

**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS PELAYANAN  
TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN  
MATAHARI DEPARTEMENT STORE JEMBER**

Nely Supeni  
[nelysupeni@yahoo.com](mailto:nelysupeni@yahoo.com)

Dosen Jurusan Manajemen STIE Mandala Jember

**Abstract**

Consumer is the most important thing that needs to be considered by a company. Consumers will remain loyal to the company if they feel satisfied with the product and service provided by the company. Matahari Departement Store is one of the departement store in Jember wich has a loyal customer to them. This study was to determine the effect of product quality and servise quality on customer loyalty Matahari Departement Store. The data used is primary data wich one type of data based on its source which usually obtained by field survei using all the original data collection methods. The type of data in this study are ordinal data. The sample used as many as 60 respondents. The analytical tool used is multiple linear regression with a significance level of 5% or 95% confidence internal. Regression results show that partially X1 (product quality) is significant. X2 (quality product) is significant too. Simultaneously indicates that all independent variabels (quality products and quality service) effect simultaneously on customer loyalty. R square 0,785 wich means that 78,5% change of customer loyalty caused by the product quality and service quality.

**Keywords :** product, service, customer, regression

## **BAB1. PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Permasalahan**

Jember merupakan salah satu Kabupaten di Provinsi Jawa Timur dengan luas daerah 2.948,87 km<sup>2</sup>. Penduduk Kabupaten Jember sejumlah 2.529.929 jiwa dengan mayoritas penduduk adalah suku Jawa dan Madura dengan sebagian besar beragama islam. Di kota Jember terdapat banyak perguruan tinggi, baik perguruan tinggi negeri maupun perguruan tinggi swasta, sehingga memungkinkan bahwa kota Jember banyak didatangi oleh warga dari daerah lain.

Jember memiliki beberapa toko besar di antaranya Matahari Departement Store, Toko baju “Nico”, Jember Roxy Square, Golden Market Mall, Carrefour, dan yang baru hadir adalah Giant. Matahari merupakan Departement Store terbesar yang pertama hadir di kota Jember. Matahari Departement Store merupakan departement store ritel terbesar di Indonesia untuk produk busana fashion, produk kecantikan, dan produk perlengkapan rumah tangga. Matahari senantiasa menyediakan tren fashion terkini serta gerai yang modern dan lengkap bagi kalangan menengah Indonesia yang semakin meningkat. Tercatat bahwa gerai matahari telah hadir di lebih dari 60 kota di Indonesia. Matahari Departement Store berfokus pada penyediaan produk dan layanan yang dapat meningkatkan gaya hidup kalangan berpenghasilan menengah yang menjadi segmen targetnya. Matahari terus menempati posisi nomor satu sebagai departement store di Indonesia.

Matahari Departement Store hadir di kota Jember sekitar tahun 90-an. Kehadirannya disambut gembira oleh masyarakat mengingat Matahari Departement Store dulunya hanya ada di kota-kota besar, seperti Malang dan Surabaya. Jadi biasanya masyarakat menengah ke atas yang ingin membeli produk tren fashion terkini harus pergi ke kota besar untuk mendapatkan produk yang diinginkan, sehingga dengan munculnya Matahari di kota Jember otomatis akan memudahkan masyarakat untuk mendapatkan tren fashion terbaru.

Produk fashion Matahari Departement Store selalu berbeda dari yang lain, bahkan beberapa produknya menjadi ciri khas milik Matahari. Harga produk terkadang jauh lebih mahal, namun tidak sedikit masyarakat yang tetap loyal berbelanja di Matahari Departement Store Jember karena memang beberapa produk tidak ditemukan di departement store yang lain. Produk fashion Matahari Departement Store di antaranya baju, sepatu, sandal, tas, dan produk-produk keperluan rumah tangga. Semua produk selalu mengikuti tren fashion terbaru.

Tidak jarang Matahari Departement Store Jember mengadakan *event discount*, yang membuat harga bisa jauh lebih murah dari toko atau departement store yang lain, padahal dengan kualitas Matahari Departement Store. Pelanggan yang loyal akan bisa paham terhadap kondisi seperti itu, dan saat itulah biasanya Matahari Departement Store ramai pengunjung. Istilah “banting harga” biasa digunakan karena memang potongan harga pembelian bisa lebih dari 50% harga aslinya.

Karyawan Matahari Departement Store Jember tergolong ramah, hal ini bisa dibuktikan dengan senyum dan sapa dari karyawan pada pintu masuk, kasir, dan masing-masing *counter* produk. Setiap pelanggan akan mendapatkan keramahan para karyawan. Matahari Departement Store Jember memiliki 3 lantai dan di setiap lantai telah disediakan tas belanja untuk pelanggan yang akan membeli produk sebelum dibawa ke kasir. Biasanya karyawan akan cepat tanggap pada pelanggan yang tidak mengetahui tempat tas belanja dengan langsung memberikan tas tersebut pada pelanggannya. Pelayanan tersebut tampak sepele, namun jarang bahkan belum ditemui pada departemen store yang lain.

Berdasarkan latar belakang di atas maka penelitian ini ingin menguji apakah kualitas produk dan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan pada Matahari Departement Store Jember.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Rumusan Masalah pada penelitian ini adalah:

1. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan pada Matahari Departement Store?
2. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan pada Matahari Departement Store?
3. Apakah secara simultan kualitas produk dan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan pada Matahari Departement Store?

### **1.3 Tujuan Penelitian dan Manfaat Penelitian**

#### **1.3.1 Tujuan Penelitian**

Tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan pada Matahari Departement Store Jember.
2. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan pada Matahari Departement Store Jember.
3. Untuk mengetahui secara simultan pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan pada Matahari Departement Store Jember.

#### **1.3.2 Manfaat Penelitian**

Manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk Peneliti. Diharapkan dengan penelitian ini peneliti dapat lebih memahami mengenai teori dan dapat mengaplikasikan teori tersebut terhadap studi kasus yang terjadi di masyarakat.
2. Untuk Akademisi. Diharapkan penelitian ini dapat dijadikan referensi, dan daftar empirik untuk penelitian-penelitian selanjutnya.
3. Untuk Matahari Departement Store. Diharapkan penelitian ini dapat dijadikan motivasi untuk lebih meningkatkan kembali kualitas produk dan kualitas pelayanannya.

## **BAB 2. TINJAUAN PUSTAKA**

### **2.1 Pengertian Kualitas**

Menurut Kotler (1996:49), kualitas adalah keseluruhan ciri serta sifat dari suatu produk atau pelayanan yang berpengaruh pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau yang tersirat. Para pemasar memainkan beberapa peran dalam membantu perusahaan mereka mendefinisikan dan memberikan barang dan jasa yang berkualitas tinggi kepada pelanggan sasaran, yaitu:

- a. Mereka bertanggung jawab untuk secara benar mengidentifikasi kebutuhan dan keinginan pelanggan.
- b. Mereka harus mengkomunikasikan harapan pelanggan secara benar kepada perancang produk.
- c. Mereka harus memastikan bahwa pesanan pelanggan dipenuhi secara benar dan tepat waktu.
- d. Mereka harus memastikan bahwa pelanggan telah menerima instruksi, pelatihan, dan bantuan teknis yang tepat dalam penggunaan produk.
- e. Mereka harus tetap berhubungan dengan pelanggan setelah penjualan untuk memastikan bahwa mereka puas dan akan tetap puas.
- f. Mereka harus mengumpulkan gagasan pelanggan untuk penyempurnaan produk dan pelayanan serta menyampaikannya kepada departemen-departemen perusahaan yang tepat.

Jika pemasar melakukan semua hal ini, mereka telah memberikan kontribusi khusus mereka kepada manajemen kualitas total dan kepuasan pelanggan.

## **2.2 Produk**

Menurut Kotler (2005:49), kualitas produk adalah keseluruhan ciri serta sifat dari suatu produk atau pelayanan pada kemampuan untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan/ tersirat”.

Adapun arti dari kualitas oleh Philip Kotler (1992: 55 ) sebagai berikut: *Quality is the totality of features and characteristics of a product or service that bear on its ability to satisfy stated or implied needs.* Maksud dari definisi di atas adalah kualitas produk merupakan keseluruhan ciri serta sifat barang dan jasa yang berpengaruh pada kemampuan dalam memenuhi kebutuhan dan keinginan yang dinyatakan maupun yang tersirat.

### **2.3 Pelayanan**

Menurut Kotler (2002: 83), pelayanan adalah setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun. Pelayanan merupakan upaya produsen dalam memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen. Pelayanan merupakan salah satu faktor yang akan memengaruhi konsumen untuk menggunakan produk dari produsen secara berulang.

### **2.4 Loyalitas Pelanggan**

Menurut Oliver dalam buku Kotler and Keller (2008:138) mendefinisikan loyalitas (*loyalty*) sebagai “komitmen yang dipegang secara mendalam untuk membeli atau mendukung kembali produk atau jasa yang disukai di masa depan meski pengaruh situasi dan usaha pemasaran berpotensi menyebabkan pelanggan beralih.

## **BAB 3. METODE PENELITIAN**

### **3.1. Rancangan Penelitian**

Penelitian ini adalah *explanatory research*. Menurut Singarimbun dan Effendi (1995: 256), *explanatory research* yaitu metode penelitian untuk meneliti ada tidaknya pola hubungan antara dua variabel atau lebih.

Penelitian eksplanatori merupakan penelitian yang menjelaskan hubungan kausal (sebab akibat) antar variabel melalui pengujian hipotesis. Penelitian ini bertujuan menganalisis pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan di Matahari Departement Store Jember.

### **3.2. Populasi dan Sampel**

Menurut Indriantoro dan Supomo (1999: 115), populasi adalah sekelompok orang, kejadian atau segala sesuatu yang mempunyai karakteristik tertentu. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pengunjung Matahari Departement Store.

Menurut Indriantoro dan Supomo (1999: 115), sampel adalah bagian dari elemen-elemen populasi. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah *snowball sampling* yaitu salah satu jenis teknik pengambilan sampel *non probability*. Teknik ini seperti bola salju, yang semakin lama akan semakin besar. Teknik ini diawali dengan menggunakan sampel kecil dengan menggunakan teknik wawancara, dan setelah itu peneliti meminta untuk ditunjukkan sampel mana yang dapat direkomendasikan sebagai sampel yang layak untuk diwawancarai, dari sinilah maka sampel yang didapat semakin lama akan semakin membesar.

Dalam penelitian ini teknik analisis yang digunakan adalah *Partial Least Square* (PLS). Menurut Ghazali (2006: 19), jumlah sampel minimal yang digunakan ditentukan dengan cara mengalikan jumlah indikator terbesar dari variabel yang diteliti dengan 10. Jumlah indikator terbesar dalam penelitian ini adalah 6, sehingga jumlah sampel minimal yaitu 60.

### **3.3. Teknik Pengumpulan Data**

Dalam penelitian ini metode pengumpulan data yang digunakan adalah melalui teknik kuesioner. Kuesioner yang diberikan kepada responden adalah pertanyaan-pertanyaan yang berhubungan dengan masalah penelitian yang sekaligus akan menjawab tujuan penelitian kali ini. Responden tersebut adalah responden yang dianggap sering membeli produk fashion di Matahari Departement Store Jember. Dimulai dari 1 responden terlebih dahulu, kemudian dilanjutkan ke responden berikutnya berdasarkan rekomendasi dari responden pertama. Responden pertama akan merekomendasikan satu atau beberapa responden yang dianggap loyal terhadap Matahari Departement Store Jember.

### **3.4. Jenis dan Sumber Data**

Data yang digunakan dalam penelitian kali ini adalah data primer. Menurut Kuncoro (2003:127), data primer merupakan salah satu jenis data berdasarkan sumbernya yang biasanya diperoleh dengan survei lapangan yang menggunakan semua metode pengumpulan data orisinal. Data dalam penelitian ini tergolong dalam data ordinal. Menurut Tabachnick & Fidell (1996: 8), dalam bukunya Kuncoro (2003:125) data ordinal yaitu data yang dinyatakan dalam bentuk kategori, namun posisi data tidak sama derajatnya karena dinyatakan dalam skala peringkat.

### **3.5. Variabel Penelitian dan Definisi Operasional**

#### **3.5.1. Variabel Penelitian**

Dalam penelitian ini variabel yang digunakan ada 2, yaitu variabel dependen (Y) dan variabel independen (X). Variabel dependen adalah variabel terikat yaitu loyalitas pelanggan Matahari Departement Store Jember. Sedangkan variabel independen adalah variabel bebas yaitu kualitas produk dan kualitas pelayanan. Penelitian ini untuk melihat pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan baik secara parsial maupun secara simultan.

#### **3.5.2. Definisi Operasional**

- a. Kualitas Produk (X1) adalah kelebihan yang dimiliki produk fashion Matahari Departement Store Jember. Produk fashion disini adalah baju, sandal, dan sepatu.
- b. Kualitas Pelayanan (X2) adalah sikap karyawan Matahari Departement Store terhadap para pelanggan yang berkunjung di Matahari Departement Store Jember.
- c. Loyalitas Pelanggan (Y) adalah pelanggan yang dianggap sering berkunjung ke Matahari Departement Store.

### 3.6. Skala Pengukuran Variabel

Teknik pengukuran data dalam penelitian ini yaitu dengan menggunakan skala likert, sehingga variabel yang akan diukur dijelaskan melalui indikator variabel, yang nantinya akan menjadi item-item pertanyaan. Kuesioner yang dibuat akan di sediakan jawaban dalam 5 kategori jawaban, dan masing-masing kategori diberikan skor 5 kategori dan skor masing-masing jawaban adalah sebagai berikut:

- Sangat Setuju (SS) = skor 5
- Setuju (S) = skor 4
- Netral = skor 3
- Tidak Setuju (TS) = skor 2
- Sangat Tidak Setuju (STS) = skor 1

### 3.7. Uji Instrument

#### 3.7.1 Uji Validitas

Menurut Sugiyono (2013: 267), validitas merupakan derajat ketepatan antara data yang terjadi pada objek penelitian dengan daya yang dapat dilaporkan oleh peneliti. Dengan demikian data yang valid adalah data yang tidak berbeda antara data yang dilaporkan oleh peneliti dengan data yang sesungguhnya terjadi pada objek penelitian.

Menurut Umar (2005:195), uji validitas data yang dilakukan dengan menghitung korelasi antar masing-masing pertanyaan dengan skor total pengamatan dengan menggunakan rumus:

$$r = \frac{n \sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{(n\sum X^2 - (\sum X)^2)} \sqrt{n\sum Y^2 - (\sum Y)^2}}$$

Di mana: r = Korelasi Product Moment

n = Jumlah sampel

X = Independent variabel

Y = Dependent variabel

### 3.7.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas (Umar, 2005: 207) menggunakan rumus:

$$= \frac{(K)Cov/Var}{1+(K-1)Cov/Var}$$

Dimana :  $\alpha$  = Alpha

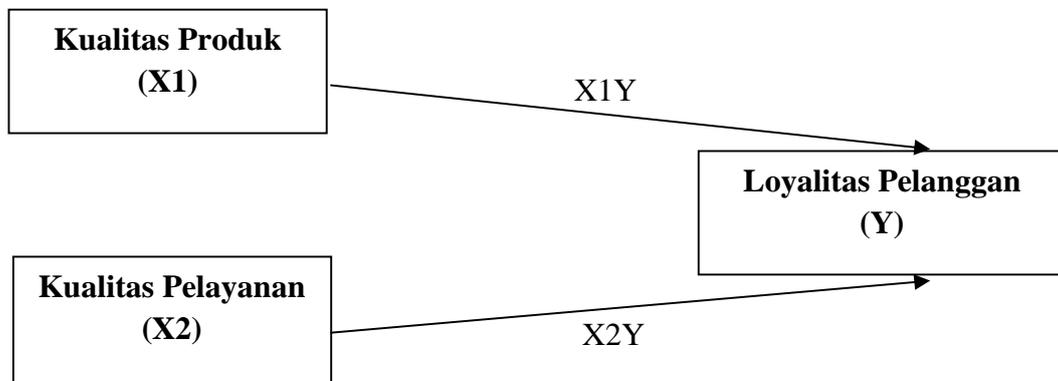
K = Jumlah butir dalam skala

Cov = Rerata kovarian di antara butir

Var = Rerata kovarian dari butir

### 3.8. Metode Analisis Data

Metode analisis data dalam penelitian ini adalah regresi linear berganda yaitu salah satu analisis yang menguji pengaruh beberapa variabel bebas (*independent variable*) pada variabel tidak bebas (*dependen variable*) (Gujarati, 1997). Analisis regresi linear berganda ini dilakukan karena jumlah variabel *independent* lebih dari 1. Analisis tersebut dapat digambarkan sebagai berikut:



Gambar 3.1 Model Analisis

X1Y = Koefisien regresi pengaruh langsung X1 terhadap Y

X2Y = Koefisien regresi pengaruh langsung X2 terhadap Y

Sehingga Model Regresi  $Y = a + b_1X_1 + b_2X_2$

### 3.9. Uji Hipotesis

Menurut Sugiyono (2008:84), pengujian hipotesis dengan menggunakan uji t digunakan untuk melihat signifikansi pengaruh variabel bebas (X) secara parsial (individu) terhadap variabel terikat (Y). Penelitian ini akan melihat signifikansi pengaruh secara parsial kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan Matahari Departement Store Jember.

Uji F digunakan untuk melihat pengaruh variabel bebas (X) secara simultan terhadap variabel terikat (Y). Penelitian ini akan melihat signifikansi pengaruh secara simultan kualitas produk dan kualitas pelayanan pada loyalitas pelanggan Matahari Departement Store Jember.

## BAB 4. HASIL DAN PEMBAHASAN

### 4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

Matahari Departement Store Jember merupakan departement store terbesar pertama yang ada di kota Jember. Kehadirannya di tahun 90-an membuatnya sebagai departement store yang disambut hangat oleh masyarakat Jember. Matahari Departement Store Jember berada di Johar Plaza Jl. Diponegoro No. 66 Jember, Jawa Timur 68137. Produk fashion dari sepatu, sandal, dan baju dengan berbagai merek berkualitas berada di dalamnya.

### 4.2 Data Karakteristik Responden

Karakteristik responden Matahari Departement Store Jember disajikan pada tabel berikut ini.

Tabel 4.1: Data Responden

Jenis Kelamin	Jumlah	Prosentase
Laki-laki	6	10%
Perempuan	54	90%
<b>Total</b>	<b>60</b>	<b>100%</b>

Tabel 4.1 menunjukkan bahwa jumlah responden dalam penelitian ini sebanyak 60 orang yang terdiri dari 54 orang atau 90% adalah responden berjenis kelamin perempuan dan 6 orang atau 10% adalah responden berjenis kelamin laki-laki. Responden ini didapat melalui teknik *snowball* yaitu teknik mengambil satu responden yang dianggap paling memenuhi syarat untuk dijadikan sampel, selanjutnya dari satu responden tersebut diminta memberikan informasi untuk mendapatkan responden-responden selanjutnya. Hal ini dilakukan secara *continue* sampai jumlah responden memenuhi *kuota* yang diinginkan.

### **4.3. Data Kuesioner**

Kuesioner yang dibagikan kepada responden adalah sebanyak 17 indikator. Jumlah 17 indikator ini terdiri atas 5 indikator atas variabel kualitas produk, 6 indikator atas variabel kualitas pelayanan dan 6 indikator atas variabel loyalitas pelanggan Matahari Departement Store Jember. Kuesioner yang baik dan layak dijadikan pertanyaan adalah apabila indikator-indikator kuesioner dinyatakan valid dan reliabel, untuk itu sebelum dilakukan analisis regresi untuk menunjukkan adanya pengaruh atau tidak antara variabel bebas terhadap variabel terikat, data yang berupa kuesioner di uji validitas dan reliabilitasnya. Apabila data yang digunakan ternyata ada beberapa indikator yang dinyatakan tidak valid atau tidak reliabel maka indikator tersebut harus diganti dengan indikator baru kemudian diberikan kepada responden untuk dilakukan pengujian ulang. Hal ini dilakukan terus menerus sampai didapatkan data yang dinyatakan valid dan reliabel.

## **4.4 Hasil Analisis Data**

### **4.4.1 Pengujian Instrument**

#### **a. Uji Validitas**

Dari uji validitas yang dilakukan terhadap responden, didapatkan hasil yang menunjukkan bahwa semua data adalah valid. Hal ini berarti bahwa semua indikator memenuhi syarat dan layak untuk dijadikan kuesioner. Lebih lengkapnya akan di tunjukkan dalam tabel berikut:

Tabel 4.2: Validitas Data

<b>Indikator</b>	<b>Tingkat signifikan 5%</b>	<b><math>R_{hitung}</math></b>	<b>Keterangan</b>
X11	0,00	0,695	valid
X12	0,00	0,535	valid
X13	0,00	0,634	valid
X14	0,00	0,789	valid
X15	0,00	0,762	valid
X21	0,00	0,634	valid
X22	0,00	0,759	valid
X23	0,03	0.503	valid
X24	0,01	0,522	valid
X25	0,01	0,523	valid
X26	0,00	0,527	valid
Y11	0,00	0,920	valid
Y12	0,00	0,928	valid
Y13	0,00	0,926	valid
Y14	0,00	0,832	valid
Y15	0,00	0,776	valid
Y16	0,00	0,714	valid

Tabel di atas menunjukkan bahwa semua indikator memiliki tingkat signifikansi < 0,05 dan korelasi > 0,4. Hal ini berarti semua indikator dinyatakan valid.

#### **b. Uji Reliabilitas**

Dari uji reliabilitas yang dilakukan terhadap responden, maka didapatkan hasil yang menunjukkan bahwa semua data adalah reliabel. Hal ini menunjukkan bahwa semua indikator memenuhi syarat dan layak untuk dijadikan kuesioner. Lebih lengkapnya akan di tunjukkan dalam tabel berikut:

Tabel 4.3: Reliabilitas Data

<b>Indikator</b>	<b>Cronbach's Alpha if item Deleted</b>	<b>Corrected Item-Total Correlation</b>	<b>Keterangan</b>
X11	0,917	0,61	Reliabel
X12	0,921	0,480	Reliabel
X13	0,920	0,562	Reliabel
X14	0,914	0,740	Reliabel
X15	0,916	0,704	Reliabel
X21	0,919	0,582	Reliabel
X22	0,915	0,724	Reliabel
X23	0,926	0,325	Reliabel
X24	0,926	0,404	Reliabel
X25	0,924	0,425	Reliabel
X26	0,922	0,461	Reliabel
Y11	0,911	0,908	Reliabel
Y12	0,911	0,917	Reliabel
Y13	0,911	0,914	Reliabel
Y14	0,912	0,797	Reliabel
Y15	0,915	0,724	Reliabel
Y16	0,917	0,653	Reliabel

Dari data di atas menunjukkan bahwa nilai cronbach alpha masing-masing indikator 0,7 dan *corrected item-total correlation* 3, hal ini menunjukkan bahwa semua indikator adalah reliabel.

#### 4.4.2 Hasil Pengujian Hipotesis

Statistik deskriptif dari penelitian ini disajikan sebagai berikut:

Tabel 4.4 *Descriptive Statistics*

	<b>Mean</b>	<b>Std. Deviation</b>	<b>N</b>
Y	22,5167	3,08354	60
X1	20,3000	2,48589	60
X2	23,4333	1,57702	60

Tabel *Descriptive Statistics* di atas menunjukkan mean atau rata-rata tiap variabel. Variabel dependent (Y) yaitu loyalitas pelanggan mempunyai rata-rata sebesar 22,5167. Variabel independent (X1) yaitu kualitas produk mempunyai rata-rata sebesar 20,3000. Variabel independent (X2) yaitu kualitas pelayanan mempunyai rata-rata sebesar 23,4333.

Hasil uji t disajikan sebagai berikut:

Tabel 4.5: Uji t

<i>Model</i>	<i>Unstandardized Coefficients</i>		<i>Standardized Coefficients</i>	<i>t</i>	<i>sig</i>	<b>Keterangan</b>
	<i>B</i>	<i>Std.Error</i>	<i>Beta</i>			
<i>Constant</i>	-7,364	2,828		-2,604	0,12	Negatif
X1	0,866	0,95	0,698	9,068	0,000	Signifikan
X2	0,525	0,150	0,269	3,492	0,001	Signifikan

Dari Tabel 4.5 di atas, tampak bahwa kualitas produk memiliki  $t = 9,068$  dan  $prop\ 0,00 < \alpha$ , yang berarti ada pengaruh yang signifikan secara parsial antara kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan. Demikian juga kualitas pelayanan. Kualitas pelayanan dengan  $t = 3,492$  dan  $prop\ 0,001 < \alpha$ , yang berarti ada pengaruh yang signifikan secara parsial antara kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan.

Dari Tabel 4.5 di atas tampak juga bahwa persamaan regresi linear berganda yaitu:

$$\text{Loyalitas Pelanggan} = -7,364 + 0,866 \text{ Kualitas Produk} + 0,525 \text{ Kualitas Pelayanan}$$

Hasil uji F disajikan sebagai berikut:

Tabel 4.6: ANOVA

	<b>Model</b>	<b>Sum of Squares</b>	<b>df</b>	<b>Mean Square</b>	<b>F</b>	<b>Sig.</b>
1	Regression	440,222	2	220,111	103,893	,000 <sup>b</sup>
	Residual	120,762	57	2,119		
	Total	560,983	59			

a. Dependent Variable: Y

b. Predictors: (Constant), X2, X1

Dari tabel di atas dapat dikatakan bahwa seluruh variabel bebas, yaitu kualitas produk dan kualitas pelayanan, berpengaruh secara simultan (bersama-sama) pada Loyalitas Pelanggan.

Sedangkan koefisien determinasi dari penelitian ini adalah 0,785 yang berarti bahwa 78,5% variasi/perubahan dari loyalitas pelanggan disebabkan oleh kualitas produk dan kualitas pelayanan, sedangkan sisanya 21,5% variasi/perubahan dari loyalitas pelanggan disebabkan oleh variabel-variabel lain yang tidak disertakan dalam penelitian ini.

## **BAB 5. KESIMPULAN DAN SARAN**

### **5.1 Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian pada pelanggan Matahari Departement Store Jember dengan analisis data tentang pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan maka diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

1. Terdapat pengaruh yang signifikan antara kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan Matahari Departement Store Jember.
2. Terdapat pengaruh yang signifikan antara kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan Matahari Departement Store Jember.

### **5.2 Saran**

Berdasarkan pembahasan dan kesimpulan yang telah dipaparkan, saran yang perlu disampaikan adalah:

1. Kualitas Produk yang dimiliki oleh Matahari Departement Store sudah cukup baik, untuk itu diharapkan Matahari Departement Store dapat mempertahankan dan lebih meningkatkan kualitas produk yang dimiliki agar supaya pelanggan tidak pindah pada departement store yang lain.
2. Kualitas Pelayanan yang dimiliki oleh Matahari Departement Store sudah baik, untuk itu diharapkan Matahari Departement Store dapat mempertahankan dan lebih meningkatkan kualitas pelayanannya agar pelanggan tidak pindah pada departement store yang lain.

## **DAFTAR PUSTAKA**

Gujarati, Damodar. 1997. *Ekonometrika Dasar*. Penerbit Erlangga. Jakarta.

Kuncoro, Mudradjad. 2003. *Metode Riset untuk Bisnis & Ekonomi*. Penerbit Erlangga. Jakarta.

Singarimbun, Masri & Sofyan Effendy. 1995. *Metodologi Penelitian Survei*. LP3ES. Jakarta.

Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Penerbit Alfabeta. Bandung.

Umar, Husein. 2005. *Riset Sumber Daya Manusia*. PT. Bumi Aksara. Jakarta.