

## BAB V

### PEMBAHASAN HASIL PENELITIAN

Peneliti telah melakukan penelitian secara langsung dengan melakukan penyebaran kuesioner yang diajukan kepada konsumen muslim Global Futsal Ketanon Tulungagung. Kemudian data yang diperoleh dari hasil jawaban responden atas kuesioner yang peneliti sebar, diolah dengan menggunakan bantuan aplikasi *SPSS 16.0*, maka tujuan yang dikemukakan dalam penelitian ini adalah untuk menjelaskan :

Dalam penelitian ini hasil analisis regresi linier berganda yang terdapat dalam lampiran dapat diketahui bahwa koefisien determinasi (*coefficient of determination*) yang dinotasikan dengan  $R^2$  , berdasarkan uji koefisien determinasi berarti variabel loyalitas konsumen dapat dijelaskan oleh variabel bauran pemasaran ( $X_1$ ), dan kualitas pelayanan ( $X_2$ ), yang diturunkan dalam model sebesar sebesar 52,1% sedangkan sisanya dipengaruhi oleh faktor lain diluar variabel yang digunakan dalam model penelitian ini.

#### **A. Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Loyalitas Konsumen Muslim Global Futsal Ketanon Tulungagung.**

Berdasarkan hasil analisis regresi secara parsial atau hasil uji t yang telah dilakukan, diketahui bahwa nilai *Sig* kurang dari nilai  $\alpha$  dan nilai  $t_{hitung}$  lebih besar dari nilai  $t_{tabel}$ , maka dapat disimpulkan untuk menolak  $H_0$  dan menerima  $H_1$ , artinya bahwa variabel bauran pemasaran berpengaruh signifikan terhadap loyalitas konsumen muslim Global

Futsal. Pengaruhnya bersifat positif yaitu berbanding lurus, artinya apabila  $X_1$  (bauran pemasaran) naik maka akan meningkatkan loyalitas konsumen. Dan sebaliknya, jika atribut bauran pemasaran turun, maka loyalitas konsumen juga akan turun, dengan anggapan  $X_2$  tetap.

Pengaruh bauran pemasaran terhadap loyalitas konsumen diatas, berarti sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Aripin Setiawardi, M. Ali Ramadhani, Andri Ikhwana<sup>1</sup> yang berjudul “Pengaruh Bauran Pemasaran Jasa Terhadap Loyalitas Pelanggan di Taman Air Panas Derajat Pass” yang menyatakan bahwa bauran pemasaran jasa yang terdiri dari produk, harga, lokasi, promosi, karyawan, fasilitas dan proses memiliki pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas pelanggan di Taman Air panas Darajat Pass. dalam penelitian tersebut diketahui nilai Signifikan lebih kecil dari nilai  $\alpha$ , maka  $H_a$  diterima atau bauran pemasaran jasa mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas pelanggan.

Konsep pemasaran yang paling universal dan telah banyak dikembangkan adalah bauran pemasaran (*marketing mix*). Bauran pemasaran merupakan seperangkat alat pemasaran yang digunakan perusahaan untuk terus menerus mencapai tujuan pemasaran di pasar sasaran. Bauran pemasaran terdiri dari tujuh komponen utama, yaitu

---

<sup>1</sup> Aripin Setiawardi, M. Ali Ramadhani, Andri Ikhwana, *Pengaruh Bauran Pemasaran Jasa Terhadap Loyalitas Pelanggan di Taman Air Panas Derajat Pass*, Jurnal Kalibrasi Sekolah Tinggi Teknologi Garut, ISSN : 2302-7320 Vol. 11 No. 1 2013

*product, price, place, promotion, people, physical evidence*, dan *process*. Komponen kunci bauran pemasaran tersebut dapat memainkan peranan yang sangat penting sebagai strategi dan kebijakan perusahaan untuk mewujudkan kepuasan konsumen yang pada akhirnya akan meningkatkan loyalitas konsumen<sup>2</sup>. Hal ini sejalan dengan tanggapan responden pada penelitian ini dimana mayoritas persepsi responden terhadap bauran pemasaran adalah baik.

#### **B. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Konsumen Global Futsal Ketanon Tulungagung.**

Berdasarkan hasil analisis regresi secara parsial atau hasil uji t yang telah dilakukan, dapat diketahui bahwa nilai *Sig* kurang dari nilai  $\alpha$  dan nilai  $t_{hitung}$  lebih besar dari nilai  $t_{tabel}$ , maka dapat disimpulkan untuk menolak  $H_0$  dan menerima  $H_1$ , artinya bahwa variabel kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas konsumen. Pengaruhnya bersifat positif yaitu berbanding lurus, artinya apabila  $X_2$  (kualitas pelayanan) naik maka akan meningkatkan loyalitas nasabah. Dan sebaliknya, jika atribut kualitas pelayanan turun, maka loyalitas konsumen juga akan turun, dengan anggapan  $X_1$  tetap.

Hal ini berarti kualitas pelayanan mempengaruhi loyalitas konsumen muslim Global Futsal Ketanon Tulungagung. Penelitian yang dilakukan oleh Emerald Gilar Susetya yang berjudul Pengaruh

---

<sup>2</sup> Ratih Hurriyaty, *Bauran Pemasaran* ....., hal 89.

Citra dan Kualitas Pelayanan Fasilitas terhadap Loyalitas Konsumen *Score Futsal Yogyakarta*<sup>3</sup>. Metode yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda. Berdasarkan hasil penelitian tentang kualitas pelayanan diketahui bahwa kualitas pelayanan fasilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas Konsumen *Score Futsal Yogyakarta*

Menurut J. Supranto kualitas pelayanan adalah sebuah kata yang bagi penyedia jasa merupakan sesuatu yang harus dikerjakan. Secara etimologi kualitas adalah penilaian konsumen terhadap keseluruhan keunggulan produk, sedangkan kualitas pelayanan merupakan pertimbangan global yang berhubungan dengan superioritas dari pelayanan. Bila kualitas pelayanan yang dihasilkan superior dan pangsa pasar yang dimiliki besar, maka profitabilitasnya terjamin. Perusahaan yang menawarkan barang atau jasa berkualitas superior akan mampu mengalahkan pesaing yang kualitas pelayanannya lebih inferior. Dengan demikian kualitas pelayanan berpengaruh besar terhadap loyalitas konsumen muslim Global futsal ketanon Tulungagung karena Keputusan perusahaan melakukan tindakan perbaikan pelayanan yang sistematis merupakan payung yang menentukan dalam menindaklanjuti komplain konsumen dari suatu kegagalan sehingga pada akhirnya mampu mengikat loyalitas konsumen. Pada jangka pendek, memperbaiki loyalitas pelanggan akan membawa *profit* pada penjualan.

---

<sup>3</sup> Emerald Gilar Susetya, "*Pengaruh Citra dan Kualitas Pelayanan Fasilitas terhadap Loyalitas Konsumen Score Futsal Yogyakarta*", (Yogyakarta : Skripsi tidak diterbitkan, 2013)

**C. Pengaruh Bauran Pemasaran dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Konsumen Muslim Global Futsal Ketanon Tulungagung.**

Berdasarkan hasil output ANOVA diperoleh nilai  $F_{hitung}$  yang lebih besar dari  $F_{tabel}$ , serta nilai signifikansi yang lebih kecil dari nilai  $\alpha$ , maka model regresi bisa digunakan untuk loyalitas konsumen. Dari hasil tersebut maka dapat diketahui bahwa variabel bauran pemasaran dan kualitas pelayanan secara simultan berpengaruh terhadap loyalitas konsumen muslim Global futsal ketanon Tulungagung .

Sehingga teori Ratih Hurriyati yang menetapkan tujuh komponen bauran pemasaran jasa yaitu *product, price, place, promotion, people, physical evidence*, dan *process*. Komponen kunci bauran pemasaran tersebut dapat memainkan peranan yang sangat penting sebagai strategi dan kebijakan perusahaan untuk mewujudkan kepuasan konsumen yang pada akhirnya akan meningkatkan loyalitas konsumen<sup>4</sup>. Serta strategi pemasaran saja tidak cukup dalam mempengaruhi keputusan konsumen, pelayanan yang diberikan juga harus bermutu dan berkualitas. Perhatian setiap perusahaan tidak lagi hanya terbatas pada produk (barang atau jasa yang dihasilkan) semata, tetapi juga pada aspek proses, sumber daya manusia, dan lingkungan, kualitas pelayanan merupakan pertimbangan global yang berhubungan dengan superioritas dari pelayanan.

---

<sup>4</sup> Ratih Hurriyaty, *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*, (Bandung : Alfabeta, 2010), hal 89.

Berdasarkan hasil F menunjukkan bahwa bauran pemasaran dan kualitas pelayanan mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap loyalitas konsumen global futsal ketanon Tulungagung. Loyalitas konsumen dapat terbentuk melalui strategi pemasaran yaitu bauran pemasaran serta kualitas pelayanan yang dihasilkan. Akan tetapi berdasarkan hasil penelitian bahwa loyalitas konsumen tidak hanya dipengaruhi oleh bauran pemasaran dan kualitas pelayanan saja, akan tetapi terdapat faktor lain yang tidak dijelaskan dalam penelitian ini.