

BAB IV

HASIL PENELITIAN

A. Gambaran Umum Objek Penelitian

Persewaan lapangan Global Futsal berlokasi di Jalan Pahlawan Nomor 86, Desa Ketanon, Kecamatan Kedungwaru Kabupaten Tulungagung. Telepon (0355) 336789. Global Futsal pertama kali didirikan oleh bapak Ah Yung dan mulai beroperasi pada tahun 2009 yang diresmikan secara langsung oleh Bupati Tulungagung pada saat itu yaitu Ir. Heru Tjahjono, MM. Setelah dilakukan peresmian, Global Futsal beroperasi setiap hari, mulai pukul 08.00 WIB sampai dengan pukul 22.00 WIB. Global Futsal memiliki fasilitas utama yaitu 2 lapangan futsal serta pendukung lainnya seperti gerai atau toko makanan ringan serta minuman, mushola, kamar mandi, tempat parkir yang cukup luas, serta ruang tunggu yang dilengkapi dengan kursi tunggu serta pendingin ruangan. Sementara ini persewaan lapangan futsal Global Futsal hanya berada di Jalan Pahlawan Kabupaten Tulungagung saja, artinya Global Futsal belum memiliki cabang di tempat lainnya.

B. Deskripsi Responden

1. Profil Responden

Populasi dalam penelitian ini adalah member muslim global futsal ketanon Tulungagung. Adapun jumlah sampel yang ditentukan pada

global futsal ketanon Tulungagung sebanyak 43 orang dengan teknik pengambilan sampel yaitu *purposive sampling*, dimana responden yang digunakan dalam penelitian ini hanya konsumen muslim yang menjadi member serta telah melakukan persewaan lapangan futsal di global futsal minimal sebanyak 3 kali. Setiap responden diberi angket untuk memberikan jawaban atas pernyataan yang telah disediakan.

2. Karakteristik Responden

Untuk mempermudah dalam mengidentifikasi responden dalam penelitian ini, maka diperlukan sebuah gambaran mengenai karakteristik responden. Dalam penelitian ini peneliti membagi karakteristik responden menjadi 4 bagian, sebagai berikut :

- 1) Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin

Tabel 4.1

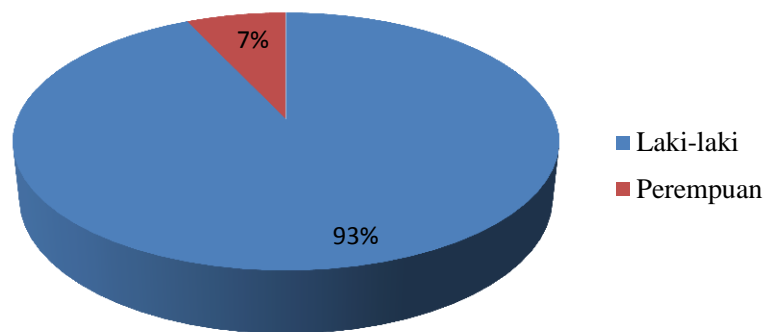
Jenis Kelamin Responden

No.	Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase (%)
1.	Laki-laki	40	93%
2.	Perempuan	3	7%
	Total	43	100%

Sumber : Tabel Identitas Responden

Apabila ditampilkan dalam bentuk diagram dapat dilihat pada gambar dibawah ini :

Gambar 4.1
Jenis Kelamin Responden



Pada tabel 4.1 diketahui bahwa jenis kelamin konsumen global futsal ketanon Tulungagung yang diambil sebagai responden didominasi oleh responden laki-laki. Dari 43 responden, jumlah responden berjenis kelamin laki-laki memiliki jumlah terbesar yakni 40 orang atau 93%, sedangkan responden yang berjenis kelamin perempuan sebanyak 3 orang atau 7%.

2) Karakteristik responden berdasarkan usia

Data mengenai usia responden disini, peneliti mengelompokkan menjadi 4 kategori, yaitu usia 17 s/d 22 tahun, 23 s/d 28 tahun, 29 s/d 34 tahun, dan usia 34 s/d 40 tahun. Adapun data mengenai usia konsumen global futsal ketanon

Tulungagung yang diambil sebagai responden adalah sebagai berikut:

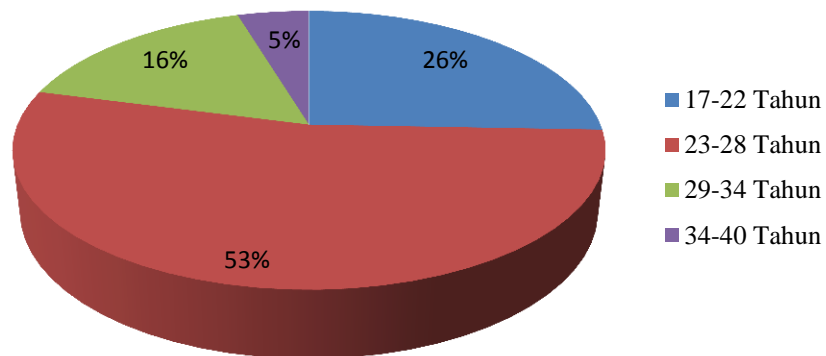
Tabel 4.2
Usia Responden

No.	Usia	Jumlah	Persentase (%)
1.	17-22 Tahun	11	26%
2.	23-28 Tahun	23	53%
3.	29-34 Tahun	7	16%
4.	34-40 Tahun	2	5%
	Total	43	100%

Sumber : Data kuesioner yang diolah, 2018

Apabila ditampilkan dalam bentuk diagram dapat dilihat pada gambar dibawah ini :

Gambar 4.2
Usia Responden



Pada tabel 4.2 dapat diketahui bahwa konsumen global futsal ketanon Tulungagung yang diambil sebagai responden mayoritas adalah berusia 23 – 28 tahun yaitu sebanyak 23 orang (53%),

sedangkan yang berusia 17 – 22 tahun sebanyak 11 orang (26%), usia 29 – 34 tahun sebanyak 7 orang (16%), dan jumlah terkecil yaitu responden yang berusia 34 – 40 tahun yakni sebesar 2 orang (5%).

3) Karakteristik responden berdasarkan tingkat pendidikan

Data mengenai pendidikan responden disini, peneliti mengelompokkan menjadi 3 kategori, yaitu tamat SMP/Sederajat, SMA/Sederajat, serta Diploma/Sarjana dan lain lain. Adapun data mengenai tingkat pendidikan konsumen global futsal ketanon Tulungagung yang diambil sebagai responden adalah sebagai berikut:

Tabel 4.3

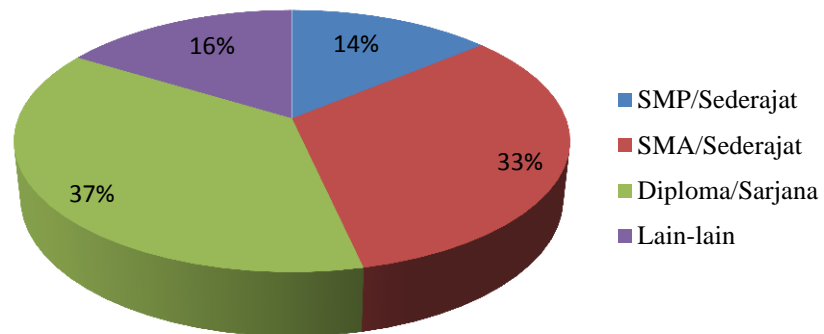
Tingkat Pendidikan Responden

No.	Usia	Jumlah	Persentase (%)
1.	SMP/Sederajat	6	14%
2.	SMA/Sederajat	14	33%
3.	Diploma/Sarjana	16	37%
4.	Lain-lain	7	16%
	Total	43	100%

Sumber : Data kuesioner yang diolah, 2018

Apabila ditampilkan dalam bentuk diagram dapat dilihat pada gambar dibawah ini :

Gambar 4.3
Tingkat Pendidikan Responden



Pada tabel 4.3 memberikan informasi bahwa mayoritas responden berpendidikan SMP/Sederajat sebanyak 6 orang (14%), sedangkan yang berpendidikan SMA/Sederajat SD sebanyak 14 orang (33%), Diploma/Sarjana sebanyak 16 orang (37%), dan Lain-lain sebanyak 7 orang (16%).

4) Karakteristik responden berdasarkan pekerjaan

Data mengenai pekerjaan responden disini, peneliti mengelompokkan menjadi 4 kategori, yaitu: Pelajar/Mahasiswa PNS, Karyawan Swasta/ Wiraswasta, serta Lain-lan. Adapun data mengenai pekerjaan konsumen global futsal ketanon Tulungagung yang diambil sebagai responden adalah sebagai berikut:

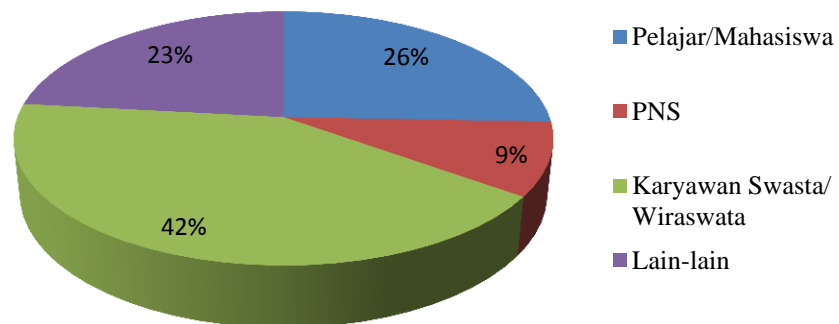
Tabel 4.4
Pekerjaan Responden

No.	Pekerjaan	Jumlah	Persentase (%)
1.	Pelajar/Mahasiswa	11	26%
2.	PNS	4	9%
3.	Karyawan Swasta/ Wiraswata	18	42%
4.	Lain-lain	10	23%
	Total	43	100%

Sumber : Data kuesioner yang diolah, 2018

Apabila ditampilkan dalam bentuk diagram dapat dilihat pada gambar dibawah ini :

Gambar 4.4
Pekerjaan Responden



Pada tabel 4.4 dapat diketahui bahwa yang diambil sebagai responden sebagian besar adalah Karyawan swasta/ wiraswasta. Berdasarkan tabel tersebut, memberikan informasi bahwa mayoritas responden dengan pekerjaan Karyawan Swasta/Wiraswata sebanyak 18 orang (42%), sedangkan jumlah

terkecil yaitu responden dengan pekerjaan PNS yakni sebanyak 4 orang (9%), pelajar/Mahasiswa sebanyak 11 orang (26%), dan lain-lain sebanyak 10 orang (23%).

C. Diskripsi Variabel

Dari kuesioner atau angket yang telah peneliti sebarakan kepada responden yang terdiri dari 21 item pernyataan dan dibagi dalam 3 kategori yaitu:

- a. 7 pernyataan digunakan untuk mengetahui tentang pengaruh bauran pemasaran (X_1)
- b. 7 pernyataan digunakan untuk mengetahui tentang pengaruh kualitas pelayanan (X_2)
- c. 7 pernyataan digunakan untuk mengetahui tentang loyalitas konsumen (Y)

Berdasarkan hasil penelitian dari tiga variabel yang diajukan dapat diketahui gambaran mengenai tanggapan konsumen terhadap global futsal ketanon Tulungagung. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel-tabel berikut:

1. Variabel Bauran Pemasaran

Tabel 4.5

Bauran Pemasaran (X_1)

Bobot	Skor	Jumlah	Persentase
Sangat Setuju	5	120	39,86%
Setuju	4	137	45,52%
Ragu-ragu	3	44	14,62%
Tidak Setuju	2	-	-
Sangat Tidak Setuju	1	-	-

Sumber : Data kuesioner yang diolah, 2018

2. Variabel Kualitas Pelayanan

Tabel 4.6

Kualitas Pelayanan (X_2)

Bobot	Skor	Jumlah	Persentase
Sangat Setuju	5	92	30,56%
Setuju	4	170	56,48%
Ragu-ragu	3	38	12,63%
Tidak Setuju	2	1	0,33%
Sangat Tidak Setuju	1	-	-

Sumber : Data kuesioner yang diolah, 2018

3. Variabel Loyalitas Konsumen

Tabel 4.7

Loyalitas Konsumen (Y)

Bobot	Skor	Jumlah	Persentase
Sangat Setuju	5	106	35,22%
Setuju	4	157	52,16%
Ragu-ragu	3	36	11,96%
Tidak Setuju	2	2	0,66%
Sangat Tidak Setuju	1	-	-

Sumber : Data kuesioner yang diolah, 2018

D. Analisis Data dan Hipotesis Penelitian

Setelah dilakukan penelitian, maka diperoleh data-data mengenai bauran pemasaran, kualitas pelayanan, dan loyalitas konsumen muslim di Global futsa ketanon Tulungagung. Data yang dilakukan analisis adalah data dari kuesioner yang telah disebarakan kepada responden sejumlah 43 orang yaitu berdasarkan jumlah sampel yang telah ditetapkan.

Kuesioner yang dibagikan kepada responden kemudian dikelompokkan berdasarkan karakteristik responden yaitu jenis kelamin, usia, pendidikan, dan pekerjaan. Selanjutnya peneliti melakukan analisis terhadap jawaban responden dari beberapa item pernyataan yang terdapat didalam kuesioner. Dalam kuesioner terdapat 21 item pernyataan yang menyangkut bauran pemasaran dan kualitas pelayanan yang mempengaruhi loyalitas konsumen Global futsal ketanon Tulungagung. Dari beberapa item pernyataan masing-masing terdapat 5 skor alternatif jawaban yaitu :

- 1) Skor 5 untuk jawaban sangat setuju
- 2) Skor 4 untuk jawaban setuju
- 3) Skor 3 untuk jawaban ragu-ragu
- 4) Skor 2 untuk jawaban tidak setuju
- 5) Skor 1 untuk jawaban sangat tidak setuju

Mengenai analisis data hasil kuesioner dari jawaban setiap responden kemudian diolah dengan menggunakan SPSS 16.0 yaitu :

1. Uji Validitas Instrumen

Untuk menguji validitas instrument penulis menggunakan analisis dengan SPSS. Berikut ini adalah hasil pengujian validitas dari data yang diperoleh oleh penulis. Untuk tingkat validitas dilakukan uji signifikansi dengan membandingkan nilai r hitung dengan r tabel. Untuk *degree of freedom* (df) = $n-2$, dalam hal ini n adalah jumlah sampel. Pada kasus ini besarnya df dapat dihitung $43-2$ atau $df = 41$ dengan *alpha* 0,05 didapat r tabel sebesar 0,3008. Jika r hitung lebih besar dari r tabel dan nilai r positif, maka butir pernyataan tersebut dikatakan valid.

Tabel 4.8

Uji Validitas instrumen Bauran Pemasaran (X_1)

Item	r Hitug	r Tabel	Keterangan
1	0,556	0,3008	Valid
2	0,574	0,3008	Valid
3	0,671	0,3008	Valid
4	0,493	0,3008	Valid
5	0,628	0,3008	Valid
6	0,721	0,3008	Valid
7	0,647	0,3008	Valid

Sumber : Data yang diolah SPSS 16.0, 2018

Dari tabel 4.8 diatas terlihat bahwa semua item instrumen bauran pemasaran dari pernyataan nomor 1 s/d 7 dinyatakan valid. Karena semua pernyataan pada tabel diatas mempunyai nilai r hitung (*pearson correlation*) lebih besar dari r tabel didapat dari jumlah sampel 43 dengan taraf signifikansi 5% diperoleh nilai 0,3008. Jadi dapat disimpulkan semua instrumen bauran pemasaran adalah valid.

Tabel 4.9**Uji Validitas instrumen Kualitas Pelayanan (X₂)**

Item	r Hitug	r Tabel	Keterangan
1	0,774	0,3008	Valid
2	0,520	0,3008	Valid
3	0,498	0,3008	Valid
4	0,596	0,3008	Valid
5	0,652	0,3008	Valid
6	0,808	0,3008	Valid
7	0,699	0,3008	Valid

Sumber : Data yang diolah SPSS 16.0, 2018

Dari tabel 4.9 diatas terlihat bahwa semua item instrumen kualitas pelayanan dari pernyataan nomor 1 s/d 7 dinyatakan valid. Karena semua pernyataan pada tabel diatas mempunyai nilai r hitung (*pearson correlation*) lebih besar dari r tabel didapat dari jumlah sampel 43 dengan taraf signifikansi 5% diperoleh nilai 0,3008. Jadi dapat disimpulkan semua instrumen kualitas pelayanan adalah valid.

Tabel 4.10**Uji Validitas instrumen Loyalitas Konsumen (Y)**

Item	r Hitug	r Tabel	Keterangan
1	0,646	0,3008	Valid
2	0,786	0,3008	Valid
3	0,645	0,3008	Valid
4	0,724	0,3008	Valid
5	0,636	0,3008	Valid
6	0,626	0,3008	Valid
7	0,600	0,3008	Valid

Sumber : Data yang diolah SPSS 16.0, 2018

Dari tabel 4.10 diatas terlihat bahwa semua item instrumen loyalitas konsumen dari pernyataan nomor 1 s/d 7 dinyatakan valid. Karena semua pernyataan pada tabel diatas mempunyai nilai r hitung (*pearson correlation*) lebih besar dari r tabel didapat dari jumlah sampel 43 dengan taraf signifikansi 5% diperoleh nilai 0,3008. Jadi dapat disimpulkan semua instrument loyalitas konsumen adalah valid

2. Uji Reabilitas Instrumen

Reabilitas instrumen adalah hasil pengukuran yang dapat dipercaya. Reabilitas instrumen diperlukan untuk mendapatkan data sesuai dengan tujuan pengukuran. Untuk mencapai hal tersebut, dilakukan uji reabilitas dengan menggunakan metode *Alpha Cronbach's* diukur berdasarkan skala *Alpha Cronbach* 0 sampai 1.¹ Adapun hasil pengujian reabilitas dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 4.11

Uji Reabilitas instrumen Bauran Pemasaran

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.719	7

Sumber : Data yang diolah SPSS 16.0, 2018

¹ Agus Eko Sujianto, *Aplikasi Statistik*, (Jakarta : Prestasi Pustaka, 2009), hal. 97

Berdasarkan tabel 4.11 di atas, untuk variabel bauran pemasaran adalah reliabel. Hal ini dapat diketahui dari nilai Alpha yang reliabel yaitu 0,61 s/d 0,80. Hasil uji realibilitas menunjukkan bahwa untuk bauran pemasaran nilai *Alpha Cronbach's* adalah 0,719

Tabel 4.12

Uji Reabilitas instrumen Kualitas Pelayanan (X₂)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.777	7

Sumber : Data yang diolah SPSS 16.0, 2018

Berdasarkan tabel 4.12 di atas, untuk variabel kualitas pelayanan adalah reliabel. Hal ini dapat diketahui dari nilai Alpha yang reliabel yaitu 0,61 s/d 0,80. Hasil uji realibilitas menunjukkan bahwa untuk bauran pemasaran nilai *Alpha Cronbach's* adalah 0,777

Tabel 4.13

Uji Reabilitas instrumen Loyalitas Konsumen (Y)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.787	7

Sumber : Data yang diolah SPSS 16.0, 2018

Berdasarkan tabel 4.13 di atas, untuk variabel loyalitas konsumen adalah reliabel. Hal ini dapat diketahui dari nilai Alpha yang reliabel

yaitu 0,61 s/d 0,80. Hasil uji realibilitas menunjukkan bahwa untuk bauran pemasaran nilai *Alpha Cronbach's* adalah 0,787

3. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Uji Normalitas adalah uji yang dilakukan untuk mengecek apakah penelitian kita berasal dari populasi yang sebenarnya normal. Sedangkan menurut Agus Eko Sujianto Uji distribusi normal adalah uji untuk mengukur apakah data kita memiliki distribusi normal sehingga dapat dipakai dalam statistik parametrik.²

Dalam melakukan uji normalitas data dapat menggunakan pendekatan *Kolmogorow-Smirnov*³. Kriteria dari *Kolmogorow-Smirnov* yaitu :

- a) Nilai Sig. atau signifikansi atau probabilitas $< 0,05$, distribusi data tidak normal.
- b) Nilai Sig. atau signifikansi atau probabilitas $> 0,05$, distribusi data adalah normal.

² Agus Eko Sujianto, *Aplikasi Statistik...* hal. 77

³ Agus Eko Sujianto, *Aplikasi Statistik...* hal. 78

Tabel 4.14

Hasil Uji Normalitas Data

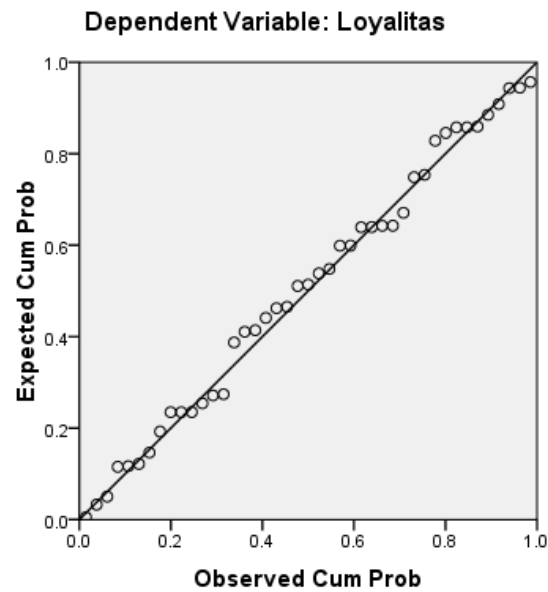
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		43
Normal Parameters ^a	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.15880898
Most Extreme Differences	Absolute	.067
	Positive	.056
	Negative	-.067
Kolmogorov-Smirnov Z		.437
Asymp. Sig. (2-tailed)		.991
a. Test distribution is Normal.		

Sumber : Data yang diolah SPSS 16.0, 2018

Berdasarkan tabel *One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test* atau hasil uji normalitas dapat diketahui nilai Signifikansi sebesar $0,991 > 0,05$. Maka dapat disimpulkan bahwa nilai residual berdistribusi normal.

Selanjutnya uji Kolmogorv-Smirnov akan dipadukan dengan uji *Normal P-P Plot* dengan gambar sebagai berikut :

Gambar 4.5**Hasil Uji *P-P Plot*****Normal *P-P Plot* of Regression Standardized Residual**

Sumber : Data yang diolah SPSS 16.0, 2018

Pada normalitas data dengan *Normal P-P Plot* (gambar 4.5), data yang digunakan dinyatakan berdistribusi normal. Suatu variabel dikatakan normal jika gambar distribusi dengan titik-titik data yang menyebar di sekitar garis diagonal dan penyebaran titik-titik data searah mengikuti garis diagonal.

b. Uji Multikolinearitas

Tabel 4.15
Hasil Uji Multikolinearitas

Coefficients^a

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
1 (Constant)		
Bauran_Pemasaran	.735	1.361
Kualitas_Pelayanan	.735	1.361

a. Dependent Variable: Loyalitas_Konsumen

Sumber : Data yang diolah SPSS 16.0, 2018

Multikolinearitas timbul sebagai akibat adanya hubungan kausal antara dua variabel bebas atau lebih atau adanya kenyataan bahwa dua variabel atau lebih bersama-sama dipengaruhi oleh variabel ketiga yang berada diluar model. Untuk mendeteksi adanya multikolinearitas, Jika nilai Variance Inflation Factor (VIF) tidak lebih dari 10 maka model terbebas dari multikolinearitas⁴

Dari hasil uji multikolinearitas (tabel 4.15) dapat diketahui nilai VIF untuk variabel bauran pemasaran dan variabel kualitas pelayanan sebesar 1,361. Hasil ini berarti variabel terbebas dari

⁴ Agus Eko Sujianto, *Aplikasi Statistik...* hal. 79

multikolinearitas karena nilai VIF $1,372 < 10$. Sedangkan diketahui nilai *Tolerance* sebesar $0,735 > 0,10$, maka tidak terjadi multikolinearitas.

c. Uji Autokorelasi

Autokorelasi berarti terdapatnya korelasi antara anggota sampel atau data pengamatan yang diurutkan berdasarkan waktu, sehingga munculnya suatu datum dipengaruhi oleh datum sebelumnya. Autokorelasi muncul pada regresi yang menggunakan data berskala. Untuk mengetahui suatu persamaan regresi ada atau tidak terjadi korelasi dapat diuji dengan *Durbin Watson* (DW) dengan ketentuan sebagai berikut ⁵ :

- 1) Terjadi autokorelasi positif jika nilai DW dibawah -2 ($DW < -2$)
- 2) Tidak terjadi autokorelasi, jika berada diantara -2 atau +2 atau $-2 \leq DW \leq 2$
- 3) Terjadi autokorelasi negatif jika nilai DW diatas -2 atau $DW > -2$

⁵ Ali Maulidi, *Teknik Belajar Statistik 2*, (Jakarta : Alim's Publishing, 2016), hal. 203

Tabel 4.16**Hasil Uji Autokorelasi****Model Summary^b**

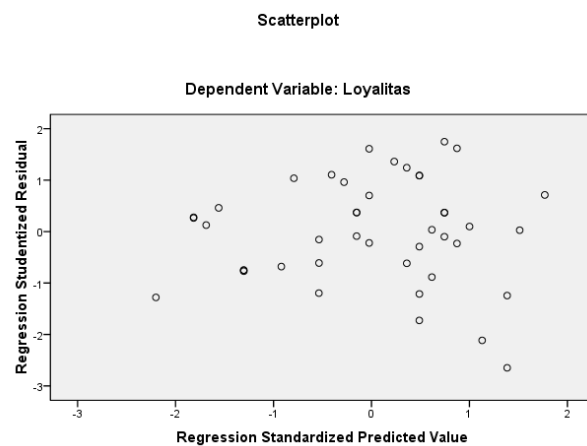
Model	Durbin-Watson
1	1.938

a. Predictors: (Constant), Kualitas_Pelayanan,
Bauran_Pemasaran

b. Dependent Variable: Loyalitas_Konsumen

Sumber : Data yang diolah SPSS 16.0, 2018

Dari hasil uji autokorelasi (tabel 4.16) diketahui nilai *Durbin-Watson* (DW) sebesar 1,938. Artinya nilai DW berada diantara -2 dan 2 atau $-2 < 1,938 < 2$ hal ini berarti persamaan regresi tidak mengalami autokorelasi.

d. Uji Heteroskedastisitas**Gambar 4.6****Hasil Uji Heteroskedastisitas Scatterplot**

Sumber : Data yang diolah SPSS 16.0, 2018

Dari hasil output gambar *scatterplot* (gambar 4.6), didapat titik menyebar di bawah serta di atas sumbu Y, dan tidak mempunyai pola yang teratur. Maka dapat disimpulkan tidak terjadi heteroskedastisitas atau bersifat homoskedastisitas.

Atau pengujian dengan menggunakan Glejser, pengujian dengan menggunakan glejser dilakukan dengan meregresikan variabel-variabel bebas terhadap nilai absolut residualnya. Residual adalah selisish antara nilai observasi dengan nilai prediksi, dan absolut adalah nilai mutlaknya.

Tabel 4.17

Hasil Uji Heteroskedastisitas Glejser

Coefficients^a

Model	Sig.
1 (Constant)	.403
Bauran_Pemasaran	.315
Kualitas_Pelayanan	.586

a. Dependent Variable: RES2

Dari tabel 4.17 dapat diketahui hasil uji heteroskedastisitas dengan glejser diketahui nilai sig variabel bauran pemasaran

sebesar $0,315 > 0,05$ dan nilai sig variabel kualitas pelayanan sebesar $0,586 > 0,05$ artinya tidak terjadi heteroskedastisitas.

4. Uji Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis statistik inferensial yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linier berganda. Analisis ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh secara sendiri-sendiri (parsial) maupun bersama-sama (simultan) antara variabel bebas (bauran pemasaran, dan kualitas pelayanan) dengan variabel terikat (loyalitas konsumen). Secara ringkas hasil uji regresi linear berganda dapat dilihat tabel dibawah ini :

Tabel 4.18

Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients
		B	Std. Error	Beta
1	(Constant)	4.114	3.959	
	Bauran_Pemasaran	.288	.136	.269
	Kualitas_Pelayanan	.577	.135	.545

a. Dependent Variable: Loyalitas

Sumber : Data yang diolah SPSS 16.0, 2018

Berdasarkan hasil uji regresi linear berganda pada tabel 4.18 maka dapat diperoleh hasil persamaan sebagai berikut:

$$Y = 4,114 + 0,288 (\text{Bauran Pemasaran } X_1) + 0,577 (\text{Kualitas Pelayanan } X_2)$$

Penjelasan dari fungsi regresi linear berganda di atas adalah sebagai berikut:

1. Konstanta sebesar 4,114 artinya, apabila bauran pemasaran dan kualitas pelayanan tidak ada, maka loyalitas konsumen bernilai 4,114 satuan.
2. Koefisien regresi X_1 (bauran pemasaran) sebesar 0,288 artinya, setiap penambahan 1 konsumen, atribut bauran pemasaran akan meningkatkan loyalitas konsumen sebesar 0,288 satuan. Dan sebaliknya, jika atribut bauran pemasaran menurunkan 1 konsumen, maka loyalitas konsumen akan turun 0,288 satuan dengan anggapan X_2 tetap.
3. Koefisien regresi X_2 (kualitas pelayanan) sebesar 0,577 artinya, setiap penambahan 1 konsumen, atribut kualitas pelayanan akan meningkatkan loyalitas konsumen sebesar 0,577 satuan. Dan sebaliknya, jika atribut kualitas pelayanan menurunkan 1 konsumen, maka loyalitas konsumen akan turun 0,577 satuan dengan anggapan X_1 tetap.

Tanda (+) menandakan arah hubungan yang searah, sedangkan tanda (-) menunjukkan arah hubungan yang berbanding terbalik antara variabel independen (X) dengan variabel dependen (Y).

5. Uji Hipotesis

a. Uji – t (Uji Parsial)

Uji-t digunakan untuk menguji apakah pernyataan dalam hipotesis itu benar. Uji-t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh suatu variabel independen secara individual dalam menerangkan variabel dependen. Pada tingkat signifikansi $\alpha = 5\%$.

Adapun prosedurnya sebagai berikut :

H0 : Artinya tidak terdapat pengaruh yang signifikan dari variabel bebas terhadap variabel terikat.

H1 : Artinya terdapat pengaruh yang signifikan dari variabel bebas terhadap variabel terikat.

Tabel 4.19**Hasil Uji-t****Coefficients^a**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	4.114	3.959		1.039	.305
Bauran_Pemasaran	.288	.136	.269	2.111	.041
Kualitas_Pelayanan	.577	.135	.545	4.271	.000

a. Dependent Variable:

Loyalitas_Konsumen

Sumber : Data yang diolah SPSS 16.0, 2018

Berdasarkan tabel *coefficients* 4.19 diatas dapat dirumuskan sebagai berikut:

1) Pengaruh bauran pemasaran (X_1) terhadap loyalitas konsumen (Y)

H0 : Tidak ada pengaruh signifikan antara bauran pemasaran terhadap loyalitas konsumen muslim global futsal ketanon Tulungagung.

H1 : Ada pengaruh signifikan antara bauran pemasaran terhadap loyalitas konsumen muslim global futsal ketanon Tulungagung.

Berdasarkan hasil analisis regresi secara parsial diperoleh nilai *sig* sebesar 0,041 dibandingkan dengan taraf signifikan ($\alpha = 5\%$) 0,05 maka :

$$\text{Sig} = 0,041 < \alpha = 0,05$$

atau

$$t \text{ hitung} = 2,111 > t \text{ tabel} = 2,02108$$

Karena $\text{Sig} < \alpha = 0,05$ atau $t \text{ hitung} > t \text{ tabel}$, maka tolak H_0 terima H_1 , artinya Ada pengaruh signifikan antara bauran pemasaran terhadap loyalitas konsumen muslim global futsal ketanon Tulungagung.

- 2) Pengaruh kualitas pelayanan (X_2) terhadap loyalitas konsumen (Y)

H_0 : Tidak ada pengaruh signifikan antara kualitas pelayanan terhadap loyalitas konsumen muslim global futsal ketanon Tulungagung.

H_1 : Ada pengaruh signifikan antara kualitas pelayanan terhadap loyalitas konsumen muslim global futsal ketanon Tulungagung.

Berdasarkan hasil analisis regresi secara parsial diperoleh nilai *sig* sebesar 0,000 dibandingkan dengan taraf signifikan ($\alpha = 5\%$) 0,05 maka :

$$\text{Sig} = 0,000 < \alpha = 0,05$$

atau

$$t \text{ hitung} = 4,271 > t \text{ tabel} = 2,02108$$

Karena $\text{Sig} < \alpha = 0,05$ atau $t \text{ hitung} > t \text{ tabel}$, maka tolak H_0 terima H_1 , artinya ada pengaruh signifikan antara kualitas pelayanan terhadap loyalitas konsumen muslim global futsal ketanon Tulungagung.

b. Uji F (Uji Simultan)

Uji-F digunakan untuk menguji apakah pernyataan dalam hipotesis itu benar. Uji-F pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh dua variabel independen atau lebih secara bersama-sama dalam menerangkan variabel dependen. Pada tingkat signifikansi $\alpha = 5\%$

Tabel 4.20

Hasil Uji F

ANOVA^b

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	212.959	2	106.479	21.759	.000 ^a
Residual	195.739	40	4.893		
Total	408.698	42			

a. Predictors: (Constant), Kualitas_Pelayanan, Bauran_Pemasaran

b. Dependent Variable: Loyalitas

Sumber : Data yang diolah SPSS 16.0, 2018

H0 : Tidak ada pengaruh bauran pemasaran dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas konsumen muslim global futsal ketanon Tulungagung.

H1 : Ada pengaruh bauran pemasaran dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas konsumen muslim global futsal ketanon Tulungagung.

Berdasarkan tabel anova 4.20 diatas dapat diketahui hasil analisis regresi secara simultan diperoleh nilai F_{hitung} 21.759 yang lebih besar dari F_{tabel} sebesar 3,23 atau nilai signifikansi sebesar 0,000 yang lebih kecil dari nilai α sebesar 0,05 sehingga tolak H0 terima H1. Artinya Ada pengaruh bauran pemasaran dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas konsumen muslim global futsal ketanon Tulungagung.

6. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Tabel 4.21

Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.722 ^a	.521	.497	2.21212	1.938

a. Predictors: (Constant), Kualitas_Pelayanan, Bauran_Pemasaran

b. Dependent Variable: Loyalitas

Sumber : Data yang diolah SPSS 16.0, 2018

Nilai koefisien determinasi atau *R Square* berkisar antara 0 sampai 1. Dimana semakin mendekati angka 1 nilai koefisien determinasi maka pengaruh bauran pemasaran (X_1) dan kualitas pelayanan (X_2) terhadap loyalitas konsumen (Y) semakin kuat. Dan sebaliknya, semakin mendekati angka 0 nilai koefisien determinasi maka pengaruh bauran pemasaran (X_1) dan kualitas pelayanan (X_2) terhadap loyalitas konsumen (Y) semakin lemah.

Pada tabel 4.15 atau tabel *model summary* diatas, angka *R Square* adalah 0,521 artinya, besarnya kontribusi X_1 (bauran pemasaran) dan X_2 (kualitas pelayanan) terhadap Y (loyalitas konsumen) secara simultan adalah sebesar 52,1%, sedangkan sisanya ($100\% - 52,1\% = 47,9\%$) dipengaruhi oleh faktor lain diluar variabel yang digunakan dalam penelitian ini.