

BAB IV

HASIL PENELITIAN

A. Profil Obyek Penelitian

1. Sejarah Singkat RC Cafe, Carwash And Detailing

RC Cafe, Carwash And Detailing merupakan salah satu usaha cuci mobil yang juga dipadukan dengan tempat nongkrong atau cafe beralamat di Jl. Raya Dandong No.34, Srengat, Blitar, Jawa Timur. Usaha ini mulai buka pada Oktober 2017, awalnya pemilik usaha yaitu Bpk. Rian Setia Budi ingin membuat tempat cuci mobil dan motor yang nyaman saat menunggu antrian atau saat menunggu proses pengerjaan, jadi timbulah ide untuk memadukan konsep kafe dan cuci kendaraan ini.

Tempat ini memiliki suasana modern dengan berbagai variasi makanan dan minuman sangatlah menambah ketertarikan konsumen untuk berkunjung ketempat ini, pengunjung bisa menunggu sambil nongkrong santai baik bersama teman ataupun keluarga. Hal inilah menjadikan RC Cafe, Carwash And Detailing selalu ramai dikunjungi orang. Buka setiap hari pukul 07.00 sampai pukul 23.00 malam.

2. Visi dan Misi Usaha

Misi :

Menjadi Penyedia Jasa Yang Bermartabat Dan Unggul Dalam Pelayanan Pelanggan

Visi :

- a. Memberikan layanan jasa yang penuh tanggung jawab dan bermartabat
- b. Meningkatkan kepedulian dalam berkarya dan berprestasi
- c. Menciptakan kondisi terbaik dalam pelayanan pelanggan dan lingkungan sosial

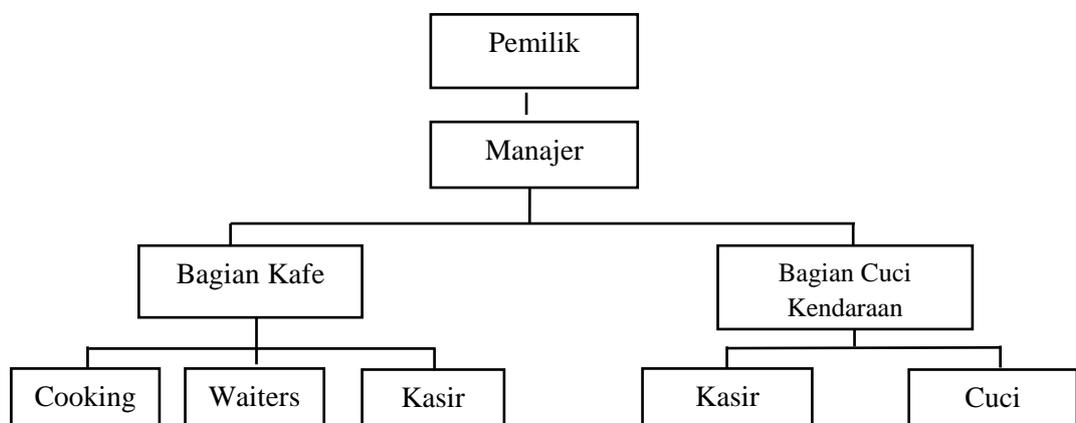
3. Pemasaran

Pemasaran RC Cafe, Carwash And Detailing dilakukan dengan beberapa media sosial seperti Instagram dengan akun @rccafeandcarwash dan Facebook dengan akun RC Cafe & Car Wash. Pemasaran yang dilakukan biasanya berupa promo atau diskon pembelian dengan lingkup kota blitar dan sekitarnya.

4. Ketenagakerjaan

Ketenagakerjaan pada RC Cafe & Car Wash And Detailing meliputi beberapa karyawan yaitu manajer, bagian kafe, dan bagian cuci. Berikut merupakan bagan struktur kerja di RC Cafe & Car Wash And Detailing :

Gambar 4.1 Struktur Kerja RC Cafe & Car Wash And Detailing



Keterangan :

1. Pemilik Usaha adalah pemodal dari usaha RC Cafe & Car Wash And Detailing yaitu Bapak Rian Setia Budi.
2. Manajer bertugas mengelola jalannya usaha yang dibantu satu orang admin untuk membantu pengoperasian, administrasi, dan pemasaran usaha.
3. Bagian kafe
 - a. Cooking bertugas membuat pesanan dari konsumen baik itu makanan dan minuman, terdiri dari 3 orang
 - b. Waiters bertugas sebagai pelayan dalam cafe, terdiri dari 3 orang
 - c. Kasir bertugas sebagai tempat membuat pesanan dan membayar pesanan dari pelanggan, terdiri dari 1 orang
4. Bagian cuci kendaraan
 - a. Kasir bertugas sebagai tempat pembayaran jasa cuci kendaraan dari pelanggan, terdiri dari 1 orang
 - b. Bagian cuci bertugas mencuci kendaraan dari pelanggan, terdiri dari 7 orang.

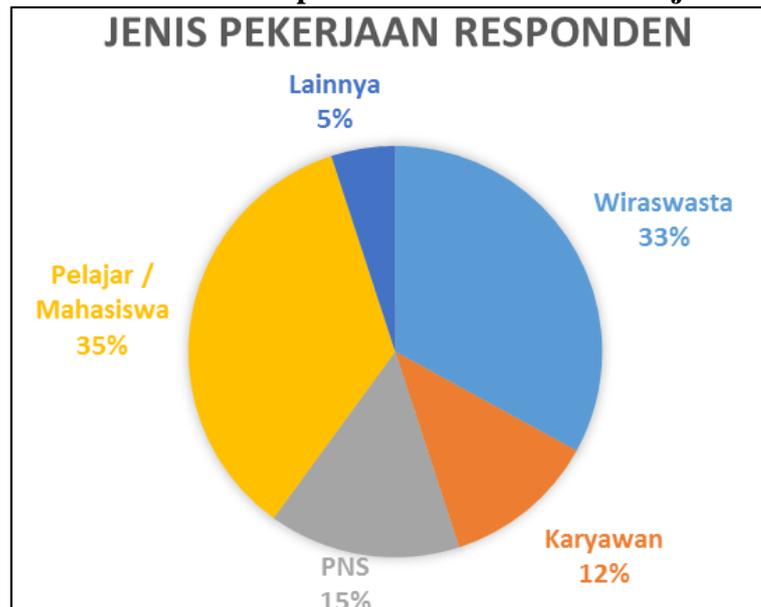
B. Karakteristik Responden

Sebelum melakukan analisis data peneliti menjelaskan mengenai karakteristik data responden digunakan terlebih dahulu dengan sampel penelitian sebanyak 100 orang responden. Setiap responden diberikan kuesioner yang diukur dengan menggunakan skala *likert*. Berikut merupakan

karakteristik responden RC Cafe, Carwash And Detailing yang digunakan dalam penelitian ini.

1. Deskripsi Responden Berdasarkan Pekerjaan

Gambar 4.2
Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

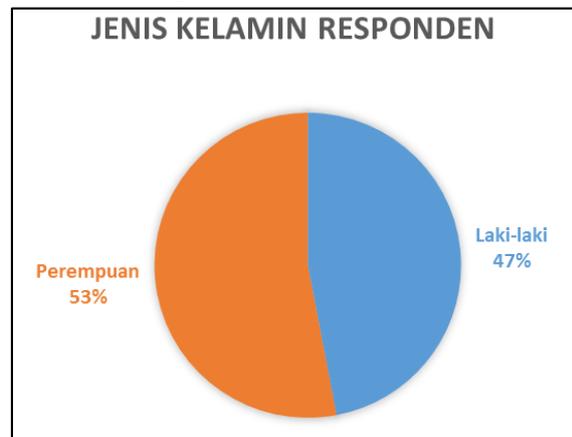


Sumber: Data Primer diolah oleh peneliti, 2022

Berdasarkan Gambar 4.2 dapat dilihat sebaran data responden berdasarkan pekerjaan dari 100 responden RC Cafe, Carwash And Detailing yang disurvei 33% atau sebanyak 33 orang adalah wiraswasta, sebanyak 12% atau 12 orang adalah karyawan, sebanyak 15% atau 15 orang adalah PNS, sebanyak 35% atau 35 orang adalah pelajar / mahasiswa dan sisanya sebanyak 5% atau 5 orang adalah pekerjaan lainnya.

2. Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Gambar 4.3
Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

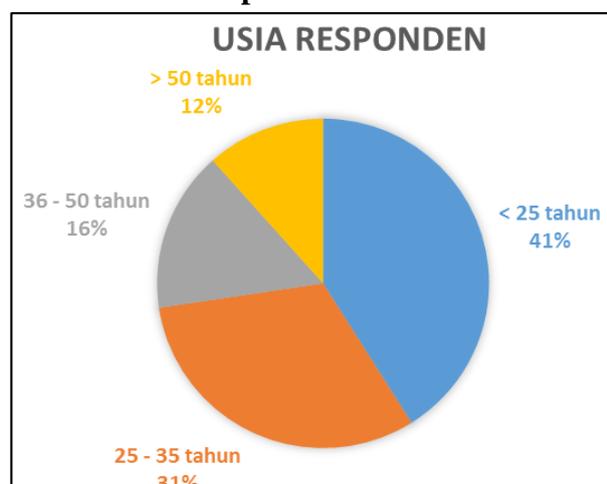


Sumber: Data Primer diolah oleh peneliti,2022

Berdasarkan Gambar 4.3 dapat dilihat sebaran data karakteristik responden RC Cafe, Carwash And Detailing berdasarkan jenis kelamin dari 100 responden yang disurvei 47% atau sebanyak 47 orang adalah laki-laki dan 53% atau sebanyak 53 orang adalah perempuan.

3. Deskripsi Responden Berdasarkan Usia

Gambar 4.4
Karakteristik Responden Berdasarkan Usia



Sumber: Data Primer diolah oleh peneliti,2022

Berdasarkan Gambar 4.4 dapat dilihat sebaran data karakteristik responden berdasarkan usia dari 100 responden yang disurvei 41% atau sebanyak 41 orang berusia kurang dari 25 tahun, 31% atau sebanyak 31 orang berusia antara 25 sampai 35 tahun, 16% atau sebanyak 16 orang berusia 36 sampai 50 tahun, dan sisanya 12% atau sebanyak 12 orang berusia lebih dari 50 tahun.

4. Rekapitulasi Data Kuesioner

Berikut merupakan rekapitulasi hasil dari jawaban yang peneliti peroleh dari 100 responden yang telah disurvei.

Tabel 4.1
Rekapitulasi Jawaban Responden Variabel Fasilitas (X1)

Bobot	Jumlah	Persentase (%)
Sangat Setuju	162	40.5
Setuju	149	37.25
Kurang Setuju	77	19.25
Tidak Setuju	12	3
Sangat Tidak Setuju	0	0
Total	400	100

Sumber: Data Primer diolah oleh peneliti, 2022

Berdasarkan tabel 4.1 dapat dilihat bahwa dari 100 responden dan 4 item pernyataan, diperoleh hasil data jawaban responden variabel fasilitas sebesar 40,5% atau sebanyak 162 adalah jawaban sangat setuju, sebesar 37,25% atau sebanyak 149 adalah jawaban setuju, sebesar 19,25% atau sebanyak 77 adalah jawaban kurang setuju, dan sebesar 3% atau sebanyak 12 adalah jawaban tidak setuju.

Tabel 4.2
Rekapitulasi Jawaban Responden Variabel Kualitas layanan (X2)

Bobot	Jumlah	Persentase (%)
Sangat Setuju	104	26
Setuju	224	56
Kurang Setuju	63	15.75
Tidak Setuju	9	2.25
Sangat Tidak Setuju	0	0
Total	400	100

Sumber: Data Primer diolah oleh peneliti,2022

Berdasarkan tabel 4.2 dapat dilihat bahwa dari 100 responden dan 4 item pernyataan, diperoleh hasil data jawaban responden variabel kualitas layanan sebesar 26% atau sebanyak 104 adalah jawaban sangat setuju, sebesar 56% atau sebanyak 224 adalah jawaban setuju, sebesar 15,75% atau sebanyak 63 adalah jawaban kurang setuju, dan sebesar 2,25% atau sebanyak 9 adalah jawaban tidak setuju.

Tabel 4.3
Rekapitulasi Jawaban Responden Variabel Harga (X3)

Bobot	Jumlah	Persentase (%)
Sangat Setuju	156	39
Setuju	104	26
Kurang Setuju	98	24.5
Tidak Setuju	39	9.75
Sangat Tidak Setuju	3	0.75
Total	400	100

Sumber: Data Primer diolah oleh peneliti,2022

Berdasarkan tabel 4.3 dapat dilihat bahwa dari 100 responden dan 4 item pernyataan, diperoleh hasil data jawaban responden variabel harga sebesar 39% atau sebanyak 156 adalah jawaban sangat setuju, sebesar 26% atau sebanyak 104 adalah jawaban setuju, sebesar 24,5% atau sebanyak 98 adalah jawaban kurang setuju, sebesar 9,75% atau sebanyak 39 adalah

jawaban tidak setuju, dan sebesar 0,75% atau sebanyak 3 adalah jawaban sangat tidak setuju

Tabel 4.4
Rekapitulasi Jawaban Responden Variabel Lokasi (X4)

Bobot	Jumlah	Persentase (%)
Sangat Setuju	129	25.8
Setuju	156	31.2
Kurang Setuju	162	32.4
Tidak Setuju	49	9.8
Sangat Tidak Setuju	4	0.8
Total	500	100

Sumber: Data Primer diolah oleh peneliti,2022

Berdasarkan tabel 4.4 dapat dilihat bahwa dari 100 responden dan 5 item pernyataan, diperoleh hasil data jawaban responden variabel lokasi sebesar 25,8% atau sebanyak 129 adalah jawaban sangat setuju, sebesar 31,2% atau sebanyak 156 adalah jawaban setuju, sebesar 32,4% atau sebanyak 162 adalah jawaban kurang setuju, sebesar 9,8% atau sebanyak 49 adalah jawaban tidak setuju, dan sebesar 0,8% atau sebanyak 4 adalah jawaban sangat tidak setuju

Tabel 4.5
Rekapitulasi Jawaban Responden Variabel Loyalitas Konsumen(Y)

Bobot	Jumlah	Persentase (%)
Sangat Setuju	75	25
Setuju	152	50.67
Kurang Setuju	62	20.67
Tidak Setuju	11	3.66
Sangat Tidak Setuju	0	0
Total	300	100

Sumber: Data Primer diolah oleh peneliti,2022

Berdasarkan tabel 4.5 dapat dilihat bahwa dari 100 responden dan 3 item pernyataan, diperoleh hasil data jawaban responden variabel loyalitas konsumen sebesar 25% atau sebanyak 75 adalah jawaban sangat setuju, sebesar 50,67% atau sebanyak 152 adalah jawaban setuju, sebesar 20,67% atau sebanyak 62 adalah jawaban kurang setuju, dan sebesar 3,66% atau sebanyak 11 adalah jawaban tidak setuju.

5. Statistika Deskriptif

Uji statistik deskriptif pada penelitian ini digunakan untuk melihat nilai minimum, nilai maksimum, nilai mean, simpangan baku (standar deviasi), dan variansi dari suatu variabel. Berikut ini adalah hasil uji statistik deskriptif dari tiap-tiap variabel dalam penelitian ini:

Tabel 4.6
Statistika Deskriptif
Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation	Variance
LoyalitasKonsumen_Y	100	9.00	15.00	11.9300	1.37991	1.904
Fasilitas_X1	100	12.00	20.00	16.6500	2.28467	5.220
KualitasPelayanan_X2	100	11.00	20.00	16.2300	1.98405	3.936
Harga_X3	100	9.00	20.00	15.7100	3.42095	11.703
Lokasi_X4	100	10.00	25.00	18.5700	3.66324	13.419
Valid N (listwise)	100					

Sumber: Data Primer diolah oleh peneliti, 2022

Berdasarkan tabel 4.6 dapat dideskripsikan jumlah responden (N) sebanyak 100 responden. Dari jumlah responden ini Loyalitas Konsumen (Y) memiliki minimum sebesar 9 dan nilai maksimum sebesar 15, dengan nilai mean sebesar 11,93 dan standar deviasi sebesar 1,37. Variabel Fasilitas (X1) memiliki nilai minimum sebesar 12 dan nilai maksimum sebesar 20, dengan nilai mean 16,65 dan standar deviasi sebesar 2,28.

Variabel Kualitas Pelayanan (X2) memiliki nilai minimum sebesar 11 dan nilai maksimum sebesar 20, dengan nilai mean sebesar 16,23 dan standar deviasi sebesar 1,98. Variabel Harga (X3) memiliki nilai minimum sebesar 9 dan nilai maksimum sebesar 20, dengan nilai mean sebesar 15,71 dan standar deviasi sebesar 3,42. Variabel Lokasi (X4) memiliki nilai minimum sebesar 10 dan nilai maksimum sebesar 25, dengan nilai mean sebesar 18,57 dan standar deviasi sebesar 3,66.

C. Analisis Data

1. Instrumen Penelitian

Uji instrumen pada penelitian ini meliputi uji validitas data yang digunakan untuk mengetahui valid tidaknya data yang digunakan dan uji reabilitas mengetahui apakah indikator yang digunakan dapat dipercaya sebagai alat ukur variabel, atau indikator dinyatakan reliabel.

a. Uji Validitas

Uji validitas bertujuan untuk mengetahui ketepatan tiap butir atau item instrumen. Sebagai uji coba instrumen, maka data yang digunakan dalam uji validitas sebanyak 100 responden yang merupakan sampel dari populasi penelitian. Adapun dasar pengambilan keputusan dalam uji validitas adalah sebagai berikut:

- 1) Apabila nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$ pada nilai taraf signifikan 5% maka item angket dinyatakan valid.
- 2) Apabila nilai $r_{hitung} < r_{tabel}$ pada nilai taraf signifikan 5% maka item angket dinyatakan tidak valid.

Uji validitas dalam penelitian ini dilakukan dengan rumus korelasi bivariate person dengan alat bantu program SPSS 22.0 for Window's. Berikut merupakan uji validitas dari data kuesioner:

Tabel 4.7
Uji Validitas Variabel Fasilitas (X1)

No.	Item Pertanyaan	r hitung	r tabel	Keterangan
		Pearson Corelation	Taraf Signifikan 5% (n = 100)	
1	item 1	0.545	0.195	Valid
2	item 2	0.730	0.195	Valid
3	item 3	0.766	0.195	Valid
4	item 4	0.695	0.195	Valid

Sumber: Data Primer diolah oleh peneliti,2022

Berdasarkan tabel 4.7 dapat dilihat hasil dari validitas data angket penelitian variabel fasilitas di RC Cafe, Carwash And Detailing, dari 4 item pertanyaan yang digunakan dalam angket dapat dilihat nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$ sehingga dapat disimpulkan jika semua data item angket telah valid.

Tabel 4.8
Uji Validitas Variabel Kualitas Pelayanan (X2)

No.	Item Pertanyaan	r hitung	r tabel	Keterangan
		Pearson Corelation	Taraf Signifikan 5% (n = 100)	
1	item 1	0.649	0.195	Valid
2	item 2	0.766	0.195	Valid
3	item 3	0.760	0.195	Valid
4	item 4	0.641	0.195	Valid

Sumber: Data Primer diolah oleh peneliti,2022

Berdasarkan tabel 4.8 dapat dilihat hasil dari validitas data angket penelitian variabel kualitas pelayanan di RC Cafe, Carwash And Detailing, dari 4 item pertanyaan yang digunakan dalam angket dapat

dilihat nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$ sehingga dapat disimpulkan jika semua item pertanyaan angket telah valid.

Tabel 4.9
Uji Validitas Variabel Harga (X3)

No.	Item Pertanyaan	r hitung	r tabel	Keterangan
		Pearson Corelation	Taraf Signifikan 5% (n = 100)	
1	item 1	0.722	0.195	Valid
2	item 2	0.841	0.195	Valid
3	item 3	0.842	0.195	Valid
4	item 4	0.858	0.195	Valid

Sumber: Data Primer diolah oleh peneliti,2022

Berdasarkan tabel 4.9 dapat dilihat hasil dari validitas data angket penelitian variabel harga di RC Cafe, Carwash And Detailing, dari 4 item pertanyaan yang digunakan dalam angket dapat dilihat nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$ sehingga dapat disimpulkan jika semua item pertanyaan angket telah valid.

Tabel 4.10
Uji Validitas Variabel Lokasi (X4)

No.	Item Pertanyaan	r hitung	r tabel	Keterangan
		Pearson Corelation	Taraf Signifikan 5% (n = 100)	
1	item 1	0.600	0.195	Valid
2	item 2	0.799	0.195	Valid
3	item 3	0.783	0.195	Valid
4	item 4	0.852	0.195	Valid
5	item 5	0.680	0.195	Valid

Sumber: Data Primer diolah oleh peneliti,2022

Berdasarkan tabel 4.10 dapat dilihat hasil dari validitas data angket penelitian variabel lokasi di RC Cafe, Carwash And Detailing, dari 5 item pertanyaan yang digunakan dalam angket dapat dilihat nilai r_{hitung}

$> r_{\text{tabel}}$ sehingga dapat disimpulkan jika semua item pertanyaan angket telah valid.

Tabel 4.11
Uji Validitas Variabel Loyalitas Konsumen (Y)

No.	Item Pertanyaan	r hitung	r tabel	Keterangan
		Pearson Corelation	Taraf Signifikan 5% (n = 100)	
1	item 1	0.339	0.195	Valid
2	item 2	0.699	0.195	Valid
3	item 3	0.779	0.195	Valid

Sumber: Data Primer diolah oleh peneliti, 2022

Berdasarkan tabel 4.11 dapat dilihat hasil dari validitas data angket penelitian variabel loyalitas konsumen di RC Cafe, Carwash And Detailing, dari 3 item pertanyaan yang digunakan dalam angket dapat dilihat nilai $r_{\text{hitung}} > r_{\text{tabel}}$ sehingga dapat disimpulkan jika semua item pertanyaan angket telah valid.

b. Uji Reabilitas

Reliabilitas adalah suatu angka indeks yang menunjukkan konsistensi suatu alat pengukuran didalam mengukur gejala yang sama. Untuk menghitung reliabilitas dilakukan dengan menggunakan koefisien *Croanbach Alpha*. Indikator variabel dinyatakan reliabel nilai *Cronbach's Alpha* lebih besar dari 0.60. Uji reabilitas data pada penelitian ini dilakukan dengan bantuan SPSS 22.0. Hasil output uji reabilitas data Kuesioner pada penelitian ini adalah sebagai berikut :

Tabel 4.12
Uji Reabilitas Variabel Fasilitas (X1)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.628	4

Sumber: Data Primer diolah oleh peneliti, 2022

Berdasarkan tabel 4.12 dapat dilihat output SPSS 22.0 hasil uji reabilitas data angket variabel fasilitas di RC Cafe, Carwash And Detailing. Dari 4 item pertanyaan angket yang digunakan nilai *Cronbach's Alpha* sebesar 0,628 lebih besar dari 0,60 sehingga dapat disimpulkan jika data tersebut sudah reliabel atau terpercaya.

Tabel 4.13
Uji Reabilitas Variabel Kualitas Pelayanan (X2)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.647	4

Sumber: Data Primer diolah oleh peneliti, 2022

Berdasarkan tabel 4.13 dapat dilihat output SPSS 22.0 hasil uji reabilitas data angket variabel kualitas pelayanan di RC Cafe, Carwash And Detailing. Dari 4 item pertanyaan angket yang digunakan nilai *Cronbach's Alpha* sebesar 0,647 lebih besar dari 0,60 sehingga dapat disimpulkan jika data tersebut sudah reliabel atau terpercaya.

Tabel 4.14
Uji Reabilitas Variabel Harga (X3)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.833	4

Sumber: Data Primer diolah oleh peneliti, 2021

Berdasarkan tabel 4.14 dapat dilihat output SPSS 22.0 hasil uji reabilitas data angket variabel harga di RC Cafe, Carwash And Detailing. Dari 4 item pertanyaan angket yang digunakan nilai *Cronbach's Alpha* sebesar 0,833 lebih besar dari 0,60 sehingga dapat disimpulkan jika data tersebut sudah reliabel atau terpercaya.

Tabel 4.15
Uji Reabilitas Variabel Lokasi (X4)
Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.797	5

Sumber: Data Primer diolah oleh peneliti, 2022

Berdasarkan tabel 4.15 dapat dilihat output SPSS 22.0 hasil uji reabilitas data angket variabel lokasi di RC Cafe, Carwash And Detailing. Dari 5 item pertanyaan angket yang digunakan nilai *Cronbach's Alpha* sebesar 0,797 lebih besar dari 0,60 sehingga dapat disimpulkan jika data tersebut sudah reliabel atau terpercaya.

Tabel 4.16
Uji Reabilitas Variabel Loyalitas Konsumen (Y)
Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.635	3

Sumber: Data Primer diolah oleh peneliti, 2022

Berdasarkan tabel 4.16 dapat dilihat output SPSS 22.0 hasil uji reabilitas data angket variabel loyalitas konsumen di RC Cafe, Carwash And Detailing. Dari 3 item pertanyaan angket yang digunakan nilai *Cronbach's Alpha* sebesar 0,635 lebih besar dari 0,60 sehingga dapat disimpulkan jika data tersebut sudah reliabel atau terpercaya.

2. Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Uji Normalitas digunakan untuk menguji kenormalan data yang dilakukan pada penelitian menggunakan Uji Normalitas *One Sample Kolmogorov-Smirnov Test* dengan bantuan SPSS 22.0. Dasar pengambilan keputusan uji normalitas adalah sebagai berikut.

1. Apabila nilai signifikansi data (Asymp.Sig.) $> 0,05$ maka data telah berdistribusi normal.
2. Apabila nilai signifikansi data (Asymp.Sig.) $< 0,05$ maka data tidak berdistribusi normal.

Tabel 4.17
Uji Normalitas

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.08950048
Most Extreme Differences	Absolute	.085
	Positive	.085
	Negative	-.045
Test Statistic		.085
Asymp. Sig. (2-tailed)		.069 ^c

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

Sumber: *Data Primer diolah oleh peneliti, 2022*

Berdasarkan tabel 4.17 dapat dilihat hasil dari pengujian normalitas. Nilai signifikansi (Asymp.Sig.) adalah sebesar 0,069. Hasil ini menunjukkan bahwa nilai signifikansi (Asymp.Sig.) $> 0,05$ sehingga

dapat disimpulkan bahwa data Fasilitas, Kualitas Layanan, Harga, dan Lokasi terhadap Loyalitas Konsumen telah berdistribusi normal.

b. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinieritas timbul sebagai akibat adanya hubungan antara dua variabel bebas atau lebih atau adanya kenyataan antara dua variabel penjelasan atau tidak lebih bersama-sama dipengaruhi variabel ketiga yang berada diluar model. Model regresi yang baik tidak terjadi multikolinieritas. Untuk mendeteksi tidak terjadi masalah multikolinieritas dapat dilihat dari nilai Tolerance $> 0,10$ dan nilai VIF $< 10,00$. Berikut merupakan output SPSS 22.0 hasil pengujian multikolinieritas.

Tabel 4.18
Uji Multikolinieritas

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	Fasilitas_X1	.570	1.754
	KualitasPelayanan_X2	.591	1.693
	Harga_X3	.909	1.100
	Lokasi_X4	.947	1.056

a. Dependent Variable: LoyalitasKonsumen_Y
Sumber: Data Primer diolah oleh peneliti, 2022

Berdasarkan tabel 4.18 diatas dapat dilihat output hasil pengujian multikolinieritas data kuesioner. Dapat dilihat nilai Tolerance $> 0,10$ dan nilai VIF $< 10,00$ sehingga dapat disimpulkan jika data pada penelitian ini tidak terjadi masalah multikolinieritas.

c. Uji Heterokedstisitas

Uji Heterokedstisitas digunakan untuk menilai apakah ada ketidaksamaan varian dari residual untuk semua pengamatan pada model regresi linier. Metode pengambilan keputusan yang dilakukan untuk pengujian heterokedstisitas adalah sebagai berikut.

- 1) Apabila nilai signifikansi data $> 0,05$ maka data penelitian tidak ada masalah heterokedstisitas
- 2) Apabila nilai signifikansi data $< 0,05$ maka data penelitian ada masalah heterokedstisitas

Tabel 4.19
Uji Heterokestastisitas

		Unstandardized		Standardized	t	Sig.
		Coefficients		Coefficients		
Model		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-.070	.741		-.095	.925
	Fasilitas_X1	.065	.040	.216	1.631	.106
	KualitasPelayanan_X2	-.049	.045	-.143	-1.098	.275
	Harga_X3	.002	.021	.008	.080	.936
	Lokasi_X4	.033	.019	.174	1.696	.093

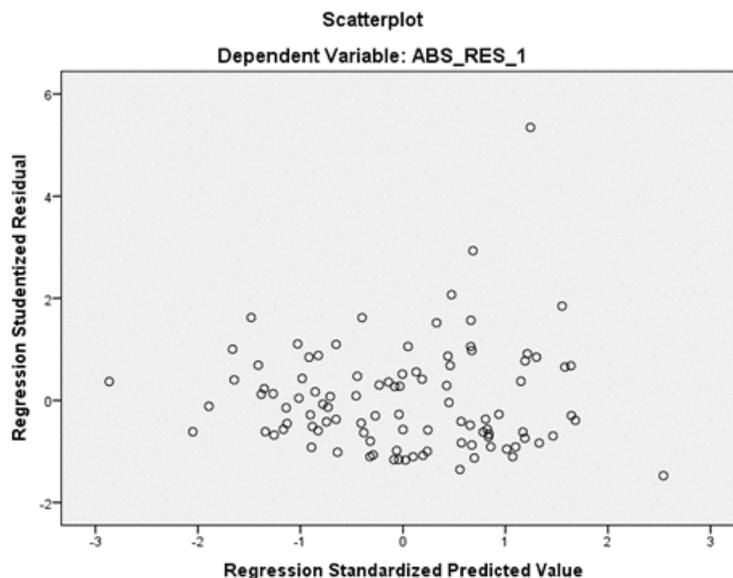
a. Dependent Variable: ABS_RES_1

Sumber: Data Primer diolah oleh peneliti, 2022

Berdasarkan tabel 4.19 diatas dapat dilihat hasil output uji heterokedstisitas. Nilai signifikansi variabel fasilitas adalah sebesar 0,106, Nilai signifikansi variabel kualitas pelayanan adalah sebesar 0,275, nilai signifikansi variabel harga adalah sebesar 0,936 dan Nilai signifikansi variabel lokasi adalah sebesar 0,093. Karena hasil nilai

signifikansi semua variabel $> 0,05$ dapat disimpulkan bahwa data tidak terdapat masalah heterokedastisitas.

Gambar 4.5 Scatter Plot



Sumber: Data Primer diolah oleh peneliti, 2022

Scatterplot dapat dilihat dengan cara melihat grafik plot antara nilai prediksi variabel dependen yaitu ZPRED dengan residualnya (variabel independen) yaitu SRESID. syarat tidak terjadi heterokedestisitas yaitu tidak ada pola yang jelas, titik-titik menyebar diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y. Scatterplot diatas menggambarkan bahwa tidak ada pola yang jelas. serta titik-titik menyebar diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y, hal ini berarti tidak terjadi heterokedastisitas pada model regresi.

d. Autokorelasi

Uji Autokorelasi merupakan pengujian untuk mengetahui apakah didalam regresi linier berganda terdapat korelasi antara kesalahan

pengganggu pada periode sebelumnya. Berikut merupakan hasil uji Autokorelasi pada penelitian ini.

Tabel 4.20
Uji Autokorelasi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.614 ^a	.377	.350	1.11220	2.066

a. Predictors: (Constant), Lokasi_X4, KualitasPelayanan_X2, Harga_X3, Fasilitas_X1

b. Dependent Variable: LoyalitasKonsumen_Y

Sumber: Data Primer diolah oleh peneliti, 2022

Berdasarkan tabel 4.20 diatas dapat dilihat hasil output uji autokorelasi menggunakan SPSS yang menunjukkan nilai Durbin Watson $(4-d) > dU = (4 - 2,066 = 1,934) > 1,78$ sehingga dapat disimpulkan bahwa data tidak terdapat masalah autokorelasi.

3. Analisis Regresi

a. Regresi Linier Berganda

Analisis Regresi linier berganda digunakan untuk mengetahui hubungan antara variabel dependen Loyalitas Konsumen (Y) dengan variabel independen Fasilitas (X1), Kualitas Pelayanan (X2), Harga (X3), dan Lokasi (X4).

Tabel 4.21
Uji Regresi Linier Berganda

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2.955	1.207		2.449	.016
	Fasilitas_X1	.193	.065	.320	2.980	.004
	KualitasPelayanan_X2	.163	.073	.235	2.226	.028
	Harga_X3	.072	.034	.179	2.111	.037
	Lokasi_X4	.106	.031	.282	3.391	.001

a. Dependent Variable: LoyalitasKonsumen_Y

Sumber: Data Primer diolah oleh peneliti, 2022

Berdasarkan tabel 4.21 diatas hasil uji regresi linier berganda diperoleh persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = a + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \beta_4 X_4 + e$$

$$Y = 2,955 + 0,193X_1 + 0,163X_2 + 0,072X_3 + 0,106X_4 + e$$

Berdasarkan persamaan regresi diatas, maka dapat diuraikan sebagai berikut:

1. Nilai konstanta yang dihasilkan sebesar 2,955 positif menyatakan bahwa variabel fasilitas, kualitas pelayanan, harga, dan lokasi dalam keadaan *constant* (tetap) maka variabel loyalitas konsumen menunjukkan nilai sebesar 2,955.
2. Nilai koefisien fasilitas (X1) sebesar + 0,193 bernilai positif menunjukkan jika nilai loyalitas konsumen (Y) naik satu satuan maka nilai fasilitas (X1) akan naik sebesar 0,193 dengan syarat variabel yang lainnya konstan

3. Nilai koefisien kualitas layanan (X2) sebesar + 0,163 bernilai positif menunjukkan jika nilai loyalitas konsumen (Y) naik satu satuan maka nilai kualitas layanan (X2) akan naik sebesar 0,163 dengan syarat variabel yang lainnya konstan
 4. Nilai koefisien harga (X3) sebesar 0,072 bernilai positif menunjukkan jika nilai loyalitas konsumen (Y) naik satu satuan maka nilai harga (X3) akan naik sebesar 0,072 dengan syarat variabel yang lainnya konstan
 5. Nilai koefisien lokasi (X4) sebesar 0,106 bernilai positif menunjukkan jika nilai loyalitas konsumen (Y) naik satu satuan maka nilai lokasi (X4) akan naik sebesar 0,106 dengan syarat variabel yang lainnya konstan
- b. Uji T

Uji T dilakukan untuk mengetahui secara parsial apakah ada pengaruh antara variabel terikat dan variabel bebas dalam suatu penelitian. Hasil output uji T pada penelitian ini dengan menggunakan SPSS 22.0 adalah sebagai berikut.

Tabel 4.22 Uji T**Coefficients^a**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	2.955	1.207		2.449	.016
Fasilitas_X1	.193	.065	.320	2.980	.004
KualitasPelayanan_X2	.163	.073	.235	2.226	.028
Harga_X3	.072	.034	.179	2.111	.037
Lokasi_X4	.106	.031	.282	3.391	.001

a. Dependent Variable: LoyalitasKonsumen_Y

Sumber: Data Primer diolah oleh peneliti, 2022

1. Pengaruh Fasilitas terhadap Loyalitas Konsumen

Hipotesis penelitian uji T pengaruh Fasilitas terhadap Loyalitas Konsumen adalah sebagai berikut.

H_0 : Tidak ada Pengaruh signifikan Fasilitas terhadap Loyalitas Konsumen

H_1 : Ada Pengaruh signifikan Fasilitas terhadap Loyalitas Konsumen

Dasar pengambilan keputusan uji T dalam penelitian ini adalah sebagai berikut

- 1) Apabila nilai $T_{hitung} < T_{tabel}$ maka H_0 diterima
- 2) Apabila nilai $T_{hitung} > T_{tabel}$ maka H_0 ditolak

Nilai T_{tabel} dapat dilihat dalam tabel statistik dengan signifikansi 0,05 $df=n-k-1=100-5-1=94$ sehingga hasil T_{tabel} yang diperoleh adalah sebesar 1,985

Berdasarkan tabel 4.22 dapat dilihat hasil output SPSS 22.0 uji T pengaruh Fasilitas terhadap Loyalitas Konsumen. Hasil uji T yang diperoleh adalah sebesar $2,980 > T_{tabel} = 1,985$ diputuskan H_0 ditolak

sehingga diperoleh kesimpulan ada pengaruh signifikan Fasilitas terhadap Loyalitas Konsumen.

2. Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Loyalitas Konsumen

Berikut merupakan hasil uji T Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Loyalitas Konsumen. Hipotesis penelitian uji T pada penelitian ini adalah sebagai berikut.

H_0 : Tidak ada Pengaruh signifikan Kualitas Layanan terhadap Loyalitas Konsumen

H_2 : Ada Pengaruh signifikan Kualitas Layanan terhadap Loyalitas Konsumen

Dasar pengambilan keputusan uji T dalam penelitian ini adalah sebagai berikut

1. Apabila nilai $T_{hitung} < T_{tabel}$ maka H_0 diterima
2. Apabila nilai $T_{hitung} > T_{tabel}$ maka H_0 ditolak

Nilai T_{tabel} dapat dilihat dalam tabel statistik dengan signifikansi 0,05 $df=n-k-1=100-5-1=94$ sehingga hasil T_{tabel} yang diperoleh adalah sebesar 1,985.

Berdasarkan tabel 4.22 dapat dilihat hasil output SPSS 22.0 uji T Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Loyalitas Konsumen. Hasil uji T yang diperoleh adalah sebesar $2,226 > T_{tabel} = 1,985$ diputuskan H_0 ditolak sehingga diperoleh kesimpulan ada Pengaruh signifikan Kualitas Layanan terhadap Loyalitas Konsumen.

3. Pengaruh Harga terhadap Loyalitas Konsumen

Berikut merupakan hasil uji T Pengaruh Harga terhadap Loyalitas Konsumen. Hipotesis penelitian uji T pada penelitian ini adalah sebagai berikut.

H_0 : Tidak ada Pengaruh signifikan Harga terhadap Loyalitas Konsumen

H_3 : Ada Pengaruh signifikan Harga terhadap Loyalitas Konsumen

Dasar pengambilan keputusan uji T dalam penelitian ini adalah sebagai berikut

a) Apabila nilai $T_{hitung} < T_{tabel}$ maka H_0 diterima

b) Apabila nilai $T_{hitung} > T_{tabel}$ maka H_0 ditolak

Nilai T_{tabel} dapat dilihat dalam tabel statistik dengan signifikansi 0,05 $df=n-k-1=100-5-1=94$ sehingga hasil T_{tabel} yang diperoleh adalah sebesar 1,985.

Berdasarkan tabel 4.22 dapat dilihat hasil output SPSS 22.0 uji T Pengaruh Harga terhadap Loyalitas Konsumen. Hasil uji T yang diperoleh adalah sebesar $2,111 > T_{tabel} = 1,985$ diputuskan H_0 ditolak sehingga diperoleh kesimpulan ada Pengaruh signifikan Harga terhadap Loyalitas Konsumen.

4. Pengaruh Lokasi terhadap Loyalitas Konsumen

Berikut merupakan hasil uji T Pengaruh Lokasi terhadap Loyalitas Konsumen. Hipotesis penelitian uji T pada penelitian ini adalah sebagai berikut.

H_0 : Tidak ada Pengaruh signifikan Harga terhadap Loyalitas Konsumen

H_4 : Ada Pengaruh signifikan Harga terhadap Loyalitas Konsumen

Dasar pengambilan keputusan uji T dalam penelitian ini adalah sebagai berikut

a) Apabila nilai $T_{hitung} < T_{tabel}$ maka H_0 diterima

b) Apabila nilai $T_{hitung} > T_{tabel}$ maka H_0 ditolak

Nilai T_{tabel} dapat dilihat dalam tabel statistik dengan signifikansi 0,05 $df=n-k-1=100-5-1=94$ sehingga hasil T_{tabel} yang diperoleh adalah sebesar 1,985.

Berdasarkan tabel 4.22 dapat dilihat hasil output SPSS 22.0 uji T Pengaruh Lokasi terhadap Loyalitas Konsumen. Hasil uji T yang diperoleh adalah sebesar $3,391 > T_{tabel} = 1,985$ diputuskan H_0 ditolak sehingga diperoleh kesimpulan ada Pengaruh signifikan Lokasi terhadap Loyalitas Konsumen.

c. Uji F

Uji F dilakukan untuk menguji pengaruh semua variabel terikat dan bebas dilakukan uji Anova (Uji F) merupakan pengujian secara serentak atau bersama-sama dilakukan untuk mengetahui apakah ada pengaruh atau tidak variabel Fasilitas, Kualitas Layanan, Harga, dan Lokasi terhadap Loyalitas Konsumen. Hipotesis penelitian uji F pada penelitian ini adalah sebagai berikut.

H_0 : Tidak ada pengaruh signifikan Fasilitas, Kualitas Layanan, Harga, dan Lokasi terhadap Loyalitas Konsumen

H_5 : Ada pengaruh signifikan Fasilitas, Kualitas Layanan, Harga, dan Lokasi terhadap Loyalitas Konsumen

Dasar pengambilan keputusan uji F dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

- 1) Apabila nilai $F_{hitung} < F_{tabel}$ maka H_0 diterima
- 2) Apabila nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka H_0 ditolak

Nilai F_{tabel} dapat dilihat dalam tabel statistik dengan signifikansi 0,05, $df_1=k=5$, $df_2=n-k-1=100-5-1=94$ sehingga hasil F_{tabel} yang diperoleh adalah sebesar 2,31. Hasil output anova (Uji F) pada penelitian ini dengan menggunakan SPSS 22.0 adalah sebagai berikut.

Tabel 4.23 Uji F

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	70.996	4	17.749	14.349	.000 ^b
	Residual	117.514	95	1.237		
	Total	188.510	99			

a. Dependent Variable: LoyalitasKonsumen_Y

b. Predictors: (Constant), Lokasi_X4, KualitasPelayanan_X2, Harga_X3, Fasilitas_X1

Sumber: Data Primer diolah oleh peneliti, 2022

Berdasarkan tabel 4.23 dapat dilihat hasil output SPSS 22.0 uji F Fasilitas, Kualitas Layanan, Harga, dan Lokasi terhadap Loyalitas Konsumen. Hasil uji F yang diperoleh adalah sebesar $14,394 > F_{hitung} = 2,31$ diputuskan H_0 ditolak sehingga diperoleh kesimpulan ada

pengaruh signifikan Fasilitas, Kualitas Layanan, Harga, dan Lokasi terhadap Loyalitas Konsumen.

d. Koefisien Determinasi

Analisis ini digunakan untuk mengetahui seberapa besar kontribusi variabel *independen* terhadap variabel *dependen*, dengan melihat nilai *Adjusted R Square* dari data tabel *Model Summary*. Hasil output koefisien determinasi pada penelitian ini adalah sebagai berikut.

Tabel 4.24
Uji R Square

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.614 ^a	.377	.350	1.11220

a. Predictors: (Constant), Lokasi_X4, KualitasPelayanan_X2, Harga_X3, Fasilitas_X1

b. Dependent Variable: LoyalitasKonsumen_Y

Sumber: Data Primer diolah oleh peneliti, 2022

Berdasarkan Tabel 4.24 dapat dilihat hasil analisis *Adjusted R Square* dari data Fasilitas, Kualitas Layanan, Harga, dan Lokasi terhadap Loyalitas Konsumen. Diperoleh hasil *Adjusted R Square* sebesar 0,350 yang artinya Loyalitas Konsumen dipengaruhi oleh variabel Fasilitas, Kualitas Layanan, Harga, dan Lokasi adalah sebesar 35% dan sisanya dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak masuk dalam model.