah dinyatakan valid dan reliabel.
- Langkah 3 : Melakukan uji heteroskedastisitas dengan metode glejser. Pada aplikasi SPSS pilih tab analyze – regression – linier. Masukkan variabel sesuai dengan jenisnya ke dalam kotak variabel. Lalu klik save – unstandardized residuals – continue – ok. Muncul variabel RES_1 pada lembar kerja data view. Kemudian ubah variabel RES_1 menjadi Absolut residual dengan cara pilih tab transform – compute variable, ketik Abs_Res pada target variable, lalu input variabel RES_1 pada numeric expression – ok. Muncul nilai absolut residual, selanjutnya meregresikan variabel independen terhadap nilai absolut residual. Pilih tab analyze – regression – linier. Masukkan variabel sesuai jenisnya kecuali variabel dependen diisi dengan absolut residual, lalu klik ok.
- Langkah 4 : Membandingkan hasil output SPSS, dengan cara melihat nilai signifikansi antara variabel independen dengan absolut residual. Jika nilai signifikansi $> 0,05$ maka proses selesai dan lanjut ke langkah 6, Namun jika nilai signifikansi $< 0,05$ maka lanjut ke langkah 5.
- Langkah 5 : Melakukan transformasi data ke bentuk logaritma natural. Kemudian ulangi dari langkah 3.
5. Melakukan analisis regresi linier berganda dengan melakukan uji t parsial, uji F simultan, dan menghitung koefisien determinasi. Uji t parsial dilakukan untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikat yang langkah pengujiannya terdapat pada Flowchart Gambar 3.7, sedangkan uji F simultan dilakukan untuk mengetahui pengaruh variabel bebas secara bersamaan terhadap variabel terikat sesuai dengan Flowchart Gambar 3.8. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat dilakukan

perhitungan koefisien determinasi sebagaimana tertera langkahnya pada Flowchart Gambar 3.9.

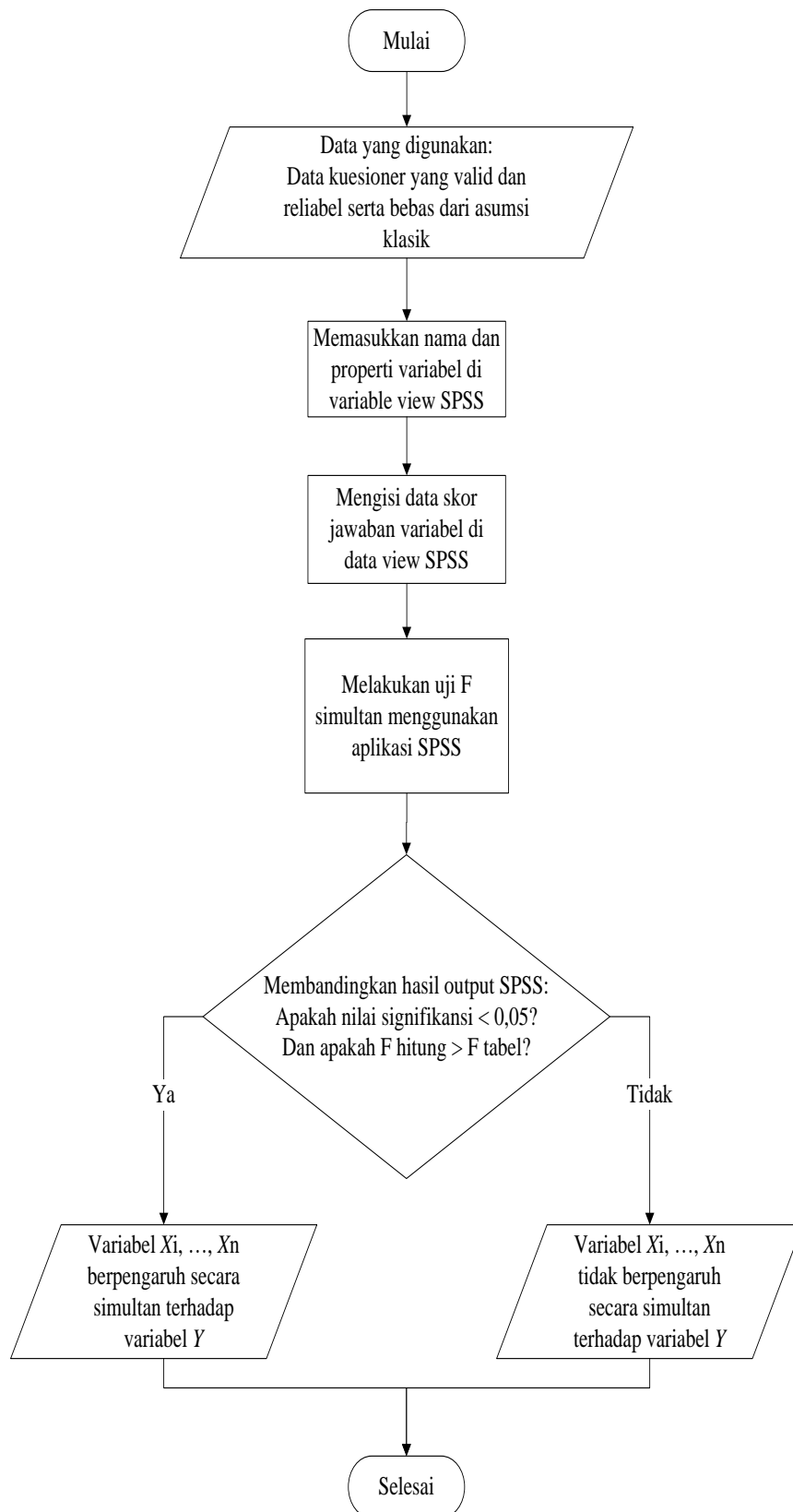


Gambar 3.7 Flowchart uji t parsial

Langkah-langkah uji t parsial adalah sebagai berikut:

Langkah 0 : Mengumpulkan data kuesioner.

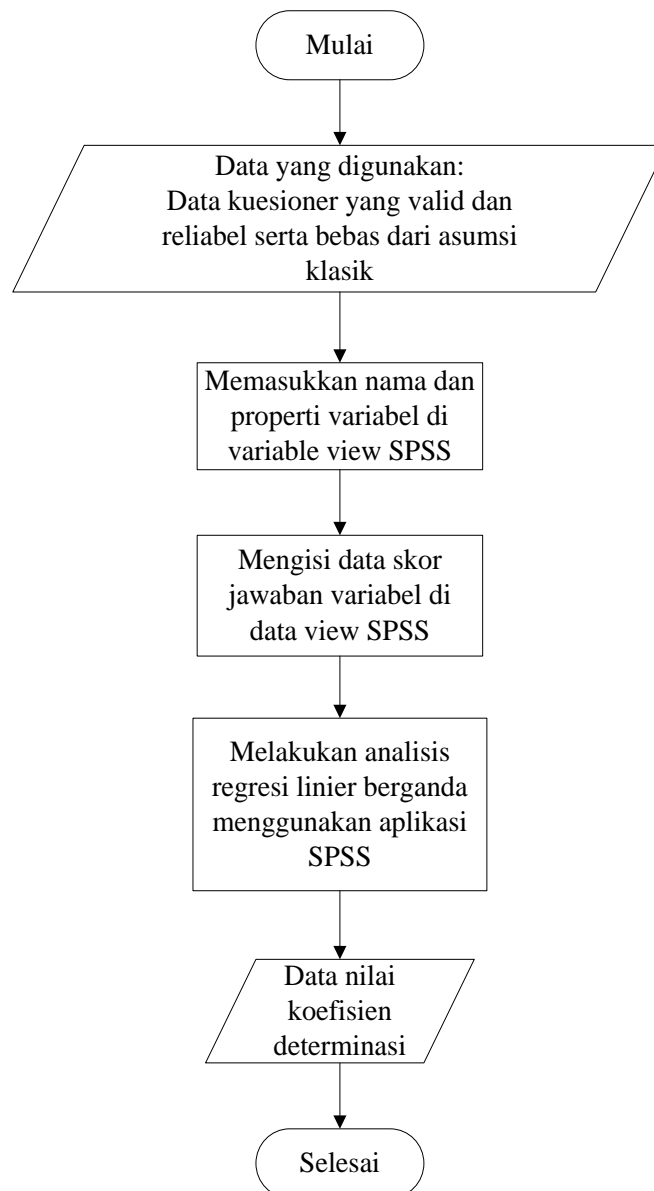
- Langkah 1 : Memasukkan nama dan properti variabel pada lembar kerja variable view SPSS.
- Langkah 2 : Mengisi data pada lembar kerja data view SPSS sesuai dengan skor total jawaban responden pada masing-masing variabel yang telah dinyatakan valid dan reliabel.
- Langkah 3 : Melakukan uji t parsial untuk mendapatkan nilai t dan nilai signifikansi. Pada aplikasi SPSS pilih tab analyze – regression – linier. Masukkan variabel sesuai dengan jenisnya ke dalam kotak variabel, lalu klik ok.
- Langkah 4 : Membandingkan hasil output SPSS, jika nilai signifikansi < 0,05 dan nilai t hitung > t tabel maka hasilnya variabel Xi berpengaruh terhadap variabel Y, jika sebaliknya maka variabel Xi tidak berpengaruh terhadap variabel Y. Proses selesai.



Gambar 3.8 Flowchart uji F simultan

Langkah-langkah uji F simultan adalah sebagai berikut:

- Langkah 0 : Mengumpulkan data kuesioner.
- Langkah 1 : Memasukkan nama dan properti variabel pada lembar kerja variable view SPSS.
- Langkah 2 : Mengisi data pada lembar kerja data view SPSS sesuai dengan skor total jawaban responden pada masing-masing variabel yang telah dinyatakan valid dan reliabel.
- Langkah 3 : Melakukan uji F simultan untuk mendapatkan nilai F. Pada aplikasi SPSS pilih tab analyze – regression – linier. Masukkan variabel sesuai dengan jenisnya ke dalam kotak variabel, lalu klik ok.
- Langkah 4 : Membandingkan hasil output SPSS, jika nilai signifikansi $< 0,05$ dan nilai F hitung $> F$ tabel maka hasilnya variabel X_1, \dots, X_n berpengaruh secara simultan terhadap variabel Y , jika sebaliknya maka variabel X_1, \dots, X_n tidak berpengaruh secara simultan terhadap variabel Y . Proses selesai.



Gambar 3.9 Flowchart koefisien determinasi

Langkah-langkah koefisien determinasi adalah sebagai berikut:

- Langkah 0 : Mengumpulkan data kuesioner.
- Langkah 1 : Memasukkan nama dan properti variabel pada lembar kerja variable view SPSS.
- Langkah 2 : Mengisi data pada lembar kerja data view SPSS sesuai dengan skor total jawaban responden pada masing-masing variabel yang telah dinyatakan valid dan reliabel.

Langkah 3 : Melakukan analisis untuk mendapatkan nilai koefisien determinasi. Pada aplikasi SPSS pilih tab analyze – regression – linier. Masukkan variabel sesuai dengan jenisnya ke dalam kotak variabel, lalu klik ok. Proses selesai.

3.5. Analisis Hasil

Berdasarkan hasil dari pengolahan data yang dilakukan sesuai dengan langkah-langkah penelitian, maka selanjutnya akan dilakukan analisis terhadap hasil pengolahan data. Hal ini dilakukan untuk mengetahui apakah pengolahan data dilakukan sesuai dengan tujuan penelitian.

3.6. Kesimpulan dan Saran

Kesimpulan pada penelitian ini berdasarkan pada tujuan penelitian, yaitu untuk mengidentifikasi ada atau tidaknya pengaruh kualitas layanan, kepuasan pelanggan, dan harga terhadap loyalitas pelanggan Laboratorium PQR dan untuk menentukan seberapa besar pengaruh kualitas layanan, kepuasan pelanggan, dan harga terhadap loyalitas pelanggan Laboratorium PQR. Saran pada penelitian ini dibuat sebagai masukan untuk penelitian selanjutnya.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1. Pengumpulan Data

Data yang digunakan adalah data kuesioner yang diambil pada bulan April dan Mei 2022. Data tersebut dibagi dalam empat variabel yaitu kualitas layanan, kepuasan pelanggan, harga, dan loyalitas pelanggan.

4.1.1 Kualitas Layanan (X_1)

Data kuesioner berdasarkan variabel kualitas layanan dapat dilihat pada Tabel 4.1.

Tabel 4.1 Data kuesioner kualitas layanan (X_1)

Responden	Butir Kuesioner Kualitas Layanan (X_1)																Skor Total (X_1)	
	X ₁₁	X ₁₂	X ₁₃	X ₁₄	X ₁₅	X ₁₆	X ₁₇	X ₁₈	X ₁₉	X ₁₁₀	X ₁₁₁	X ₁₁₂	X ₁₁₃	X ₁₁₄	X ₁₁₅	X ₁₁₆		X ₁₁₇
1	4	4	4	4	4	4	5	5	5	4	5	5	5	4	4	4	4	74
2	4	5	4	5	5	5	4	5	5	5	4	4	5	4	5	5	4	78
3	3	5	5	3	4	4	3	4	4	5	4	4	4	5	5	5	5	72
4	4	5	4	5	4	5	4	4	4	5	4	4	5	5	4	5	4	75
5	4	4	5	3	4	4	5	4	5	5	5	5	4	4	4	4	5	74
6	5	4	4	4	5	4	5	5	4	4	5	4	4	5	4	5	4	75
7	4	3	3	3	4	4	3	4	4	3	5	5	5	5	4	5	4	68
8	5	4	5	4	5	5	4	5	4	4	3	5	4	5	3	5	4	74
9	4	4	4	3	4	4	3	4	5	5	4	4	4	4	5	5	5	71
10	5	4	5	4	3	4	5	5	4	5	5	4	5	5	5	4	3	75
11	5	5	5	5	4	5	5	5	5	4	4	5	5	5	4	5	5	81
12	3	4	5	4	5	4	4	4	5	5	4	5	4	4	5	4	5	74
13	3	4	4	4	4	4	5	5	5	4	4	4	4	3	4	5	4	70
14	4	5	5	5	4	5	3	5	4	5	5	4	5	5	4	5	5	78
15	4	4	4	5	5	5	4	4	4	4	4	5	5	5	5	3	4	74
16	4	5	5	4	4	5	5	4	4	5	5	4	5	4	5	4	5	77
17	3	4	4	3	4	5	5	5	5	5	4	4	4	5	3	5	5	73
18	4	4	5	4	5	4	5	4	5	5	4	5	5	5	5	4	5	78
19	4	4	4	4	4	4	3	5	4	5	3	3	4	4	5	5	5	70
20	5	4	5	4	5	5	4	5	4	5	3	3	5	4	5	4	5	75
21	5	5	5	4	4	4	5	4	5	4	3	4	4	5	4	5	5	75
22	4	5	4	5	4	5	4	4	4	5	4	4	5	5	4	5	4	75
23	3	4	4	3	3	4	4	5	5	5	5	4	4	4	5	4	5	71
24	4	4	5	4	5	4	5	4	5	5	4	5	5	5	5	4	5	78
25	5	5	5	5	4	4	4	5	3	4	4	5	3	4	3	5	5	73
26	5	4	5	4	3	4	5	5	4	5	5	4	5	5	5	4	3	75
27	4	5	5	4	4	5	5	5	5	5	4	4	4	5	4	5	5	78
28	5	4	5	4	5	5	4	5	4	4	3	5	4	5	3	5	4	74
29	4	4	5	4	3	4	4	3	5	5	3	3	4	5	4	4	5	69
30	4	5	4	5	5	5	4	5	5	5	4	4	5	4	5	5	4	78
31	3	4	4	4	4	5	5	4	5	5	4	4	4	5	4	5	5	74
32	5	4	5	4	5	5	4	5	4	5	3	3	5	4	5	4	5	75
33	4	4	5	4	4	4	5	4	5	3	4	4	5	5	4	5	5	74
34	4	5	5	5	4	5	3	5	4	5	5	4	5	5	4	5	5	78
35	4	3	4	4	5	5	5	5	5	5	4	4	4	5	5	5	4	76

Tabel 4.1 Data kuesioner kualitas layanan (X₁) (lanjutan)

Responden	Butir Kuesioner Kualitas Layanan (X ₁)																Skor Total (X ₁)	
	X ₁₁	X ₁₂	X ₁₃	X ₁₄	X ₁₅	X ₁₆	X ₁₇	X ₁₈	X ₁₉	X ₁₁₀	X ₁₁₁	X ₁₁₂	X ₁₁₃	X ₁₁₄	X ₁₁₅	X ₁₁₆		X ₁₁₇
36	4	5	5	4	4	5	5	4	4	5	5	4	5	4	5	4	5	77
37	5	5	4	4	4	5	4	4	4	4	4	5	5	5	5	4	5	76
38	5	4	4	4	5	4	5	5	4	4	5	4	4	5	4	5	4	75
39	3	3	4	4	4	4	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	75
40	3	4	5	4	5	4	4	4	5	5	4	5	4	4	5	4	5	74
41	4	4	4	4	4	5	5	3	3	4	5	4	4	5	5	5	5	73
42	4	5	4	5	4	5	4	4	4	5	4	4	5	5	4	5	4	75
43	3	4	4	4	4	4	4	5	5	4	3	3	3	4	4	5	5	68
44	4	4	5	4	5	4	5	4	5	5	4	5	5	5	5	4	5	78
45	4	5	5	4	4	3	4	5	4	5	4	4	4	5	4	5	5	74
46	5	4	4	4	5	4	5	5	4	4	5	4	4	5	4	5	4	75
47	4	5	5	4	4	4	5	4	5	4	3	5	4	4	5	4	5	74
48	4	5	5	5	4	5	3	5	4	5	5	4	5	5	4	5	5	78
49	4	4	5	4	4	5	5	4	5	5	4	5	4	4	5	4	5	76
50	5	4	5	4	3	4	5	5	4	5	5	4	5	5	5	4	3	75
51	4	5	4	4	4	5	4	4	5	5	3	4	5	3	5	5	5	74
52	5	4	5	4	5	5	4	5	4	4	3	5	4	5	3	5	4	74
53	3	3	5	4	3	4	5	5	5	5	4	4	5	4	5	5	5	74
54	4	5	5	4	4	5	5	4	4	5	5	4	5	4	5	4	5	77
55	4	4	4	4	4	5	5	5	5	4	3	3	4	5	4	5	5	73
56	4	5	4	5	5	5	4	5	5	5	4	4	5	4	5	5	4	78
57	3	4	5	4	4	4	5	4	4	4	2	3	4	5	5	5	5	70
58	5	4	5	4	5	5	4	5	4	5	3	3	5	4	5	4	5	75
59	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	4	4	5	5	4	4	4	78
60	4	5	4	5	4	5	4	4	4	5	4	4	5	5	4	5	4	75
61	3	4	5	4	3	4	5	5	5	4	4	5	4	5	4	5	4	73
62	4	5	5	4	4	5	5	4	4	5	5	4	5	4	5	4	5	77
63	4	5	5	4	4	4	3	5	4	5	4	5	5	5	4	5	5	77
64	5	4	4	4	5	4	5	5	4	4	5	4	4	5	4	5	4	75
65	3	4	4	3	3	5	5	4	4	5	3	3	4	5	5	5	5	70
66	4	5	4	5	5	5	4	5	5	5	4	4	5	4	5	5	4	78
67	3	4	5	4	5	4	4	4	5	5	4	5	4	4	5	4	5	74
68	4	5	5	5	4	5	4	5	4	5	5	4	5	5	4	5	5	79
69	4	4	5	5	4	5	5	5	5	4	3	5	4	5	5	5	4	77
70	5	4	5	4	3	4	5	5	4	5	5	4	5	5	5	4	3	75
71	3	4	4	3	3	4	4	4	5	3	3	4	5	4	4	5	5	67
72	4	4	5	4	5	4	5	4	5	5	4	5	5	5	5	4	5	78
73	4	5	5	4	4	5	5	4	5	5	4	4	5	5	5	5	5	79
74	5	4	5	4	5	5	4	5	4	4	3	5	4	5	3	5	4	74
75	3	4	5	3	4	5	5	5	5	5	5	4	4	3	5	5	5	75
76	3	4	5	4	5	4	4	4	5	5	4	5	4	4	5	4	5	74
77	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	5	4	5	4	72
78	5	4	5	4	5	5	4	5	4	5	3	3	5	4	5	4	5	75
79	5	4	5	4	3	4	5	5	4	5	5	4	5	5	5	4	3	75
80	4	4	5	4	3	4	5	5	5	5	3	3	4	5	4	5	5	73
81	3	4	4	4	4	5	5	4	5	4	4	4	5	5	4	5	4	73

4.1.2 Kepuasan Pelanggan (X₂)

Data kuesioner berdasarkan variabel kepuasan pelanggan dapat dilihat pada Tabel 4.2.

Tabel 4.2 Data kuesioner kepuasan pelanggan (X_2)

Responden	Butir Kuesioner Kepuasan Pelanggan (X_2)					Skor Total (X_2)
	X 21	X 22	X 23	X 24	X 25	
1	5	4	4	4	4	21
2	5	4	5	4	5	23
3	4	4	3	4	5	20
4	5	3	5	4	5	22
5	5	5	4	4	5	23
6	4	5	5	5	4	23
7	4	4	4	4	4	20
8	5	4	5	5	4	23
9	4	5	4	4	4	21
10	5	4	5	5	4	23
11	4	4	5	4	4	21
12	4	5	4	4	3	20
13	4	4	5	5	5	23
14	5	4	5	5	4	23
15	4	5	3	4	4	20
16	4	5	4	5	4	22
17	4	3	5	5	4	21
18	5	4	5	5	4	23
19	4	5	4	5	4	22
20	5	4	5	5	5	24
21	4	4	5	4	5	22
22	5	3	5	4	5	22
23	4	4	5	4	4	21
24	5	4	5	5	4	23
25	4	5	3	4	4	20
26	5	4	5	5	4	23
27	4	4	4	4	5	21
28	5	4	5	5	4	23
29	4	5	5	4	4	22
30	5	4	5	4	5	23
31	4	5	4	4	5	22
32	5	4	5	5	5	24
33	4	4	4	5	5	22
34	5	4	5	5	4	23
35	4	5	5	5	5	24
36	4	5	4	5	4	22
37	4	4	4	4	5	21
38	4	5	5	5	4	23
39	4	4	4	5	5	22
40	4	5	4	4	3	20
41	4	4	4	4	4	20
42	5	3	5	4	5	22
43	4	5	3	4	4	20
44	5	4	5	5	4	23
45	4	4	4	5	4	21
46	4	5	5	5	4	23
47	3	4	4	4	4	19
48	5	4	5	5	4	23
49	4	5	5	4	5	23
50	5	4	5	5	4	23

Tabel 4.2 Data kuesioner kepuasan pelanggan (X_2) (lanjutan)

Responden	Butir Kuesioner Kepuasan Pelanggan (X_2)					Skor Total (X_2)
	X_{21}	X_{22}	X_{23}	X_{24}	X_{25}	
51	5	4	4	4	5	22
52	5	4	5	5	4	23
53	3	5	4	4	4	20
54	4	5	4	5	4	22
55	4	5	4	5	5	23
56	5	4	5	4	5	23
57	4	5	4	4	4	21
58	5	4	5	5	5	24
59	4	5	4	5	5	23
60	5	3	5	4	5	22
61	4	5	4	4	4	21
62	4	5	4	5	4	22
63	4	4	4	5	4	21
64	4	5	5	5	4	23
65	3	5	4	5	4	21
66	5	4	5	4	5	23
67	4	5	4	4	3	20
68	5	4	5	5	4	23
69	4	5	3	5	5	22
70	5	4	5	5	4	23
71	3	5	4	5	4	21
72	5	4	5	5	4	23
73	4	4	4	5	4	21
74	5	4	5	5	4	23
75	4	5	4	4	4	21
76	4	3	4	4	3	18
77	4	5	5	5	5	24
78	5	4	5	5	5	24
79	5	5	5	5	4	24
80	4	4	4	5	5	22
81	4	5	4	4	4	21

4.1.3 Harga (X_3)

Data kuesioner berdasarkan variabel harga dapat dilihat pada Tabel 4.3.

Tabel 4.3 Data kuesioner harga (X_3)

Responden	Butir Kuesioner Harga (X_3)			Skor Total (X_3)
	X_{31}	X_{32}	X_{33}	
1	3	3	4	10
2	4	4	4	12
3	3	4	4	11
4	5	5	4	14
5	3	3	5	11
6	5	5	5	15
7	4	3	5	12
8	5	5	5	15
9	4	3	4	11
10	5	5	5	15
11	3	4	4	11
12	5	5	4	14
13	4	3	5	12
14	5	5	4	14
15	3	3	4	10
16	4	5	4	13
17	4	4	5	13
18	5	5	4	14
19	4	4	4	12
20	4	5	5	14
21	4	4	5	13
22	5	5	4	14
23	4	3	5	12
24	5	5	4	14
25	3	3	5	11
26	5	5	5	15
27	4	4	4	12
28	5	5	5	15
29	4	3	4	11
30	4	4	4	12
31	4	4	5	13
32	4	5	5	14
33	4	5	5	14
34	5	5	4	14
35	5	4	4	13
36	4	5	4	13
37	4	4	4	12
38	5	5	5	15
39	4	3	5	12
40	5	5	4	14
41	4	4	4	12
42	5	5	4	14
43	3	3	4	10
44	5	5	4	14
45	4	4	4	12
46	5	5	5	15
47	4	4	5	13
48	5	5	4	14
49	4	4	4	12
50	5	5	5	15

Tabel 4.3 Data kuesioner harga (X3) (lanjutan)

Responden	Butir Kuesioner Harga (X ₃)			Skor Total (X ₃)
	X ₃₁	X ₃₂	X ₃₃	
51	4	4	5	13
52	5	5	5	15
53	3	3	4	10
54	4	5	4	13
55	4	4	4	12
56	4	4	4	12
57	4	4	5	13
58	4	5	5	14
59	4	4	4	12
60	5	5	4	14
61	5	4	5	14
62	4	5	4	13
63	4	4	4	12
64	5	5	5	15
65	3	3	4	10
66	4	4	4	12
67	5	5	4	14
68	5	5	4	14
69	3	3	5	11
70	5	5	5	15
71	4	3	4	11
72	5	5	4	14
73	4	3	5	12
74	5	5	5	15
75	5	4	5	14
76	5	5	4	14
77	4	4	5	13
78	4	5	5	14
79	5	5	5	15
80	4	3	5	12
81	4	4	4	12

4.1.4 Loyalitas Pelanggan (Y)

Data kuesioner berdasarkan variabel loyalitas pelanggan dapat dilihat pada Tabel 4.4.

Tabel 4.4 Data kuesioner loyalitas pelanggan (Y)

Responden	Butir Kuesioner Kepuasan Pelanggan (Y)						Skor Total (Y)
	Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6	
1	3	3	4	4	4	4	22
2	5	5	4	5	5	4	28
3	4	3	4	4	5	4	24
4	5	4	5	5	3	4	26
5	5	4	4	4	4	3	24
6	4	5	4	3	5	4	25
7	3	3	5	4	4	4	23
8	4	5	5	4	5	5	28
9	4	4	4	5	5	5	27
10	5	5	3	5	4	5	27
11	4	4	4	5	5	5	27
12	5	5	5	4	5	5	29
13	4	4	5	5	5	5	28
14	5	5	4	5	5	5	29
15	4	4	4	5	5	4	26
16	5	5	4	5	5	4	28
17	3	4	4	5	4	4	24
18	5	5	5	5	4	5	29
19	3	3	4	4	5	4	23
20	5	5	4	5	5	5	29
21	4	4	4	4	5	5	26
22	5	4	5	5	3	4	26
23	4	4	4	5	4	4	25
24	5	5	5	5	4	5	29
25	4	4	5	5	4	5	27
26	5	5	3	5	4	5	27
27	5	4	4	4	5	5	27
28	4	5	5	4	5	5	28
29	4	4	4	5	5	5	27
30	5	5	4	5	5	4	28
31	5	5	5	4	4	5	28
32	5	5	4	5	5	5	29
33	5	4	4	4	5	5	27
34	5	5	4	5	5	5	29
35	4	4	4	5	5	4	26
36	5	5	4	5	5	4	28
37	4	4	5	5	4	4	26
38	4	5	4	3	5	4	25
39	4	4	3	5	5	5	26
40	5	5	5	4	5	5	29
41	4	4	4	3	4	4	23
42	5	4	5	5	3	4	26
43	4	4	4	5	4	4	25
44	5	5	5	5	4	5	29
45	5	3	4	4	4	4	24

Tabel 4.4 Data kuesioner loyalitas pelanggan (Y) (lanjutan)

Responden	Butir Kuesioner Kepuasan Pelanggan (Y)						Skor Total (Y)
	Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6	
46	4	5	4	3	5	4	25
47	4	3	4	4	4	4	23
48	5	5	4	5	5	5	29
49	4	3	5	5	5	5	27
50	5	5	3	5	4	5	27
51	4	3	4	4	4	4	23
52	4	5	5	4	5	5	28
53	4	4	4	4	5	5	26
54	5	5	4	5	5	4	28
55	5	4	4	4	5	5	27
56	5	5	4	5	5	4	28
57	5	4	4	5	5	5	28
58	5	5	4	5	5	5	29
59	5	4	4	5	5	5	28
60	5	4	5	5	3	4	26
61	4	4	4	4	5	4	25
62	5	5	4	5	5	4	28
63	4	3	4	4	5	4	24
64	4	5	4	3	5	4	25
65	4	4	4	4	5	5	26
66	5	5	4	5	5	4	28
67	5	5	5	4	5	5	29
68	5	5	4	5	5	5	29
69	4	3	4	3	4	4	22
70	5	5	3	5	4	5	27
71	4	3	3	4	4	4	22
72	5	5	5	5	4	5	29
73	4	4	4	4	4	4	24
74	4	5	5	4	5	5	28
75	5	3	4	4	4	4	24
76	5	5	5	4	5	5	29
77	4	3	4	3	4	4	22
78	5	5	4	5	5	5	29
79	5	5	3	5	4	5	27
80	5	3	4	4	4	5	25
81	5	4	4	4	4	4	25

4.2 Pengolahan Data

Pengolahan data dilakukan dengan melakukan uji kecukupan data, uji validitas, uji reliabilitas, uji multikolinieritas, uji heteroskedastisitas, uji t parsial, dan uji F simultan, serta menghitung koefisien determinasi.

4.2.1 Uji Kecukupan Data

Uji kecukupan data dilakukan dengan menggunakan rumus 2.5. Berikut contoh perhitungan uji kecukupan data dengan tingkat keyakinan 95% dan derajat ketelitian 5% untuk butir pertanyaan pertama pada variabel kualitas layanan. Perhitungan uji kecukupan data ini dilakukan dengan bantuan *software* Mirosoft Excel. Berikut ini adalah contoh perhitungan uji kecukupan data secara manual.

$$N^* = \left[\frac{\frac{k}{s} \sqrt{N \sum X_i^2 - (\sum X_i)^2}}{\sum X_i} \right]^2$$

$$N^* = \left[\frac{\frac{2}{0.05} \sqrt{81 \times 1359 - (327)^2}}{327} \right]^2$$

$N^* = 47$ data cukup dikarenakan $N > N^*$.

Dengan cara perhitungan yang sama maka seluruh uji kecukupan data untuk variabel kualitas layanan dapat dilihat pada tabel 4.5.

Tabel 4.5 Uji kecukupan data variabel kualitas layanan (X_1)

No	Pertanyaan	N	N'	Keterangan
1	Pertanyaan 1	81	47	Data cukup
2	Pertanyaan 2	81	27	Data cukup
3	Pertanyaan 3	81	20	Data cukup
4	Pertanyaan 4	81	30	Data cukup
5	Pertanyaan 5	81	40	Data cukup
6	Pertanyaan 6	81	22	Data cukup
7	Pertanyaan 7	81	36	Data cukup
8	Pertanyaan 8	81	23	Data cukup
9	Pertanyaan 9	81	24	Data cukup
10	Pertanyaan 10	81	24	Data cukup
11	Pertanyaan 11	81	57	Data cukup
12	Pertanyaan 12	81	39	Data cukup
13	Pertanyaan 13	81	24	Data cukup
14	Pertanyaan 14	81	24	Data cukup
15	Pertanyaan 15	81	32	Data cukup
16	Pertanyaan 16	81	20	Data cukup
17	Pertanyaan 17	81	29	Data cukup

Berdasarkan tabel hasil perhitungan pada Tabel 4.5, dapat diketahui bahwa uji kecukupan data variabel kualitas layanan (X_1) dengan 17 butir pertanyaan dan jumlah data pengamatan (N) sebanyak 81 responden dinyatakan cukup karena jumlah data pengamatan lebih besar dari jumlah data teoritis atau $N > N'$.

Dengan cara perhitungan yang sama maka seluruh uji kecukupan data untuk variabel kepuasan pelanggan dapat dilihat pada Tabel 4.6.

Tabel 4.6 Uji kecukupan data variabel kepuasan pelanggan (X_2)

No	Pertanyaan	N	N'	Keterangan
1	Pertanyaan 1	81	28	Data cukup
2	Pertanyaan 2	81	32	Data cukup
3	Pertanyaan 3	81	30	Data cukup
4	Pertanyaan 4	81	19	Data cukup
5	Pertanyaan 5	81	27	Data cukup

Berdasarkan tabel hasil perhitungan pada Tabel 4.6, dapat diketahui bahwa uji kecukupan data variabel kepuasan pelanggan (X_2) dengan 5 butir pertanyaan dan jumlah data pengamatan (N) sebanyak 81 responden dinyatakan cukup karena jumlah data pengamatan lebih besar dari jumlah data teoritis atau $N > N'$.

Dengan cara perhitungan yang sama maka seluruh uji kecukupan data untuk variabel harga dapat dilihat pada Tabel 4.7.

Tabel 4.7 Uji kecukupan data variabel harga (X_3)

No	Pertanyaan	N	N'	Keterangan
1	Pertanyaan 1	81	39	Data cukup
2	Pertanyaan 2	81	54	Data cukup
3	Pertanyaan 3	81	20	Data cukup

Berdasarkan tabel hasil perhitungan pada Tabel 4.7, dapat diketahui bahwa uji kecukupan data variabel harga (X_3) dengan 3 butir pertanyaan dan jumlah data pengamatan (N) sebanyak 81 responden dinyatakan cukup karena jumlah data pengamatan lebih besar dari jumlah data teoritis atau $N > N'$.

Dengan cara perhitungan yang sama maka seluruh uji kecukupan data untuk variabel loyalitas pelanggan dapat dilihat pada Tabel 4.8.

Tabel 4.8 Uji kecukupan data variabel loyalitas pelanggan (Y)

No	Pertanyaan	N	N'	Keterangan
1	Pertanyaan 1	81	28	Data cukup
2	Pertanyaan 2	81	48	Data cukup
3	Pertanyaan 3	81	30	Data cukup
4	Pertanyaan 4	81	34	Data cukup
5	Pertanyaan 5	81	27	Data cukup
6	Pertanyaan 6	81	22	Data cukup

Berdasarkan tabel hasil perhitungan pada Tabel 4.8, dapat diketahui bahwa uji kecukupan data variabel harga (Y) dengan 6 butir pertanyaan dan jumlah data pengamatan (N) sebanyak 81 responden dinyatakan cukup karena jumlah data pengamatan lebih besar dari jumlah data teoritis atau $N > N'$.

4.2.2 Uji Validitas

Setiap pertanyaan dalam kuesioner suatu penelitian dinyatakan valid apabila nilai r hitung $> r$ tabel, jika nilai r hitung $< r$ tabel, maka butir pertanyaan kuesioner tersebut dinyatakan tidak valid. nilai r tabel yaitu r tabel = N pada signifikansi 5% dengan N adalah jumlah data pengamatan. Jumlah data pengamatan pada penelitian ini sebanyak 81 responden, maka didapatkan nilai r tabel adalah 0,2159 yang dapat ditemukan pada tabel r . Kemudian valid atau tidaknya butir pertanyaan juga dilihat dengan cara membandingkan nilai

signifikansi, jika nilai signifikansi (2.tailed) $< 0,05$ dan *pearson correlation* bernilai positif, maka item soal angket tersebut valid, namun jika nilai signifikansi (2.tailed) $< 0,05$ dan *pearson correlation* bernilai negatif, maka butir soal angket tersebut tidak valid, lalu jika nilai sig. (2-tailed) $> 0,05$, maka butir soal angket tersebut tidak valid. Berikut hasil uji validitas menggunakan *software* SPSS 25 yang tersaji dalam Tabel 4.9.

Tabel 4.9 Uji validitas variabel kualitas layanan (X_1)

No	Indikator	<i>r</i> hitung	<i>r</i> tabel	sig	probabilitas	Keterangan
1	X 11	0,334	0,2159	0,002	0,05	Valid
2	X 12	0,479	0,2159	0,000	0,05	Valid
3	X 13	0,355	0,2159	0,001	0,05	Valid
4	X 14	0,566	0,2159	0,000	0,05	Valid
5	X 15	0,331	0,2159	0,003	0,05	Valid
6	X 16	0,411	0,2159	0,000	0,05	Valid
7	X 17	0,175	0,2159	0,059	0,05	Tidak valid
8	X 18	0,216	0,2159	0,049	0,05	Valid
9	X 19	0,059	0,2159	0,604	0,05	Tidak valid
10	X 110	0,391	0,2159	0,000	0,05	Valid
11	X 111	0,346	0,2159	0,002	0,05	Valid
12	X 112	0,242	0,2159	0,029	0,05	Valid
13	X 113	0,504	0,2159	0,000	0,05	Valid
14	X 114	0,152	0,2159	0,175	0,05	Tidak valid
15	X 115	0,176	0,2159	0,115	0,05	Tidak valid
16	X 116	-0,139	0,2159	0,217	0,05	Tidak valid
17	X 117	-0,031	0,2159	0,785	0,05	Tidak valid

Pada hasil uji validitas pada Tabel 4.9 variabel kualitas layanan (X_1) terdapat beberapa butir pertanyaan yang tidak valid, maka butir pertanyaan yang tidak valid tersebut dibuang dan dilakukan uji validitas kembali dengan butir pertanyaan yang valid.

Tabel 4.10 Uji validitas variabel kualitas layanan (X_1) revisi

No	Indikator	r hitung	r tabel	sig	probabilitas	Keterangan
1	X 11	0,521	0,2159	0,000	0,05	Valid
2	X 12	0,532	0,2159	0,000	0,05	Valid
3	X 13	0,322	0,2159	0,003	0,05	Valid
4	X 14	0,641	0,2159	0,000	0,05	Valid
5	X 15	0,376	0,2159	0,001	0,05	Valid
6	X 16	0,435	0,2159	0,000	0,05	Valid
7	X 18	0,306	0,2159	0,006	0,05	Valid
8	X 110	0,359	0,2159	0,001	0,05	Valid
9	X 111	0,405	0,2159	0,000	0,05	Valid
10	X 112	0,263	0,2159	0,018	0,05	Valid
11	X 113	0,509	0,2159	0,000	0,05	Valid

Tabel 4.11 Uji validitas variabel kepuasan pelanggan (X_2)

No	Indikator	r hitung	r tabel	sig	probabilitas	Keterangan
1	X 21	0,614	0,2159	0,000	0,05	Valid
2	X 22	-0,031	0,2159	0,783	0,05	Tidak Valid
3	X 23	0,693	0,2159	0,000	0,05	Valid
4	X 24	0,590	0,2159	0,000	0,05	Valid
5	X 25	0,457	0,2159	0,000	0,05	Valid

Pada hasil uji validitas pada Tabel 4.11, variabel kepuasan pelanggan (X_2) terdapat satu butir pertanyaan yang tidak valid, maka butir pertanyaan yang tidak valid tersebut dibuang dan dilakukan uji validitas kembali dengan butir pertanyaan yang valid.

Tabel 4.12 Uji validitas variabel kepuasan pelanggan (X_2) revisi

No	Indikator	r hitung	r tabel	sig	probabilitas	Keterangan
1	X 21	0,763	0,2159	0,000	0,05	Valid
2	X 23	0,797	0,2159	0,000	0,05	Valid
3	X 24	0,511	0,2159	0,000	0,05	Valid
4	X 25	0,505	0,2159	0,000	0,05	Valid

Tabel 4.13 Uji validitas variabel harga (X_3)

No	Indikator	r hitung	r tabel	sig	probabilitas	Keterangan
1	X 31	0,884	0,2159	0,000	0,05	Valid
2	X 32	0,872	0,2159	0,000	0,05	Valid
3	X 33	0,373	0,2159	0,001	0,05	Valid

Tabel 4.14 Uji validitas loyalitas pelanggan (Y)

No	Indikator	r hitung	r tabel	sig	probabilitas	Keterangan
1	Y ₁	0,633	0,2159	0,000	0,05	Valid
2	Y ₂	0,795	0,2159	0,000	0,05	Valid
3	Y ₃	0,280	0,2159	0,011	0,05	Valid
4	Y ₄	0,561	0,2159	0,000	0,05	Valid
5	Y ₅	0,403	0,2159	0,000	0,05	Valid
6	Y ₆	0,662	0,2159	0,000	0,05	Valid

Berdasarkan tabel hasil uji validitas pada Tabel 4.14, terdapat beberapa butir pertanyaan pada variabel kualitas layanan dan satu butir pertanyaan pada variabel kepuasan pelanggan yang tidak valid dan telah dibuang. Setelah diuji kembali maka tiap butir pertanyaan pada variabel kualitas layanan dan variabel kepuasan pelanggan sudah valid, dan semua butir pertanyaan pada variabel harga dan loyalitas juga dinyatakan valid.

4.2.3 Uji Reliabilitas

Kuesioner dalam penelitian dikatakan reliabel jika pada uji reliabilitas Cronbach's Alpha nilai alpha > 0,50. Berikut hasil uji reliabilitas kuesioner penelitian menggunakan *software* SPSS 25:

Tabel 4.15 Uji reliabilitas kuesioner

No	Variabel	Nilai alpha SPSS	Keterangan
1	Kualitas layanan (X ₁)	0,532	reliabel
2	Kepuasan pelanggan (X ₂)	0,545	reliabel
3	Harga (X ₃)	0,579	reliabel
4	Loyalitas pelanggan (Y)	0,567	reliabel

Berdasarkan hasil uji reliabilitas pada Tabel 4.15, menunjukkan bahwa nilai alpha > 0,50, maka kuesioner dapat dinyatakan reliabel, yang termasuk dalam reliabel tingkat moderat.

4.2.4 Uji Multikolinieritas

Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi interkorelasi atau hubungan yang erat antara variabel bebas. Dalam penelitian ini dilakukan uji multikolinieritas menggunakan *software* SPSS 25 dengan melihat nilai *tolerance* dan nilai VIF. Jika nilai *tolerance* > 0,1 maka tidak terjadi multikolinieritas, dan

jika nilai VIF < 10.00 artinya tidak terjadi multikolinieritas. Berikut hasil pengujian multikolinieritas dengan SPSS 25.

Tabel 4.16 Uji multikolinieritas

Coefficients ^a								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	8.778	3.557		2.468	.016		
	Kualitas Layanan	.253	.086	.340	2.962	.004	.720	1.389
	Kepuasan Pelanggan	.063	.175	.045	.362	.718	.626	1.598
	Harga	.349	.165	.246	2.118	.037	.705	1.419

a. Dependent Variable: Loyalitas Pelanggan

Berdasarkan hasil uji multikolinieritas pada Tabel 4.16 menunjukkan bahwa semua nilai *tolerance* dari variabel bebas > 0,1, dan nilai VIF < 10.00, maka tidak terjadi interkorelasi antara variabel bebas dalam penelitian ini.

4.2.5 Uji Heteroskedastisitas

Metode yang dipakai untuk mendeteksi ada tidaknya gejala heteroskedastisitas dalam penelitian ini yaitu uji glejser dengan bantuan *software* SPSS 25. Jika nilai signifikansi lebih besar dari 0,050, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

Tabel 4.17 Uji Heteroskedastisitas

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	7.358	1.748		4.209	.000
	Kualitas Layanan	-.096	.042	-.286	-2.285	.055
	Kepuasan Pelanggan	-.110	.086	-.172	-1.281	.204
	Harga	.051	.081	.080	.630	.531

a. Dependent Variable: Abs_Res

Berdasarkan hasil uji heteroskedastisitas pada Tabel 4.17 menunjukkan bahwa semua nilai signifikansi > 0,050, yang artinya tidak terjadi gejala heteroskedastisitas antara variabel kualitas layanan, kepuasan pelanggan, dan harga.

4.2.6 Uji t Parsial

Uji t parsial dilakukan untuk mengetahui apakah variabel independen secara parsial berpengaruh terhadap variabel dependen. Jika nilai signifikansi < dari 0,05 maka terdapat pengaruh variabel independen secara parsial terhadap variabel dependen, dan sebaliknya. Jika nilai t hitung > t tabel maka terdapat pengaruh variabel dependen terhadap variabel dependen secara parsial. t tabel dapat dicari dengan rumus 2.8, sehingga t tabel = $(0,05/2 ; 81-3-1) = 0,025 ; 77 = 1,99125$. Berikut hasil uji t menggunakan *software* SPSS 25:

Tabel 4.18 Hasil uji t parsial

Coefficients ^a								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	8.778	3.557		2.468	.016		
	Kualitas Layanan	.253	.086	.340	2.962	.004	.720	1.389
	Kepuasan Pelanggan	.063	.175	.045	.362	.718	.626	1.598
	Harga	.349	.165	.246	2.118	.037	.705	1.419

a. Dependent Variable: Loyalitas Pelanggan

Berdasarkan hasil uji t parsial pada Tabel 4.18, pada variabel kualitas layanan nilai signifikansi < 0,05 yaitu 0,004 < 0,05, dan t hitung > t tabel yaitu 2,962 > 1,99125, maka terdapat pengaruh variabel kualitas layanan secara parsial terhadap variabel loyalitas pelanggan. Pada variabel kepuasan pelanggan nilai signifikansi > 0,05, yaitu 0,718 > 0,05, dan t hitung < t tabel yaitu 0,362 < 1,99125, maka tidak terdapat pengaruh variabel kepuasan pelanggan secara parsial terhadap variabel loyalitas pelanggan. Pada variabel harga nilai signifikansi < 0,05 yaitu 0,037 < 0,05, dan t hitung > t tabel yaitu 2,118 > 1,99125, maka terdapat pengaruh variabel harga secara parsial terhadap variabel loyalitas pelanggan.

4.2.7 Uji F Simultan

Uji F simultan digunakan untuk mengetahui hubungan variabel independen secara bersamaan terhadap variabel dependen. Jika nilai signifikansi < 0,05 dan nilai F hitung > F tabel maka terdapat pengaruh variabel independen secara simultan terhadap variabel dependen. F tabel dapat dicari menggunakan rumus 2.9, sehingga F tabel = $(3 ; 78) = 2,72$. Berikut hasil uji F simultan menggunakan *software* SPSS 25:

Tabel 4.19 Uji F simultan

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	94.331	3	31.444	9.536	.000 ^b
	Residual	253.892	77	3.297		
	Total	348.222	80			

a. Dependent Variable: Loyalitas Pelanggan

b. Predictors: (Constant), Harga, Kualitas Layanan, Kepuasan Pelanggan

Berdasarkan hasil uji F simultan pada Tabel 4.19, didapatkan bahwa nilai signifikansi $< 0,05$, yaitu $0,000 < 0,05$ dan nilai F hitung $> F$ tabel, yaitu $9,536 > 2,72$, maka terdapat pengaruh kualitas layanan, kepuasan pelanggan dan harga secara simultan terhadap loyalitas pelanggan.

4.2.8 Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui seberapa besar kontribusi pengaruh yang diberikan variabel independen secara simultan terhadap variabel dependen. Berikut hasil koefisien determinasi menggunakan *software* SPSS 25:

Tabel 4.20 Koefisien determinasi

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.520 ^a	.271	.242	1.816

a. Predictors: (Constant), Harga, Kualitas Layanan, Kepuasan Pelanggan

Berdasarkan hasil perhitungan koefisien determinasi menggunakan *software* SPSS 25, didapatkan bahwa $R^2 = 0,271$ atau 27,1%. Pengaruh kualitas layanan, kepuasan pelanggan dan harga secara simultan terhadap loyalitas pelanggan sebesar 27,1%.

4.3 Analisis Hasil

Berdasarkan pengumpulan data penelitian, didapatkan data kuesioner sebanyak 81 responden. Data yang telah terkumpul diolah menggunakan bantuan microsoft excel dan software SPSS 25. Tahap pengolahan data yang pertama yaitu pengujian data. Data kuesioner diuji kecukupannya menggunakan rumus 2.5, berdasarkan hasil perhitungan uji kecukupan data yang terangkum dalam Tabel 4.5, Tabel 4.6, Tabel 4.7, dan Tabel 4.8 menunjukkan bahwa $N > N'$ atau jumlah data sampel lebih besar dari jumlah data teoritis, maka keseluruhan data variabel kualitas layanan, variabel kepuasan pelanggan, variabel harga, dan variabel loyalitas pelanggan yaitu sebanyak 81 responden dinyatakan cukup.

Data yang telah dinyatakan cukup, dilakukan uji validitas. Uji validitas dilakukan dengan mengkorelasikan masing-masing skor butir pertanyaan dengan skor total yang diperoleh dari jawaban responden atas kuesioner. Berdasarkan hasil uji validitas variabel kualitas layanan menggunakan SPSS 25 pada Tabel 4.9 diperoleh 6 butir pertanyaan yang tidak valid dan pada Tabel 4.1 untuk hasil uji validitas kepuasan pelanggan terdapat 1 butir pertanyaan yang tidak valid, hal ini dapat disebabkan karena pertanyaan yang disusun tidak sesuai dengan kondisi objektif. Langkah yang diambil selanjutnya yaitu membuang butir pertanyaan yang tidak valid dan melakukan uji validitas terhadap sisa butir pertanyaan pada masing-masing variabel kualitas layanan dan kepuasan pelanggan dan didapatkan butir pertanyaan yang valid pada Tabel 4.10 dan Tabel 4.12 untuk variabel kualitas layanan dan variabel kepuasan pelanggan. Hasil uji validitas variabel harga dan variabel loyalitas pelanggan pada Tabel 4.13 dan Tabel 4.14 didapatkan bahwa seluruh butir pertanyaan telah valid atau sah digunakan digunakan sebagai instrumen penelitian. Data kuesioner yang butir pertanyaan yang telah valid, selanjutnya dilakukan uji reliabilitas. Hasil uji reliabilitas yang tertera pada Tabel 4.15 menunjukkan bahwa variabel kualitas layanan, variabel kepuasan pelanggan, variabel harga, dan variabel loyalitas pelanggan memiliki nilai alpha yang lebih besar dari 0,50 maka kuesioner dinyatakan reliabel dapat diartikan juga bahwa jawaban resoponden atau data yang dihasilkan dapat diandalkan.

Tahap pengolahan data berikutnya yaitu uji asumsi klasik. Pemenuhan asumsi klasik dilakukan supaya dalam pengerjaan model regresi tidak menemukan masalah statistik. Pengujian asumsi klasik dalam penelitian ini yaitu uji multikolinieritas dan uji heteroskedastisitas. Berdasarkan hasil uji multikolinieritas pada Tabel 4.16 menunjukkan bahwa nilai tolerance untuk variabel kualitas layanan, variabel kepuasan pelanggan, dan variabel harga lebih besar dari 0,1 dan nilai VIF variabel kualitas layanan, variabel kepuasan pelanggan, dan variabel harga lebih kecil dari 10,00 maka tidak terjadi gejala multikolinieritas atau interkorelasi antara variabel bebas dalam penelitian ini atau dapat diartikan bahwa setiap variabel bebas dalam penelitian ini saling independen. Berdasarkan hasil uji heteroskedastisitas pada Tabel 4.17 menunjukkan bahwa variabel kualitas layanan, variabel kepuasan pelanggan, dan variabel harga memiliki nilai signifikansi lebih besar dari 0,050 maka tidak terjadi gejala heteroskedastisitas atau residualnya mempunyai varians yang sama yang disebut homoskedastisitas.

Tahap yang terakhir yaitu analisis regresi linier berganda untuk mengetahui pengaruh variabel kualitas layanan, variabel kepuasan pelanggan, dan variabel harga terhadap variabel loyalitas layanan. Uji t parsial dilakukan untuk mengetahui bagaimana masing-masing pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat. Berdasarkan hasil uji t parsial pada Tabel 4.18 variabel kualitas layanan dan variabel harga memiliki pengaruh secara parsial (sendiri-sendiri) terhadap variabel loyalitas pelanggan. Sedangkan variabel kepuasan pelanggan tidak memiliki pengaruh secara parsial (sendiri-sendiri) terhadap variabel loyalitas pelanggan. Uji F simultan dilakukan untuk mengetahui pengaruh variabel bebas secara (simultan) bersama-sama terhadap variabel terikat, dari hasil pengolahan data pada Tabel 4.19 variabel kualitas layanan, variabel kepuasan pelanggan, dan variabel harga secara bersama-sama memiliki pengaruh terhadap variabel loyalitas pelanggan. Pada Tabel 4.20 terdapat hasil perhitungan koefisien determinasi yaitu $R^2 = 0,271$ atau koefisien determinasi nya sebesar 27,1% yang artinya pengaruh variabel kualitas layanan, variabel kepuasan pelanggan, dan variabel harga secara bersama-sama adalah sebesar 27,1%.

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil pengolahan data dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Variabel kualitas layanan dan variabel harga memiliki pengaruh secara parsial terhadap variabel terikat atau variabel loyalitas pelanggan, sedangkan variabel kepuasan pelanggan dalam penelitian ini tidak memiliki pengaruh secara parsial terhadap variabel loyalitas pelanggan.
2. Variabel kualitas layanan, variabel kepuasan pelanggan, dan variabel harga memiliki pengaruh secara simultan terhadap variabel loyalitas pelanggan.
3. Besar pengaruh variabel kualitas layanan, variabel kepuasan pelanggan, dan variabel harga atau variabel bebas tersebut terhadap variabel terikat adalah sebesar 27,1%.

5.2 Saran

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, maka saran untuk penelitian selanjutnya adalah sebagai berikut:

1. Mempertimbangkan variabel lain seperti promosi, lokasi, dan citra perusahaan yang dapat mempengaruhi variabel loyalitas pelanggan Laboratorium PQR.
2. Bagi perusahaan Laboratorium PQR perlu meningkatkan kualitas layanan dan harga yang ditawarkan untuk mengurangi pelanggan yang kecewa dan mendapatkan loyalitas pelanggan.

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad. (n.d.). <https://www.gramedia.com/literasi/kepuasan-pelanggan/>. Retrieved Februari 16, 2022, from <https://www.gramedia.com/>.
- Barata, A. A. (2006). *Dasar-Dasar Pelayanan Prima*. Jakarta: Elex Media Komputindo.
- Darma, B. (2021). *Statistika Penelitian Menggunakan SPSS*. Online: Guepedia.
- Gani, I., & Amalia, S. (2015). *Alat Analisis Data*. Yogyakarta: ANDI.
- Griffin, J. (2005). *Customer Loyalty*. Jakarta: Erlangga.
- Hasan, A. (2013). *Marketing dan Kasus-Kasus Pilihan*. Yogyakarta: CAPS (Center for Academic Publishing Service).
- Hidayati, A., Sifatu, W. O., Maddinsyah, A., Sunarsi, D., & Jasmani. (2021). *Loyalitas dan Kepuasan Konsumen: Tinjauan Teoritik*. Jakarta: Cipta Media Nusantara.
- Islam, D. S. (2020). Pengaruh harga, promosi, dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian pupuk cair Amina di Mojokerto.
- Kotler, P. (2008). *Manajemen Pemasaran* (12 ed.). Jakarta: Indeks.
- Kotler, P., & Amstrong, G. (2011). *Marketing an Introduction*. New Jersey: Pearson.
- Kotler, P., & Amstrong, G. (2012). *Principles Of Marketing*. London: Pearson.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2007). *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: Indeks.
- Lupiyoadi, R. (2001). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Salemba Empat.
- Menteri Kesehatan Republik Indonesia. (2010). <https://dinkes.jatimprov.go.id/userfile/dokumen/PMK%20No.%20411%20ttg%20Laboratorium%20Klinik.pdf>. Retrieved from <https://dinkes.jatimprov.go.id/>.
- Raharjo, S. (2014). <http://www.spssindonesia.com/2014/01/uji-reliabilitas-alpha-spss.html>. Retrieved from <http://www.spssindonesia.com/>: <http://www.spssindonesia.com>
- Raharjo, S. (2014). <http://www.spssindonesia.com/2014/01/uji-validitas-product-momen-spss.html>. Retrieved from <http://www.spssindonesia.com/>: <http://www.spssindonesia.com>

- Saladin, D. (2003). *Manajemen Strategi & Kebijakan Perusahaan*. Bandung: Linda Karya.
- Sujarweni, V. W. (2021). *SPSS untuk Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press.
- Sunyoto, D. (2011). *Analisis Regresi dan Uji Hipotesis*. Yogyakarta: CAPS.
- Tjiptono, F. (2002). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Tjiptono, F. (2010). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi.
- Tjiptono, F., & Chandra, G. (2011). *Service, Quality & Satisfaction*. Yogyakarta: ANDI.
- UPK Kemenkes. (n.d.). <https://upk.kemkes.go.id/new/layanan/laboratorium>. Retrieved from <https://upk.kemkes.go.id/>: <https://upk.kemkes.go.id>

LAMPIRAN

Kuesioner Penelitian

1. Identitas Responden

Nama :

Usia :

2. Petunjuk Pengisian Kuesioner

Berikut ada beberapa petunjuk untuk mengetahui pendapat anda. Mohon beri tanda (v) pada jawaban yang anda pilih.

Alternatif jawaban, yaitu:

SS : Sangat Setuju

S : Setuju

N : Netral

TS : Tidak Setuju

STS : Sangat Tidak Setuju

3. Jawaban Bapak/Ibu/Saudara sangat mendukung pengumpulan data penelitian ini, untuk itu dimohon mengisi seluruh pertanyaan yang ada.

A. KUALITAS LAYANAN (X_1)

No	Pertanyaan	Pilihan Jawaban				
		STS	TS	N	S	SS
A	<i>Reliabilitas (Reliability)</i>					
A1	Karyawan Laboratorium Klinik Hi-Lab Diagnostic Center memberikan pelayanan yang tepat waktu					
A2	Karyawan Laboratorium Klinik Hi-Lab Diagnostic Center terampil dalam menangani keluhan pelanggan					
A3	Prosedur pelayanan di Laboratorium Klinik Hi-Lab Diagnostic Center jelas dan mudah dilaksanakan					
A4	Pelayanan di Laboratorium Klinik Hi-Lab Diagnostic Center cepat dan tepat					
B	<i>Daya tanggap (Responsiveness)</i>					
B1	Karyawan Laboratorium Klinik Hi-Lab Diagnostic Center bekerja dengan tanggap dalam melayani pelanggan					
B2	Karyawan Laboratorium Klinik Hi-Lab Diagnostic Center bersedia memberikan saran dan informasi yang dibutuhkan pelanggan					
B3	Karyawan Laboratorium Klinik Hi-Lab Diagnostic Center menyambut pelanggan dengan baik					

A. KUALITAS LAYANAN (X_1) (lanjutan)

C	Jaminan (<i>Assurance</i>),				
C1	Pelanggan merasa aman dan nyaman saat melakukan pemeriksaan di Laboratorium Klinik Hi-Lab Diagnostic				
C2	Karyawan Laboratorium Klinik Hi-Lab Diagnostic Center bersikap ramah dan sopan kepada pelanggan				
C3	Karyawan Laboratorium Klinik Hi-Lab Diagnostic Center cekatan dalam melakukan pemeriksaan				
D	Empati (<i>Empathy</i>)				
D1	Karyawan Laboratorium Klinik Hi-Lab Diagnostic Center memberikan tanggapan dan perhatian yang dibutuhkan pelanggan				
D2	Karyawan Laboratorium Klinik Hi-Lab Diagnostic Center memahami kebutuhan pelanggan				
D3	Laboratorium Klinik Hi-Lab Diagnostic Center mudah untuk dihubungi dan menjaga komunikasi yang baik dengan pelanggannya				
E	Bukti fisik (<i>Tangible</i>)				
E1	Lingkungan di Laboratorium Klinik Hi-Lab Diagnostic Center terawat dan bersih				
E2	Karyawan Laboratorium Klinik Hi-Lab Diagnostic Center rapi dan menggunakan APD (Alat Pelindung Diri seperti masker, sarung tangan, dll)				
E3	Ruang tunggu nyaman dan fasilitas ruang tunggu lengkap				
E4	Informasi dan petunjuk tertulis yang ada di Laboratorium Klinik Hi-Lab Diagnostic Center mudah dipahami pelanggan				

B. KEPUASAN PELANGGAN (X_2)

No	Pertanyaan	Pilihan Jawaban				
		STS	TS	N	S	SS
1	Pelanggan puas dengan pelayanan yang diberikan Laboratorium Klinik Hi-Lab Diagnostic Center					
2	Hasil pemeriksaan yang dikeluarkan Laboratorium Klinik Hi-Lab Diagnostic Center akurat dan tepat waktu sesuai yang dijanjikan					
3	Harga yang ditawarkan Laboratorium Klinik Hi-Lab Diagnostic Center sesuai dengan pelayanan yang didapatkan oleh pelanggan					
4	Promosi yang dilakukan Laboratorium Klinik Hi-Lab Diagnostic Center menarik dan memberikan informasi yang dibutuhkan pelanggan					
5	Laboratorium Klinik Hi-Lab Diagnostic Center memberikan akses dan alur pemeriksaan yang sederhana dan mudah dipahami					

C. HARGA (X_3)

No	Pertanyaan	Pilihan Jawaban				
		STS	TS	N	S	SS
1	Harga yang ditawarkan oleh Laboratorium Klinik Hi-Lab Diagnostic Center terjangkau oleh pelanggan					
2	Harga yang ditawarkan oleh Laboratorium Klinik Hi-Lab Diagnostic Center lebih murah dibanding dengan laboratorium klinik sejenis					
3	Harga yang ditawarkan oleh Laboratorium Klinik Hi-Lab Diagnostic Center sesuai dengan kualitas jasa yang diberikan					

D. LOYALITAS PELANGGAN (Y)

No	Pertanyaan	Pilihan Jawaban				
		STS	TS	N	S	SS
1	Pelanggan akan menggunakan jasa Laboratorium Klinik Hi-Lab Diagnostic Center lagi.					
2	Spontan memilih Laboratorium Klinik di Hi-Lab Diagnostic Center saat membutuhkan pemeriksaan kesehatan					
3	Pelanggan senang menggunakan jasa Laboratorium Klinik di Hi-Lab Diagnostic Center					
4	Pelanggan memilih untuk melakukan pemeriksaan di Laboratorium Klinik Hi-Lab Diagnostic Center daripada laboratorium klinik lain					
5	Pelanggan mempercayai hasil pemeriksaan Laboratorium Klinik Hi-Lab Diagnostic Center yang paling akurat					
6	Pelanggan akan merekomendasikan Laboratorium Klinik Hi-Lab Diagnostic Center kepada orang lain					