

## BAB IV

### HASIL DAN PEMBAHASAN

#### 4.1 Deskripsi Data

Deskriptif data adalah merupakan gambaran data yang akan digunakan untuk proses selanjutnya. Hal ini dilakukan untuk memenuhi beberapa asumsi yang telah ditetapkan dalam pengujian hipotesis dengan metode statistik parametris. Dalam pengujian deskripsi data dalam penelitian ini, penulis menggambarkan kondisi responden yang menjadi sampel, dilihat dari karakteristik responden antara lain; jenis kelamin, usia, dan pekerjaan responden. Dan diuji menggunakan *Statistical Program and Service Solution Seri 20.0*. Hasil pengolahan data sampel yang diperoleh dari pelanggan PT. Adi Sarana Tbk Lampung Bandar Lampung yang berjumlah 92 orang responden adalah sebagai berikut :

##### 4.1.1 Deskripsi Karakteristik Responden

Dalam penelitian ini hasil dari pengumpulan data kuesioner yang disebarkan dalam objek penelitian adalah sebagai berikut:

**Tabel 4.1**

**Karakteristik Responden Berdasarkan Usia**

No.	Usia (tahun)	Jumlah	Persentase(%)
1.	17 - 22 tahun	12	13,0
2.	21 - 30 tahun	42	45,7
3	31 - 35 tahun	28	30,4
4	36 - 50 tahun	10	10,9
<b>Jumlah</b>		<b>92</b>	<b>100,0</b>

*Sumber: Hasil data diatas diolah pada tahun 2020.*

Berdasarkan tabel 4.1 diatas dari hasil uji frekuensi data bahwa karakteristik responden berdasarkan usia, didominasi dengan responden yang berusia 21 - 30 tahun dengan responden sebanyak 42 orang, karakteristik responden berdasarkan usia.

**Tabel 4.2**  
**Karakteritik Responden Berdasarkan Pekerjaan**

No.	Pekerjaan	Frekuensi (Orang)	Persentase (%)
1.	Mahasiswa	17	18,5
2.	PNS	18	19,6
3.	Swasta	36	39,1
4.	DII	21	22,8
<b>Jumlah</b>		<b>92</b>	<b>100,0</b>

*Sumber: Hasil data diatas diolah pada tahun 2020.*

Berdasarkan tabel 4.2 diatas dari hasil uji frekuensi data bahwa karakteristik responden berdasarkan pekerjaan, didominasi dengan responden yang bekerja sebagai swasta dengan responden sebanyak 36 orang, karakteristik responden berdasarkan usia.

**Tabel 4.3**  
**Karakteritik Responden Berdasarkan Penggunaan**

No.	Pengguna	Frekuensi (Orang)	Persentase (%)
1.	2 kali	23	25,0
2.	3 kali	22	23,9
3.	4 kali	34	37,0
4.	>4 kali	13	14,1
<b>Jumlah</b>		<b>92</b>	<b>100,0</b>

*Sumber: Hasil data diatas diolah pada tahun 2020.*

Berdasarkan tabel 4.3 diatas dari hasil uji frekuensi data bahwa karakteristik responden berdasarkan pengguna, didominasi dengan responden yang

menggunakan sebanyak 4 kali dengan responden sebanyak 34 orang, karakteristik responden berdasarkan pengguna.

### 1.1.2 Deskripsi Jawaban Responden

Hasil jawaban deskripsi data variabel independen yaitu Kualitas Pelayanan (X1), Kepercayaan (X2) dan variabel dependen yaitu Loyalitas Pelanggan (Y) pada pelanggan PT. Adi Sarana Tbk Lampung yang diperoleh dari penyebaran kuesioner kepada 92 responden atau sampel adalah sebagai berikut:

**Tabel 4.4**  
**Hasil Jawaban Responden Variabel Kualitas Pelayanan (X)**

No.	Pernyataan	Jawaban									
		SS (5)		S (4)		KS (3)		TS (2)		STS (1)	
		F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
1.	ASSA RENT memberikan respon secara tepat terhadap kebutuhan pelanggan	2	2,2	35	38,0	43	46,7	9	9,8	3	3,3
2.	ASSA RENT memberikan informasi mengenai jasa mereka secara jelas	6	6,5	25	27,2	43	46,7	18	19,6	0	0,0
3.	Karyawan ASSA RENT cekatan dalam menangani kebutuhan akan pesanan anda	9	9,8	26	28,3	43	46,7	14	15,2	0	0,0
4.	Pihak ASSA RENT selalu menanyakan keluhan pelanggan	37	40,2	36	39,1	17	18,5	2	2,2	0	0,0
5.	Pihak ASSA RENT sigap dalam melayani pelanggan yang bermasalah dalam peminjaman yang tidak sesuai	4	4,3	40	43,5	32	34,8	16	17,4	0	0,0
6.	ASSA RENT bertanggung jawab tentang penanganan pelanggan akan masalah pelayanan.	6	6,5	25	27,2	43	46,7	18	19,6	0	0,0
7.	Saya merasa aman dan nyaman saat berada di	14	15,2	30	32,6	39	42,4	9	9,8	0	0,0

ASSA RENT											
8.	Karyawan ASSA RENT selalu bersikap sopan dan sabar kepada pelanggan	4	4,3	29	31,5	43	46,7	13	14,1	3	3,3
9.	ASSA RENT dapat dipercaya untuk memberikan pelayanan yang berkualitas	11	12,0	30	32,6	39	42,4	12	13,0	0	0,0
10.	Pihak ASSA RENT memiliki kesungguhan dalam merespon permintaan pelanggan	4	4,3	40	43,5	32	34,8	16	17,4	0	0,0
11	Pihak ASSA RENT memberikan pelayanan yang sama tanpa memandang status social	6	6,5	25	27,2	43	46,7	18	19,6	0	0,0
12	ASSA RENT memberikan perhatian secara individual kepada pelanggan	14	15,2	30	32,6	39	42,4	9	9,8	0	0,0
13	Lokasi ASSA RENT mudah untuk ditemukan	4	4,3	29	31,5	43	46,7	13	14,1	3	3,3
14	Fasilitas pelengkap yang disediakan ASSA RENT (kursi, meja, ac, dll) bersih dan dalam keadaan baik	11	12,0	30	32,6	39	42,4	12	13,0	0	0,0
15	Karyawan ASSA RENT berpenampilan rapi	11	12,0	30	32,6	39	42,4	12	13,0	0	0,0

Sumber: Hasil data diatas diolah pada tahun 2020.

Berdasarkan tabel 4.4 jawaban responden diatas pernyataan yang terbesar pada jawaban sangat setuju terdapat pada pernyataan 4, yaitu “Pihak ASSA RENT selalu menanyakan keluhan pelanggan” dengan jumlah responden sebanyak 37 responden atau 40,2% dan yang terkecil pada pernyataan 1 yaitu “ASSA RENT memberikan respon secara tepat terhadap kebutuhan pelanggan” dengan jumlah responden sebanyak 2 responden atau 2,2%.

**Tabel 4.5**

**Hasil Jawaban Responden Variabel Kepercayaan (X2)**

No.	Pernyataan	Jawaban									
		SS (5)		S (4)		KS(3)		TS (2)		STS (1)	
		F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
1.	Saya tidak merasa takut dan	23	25,0	33	35,9	27	29,3	9	9,8	0	0,0

	khawatir menggunakan jasa penyewa kendaraan pada ASSA RENT										
2.	Saya percaya bahwa ASSA RENT paling terbaik dalam jasa penyewa kendaraan	21	22,8	35	38,0	29	31,5	7	7,6	0	0,0
3.	ASSA RENT jasa penyewa kendaraan yang sesuai harapan saya	11	12,0	40	43,5	37	40,2	4	4,3	0	0,0
4.	Saya percaya ASSA RENT dapat diandalkan	15	16,3	45	48,9	31	33,7	1	1,1	0	0,0
5.	Saya percaya ASSA RENT merupakan jasa penyewa kendaraan yang jujur	29	31,5	26	28,3	25	27,2	9	9,8	3	3,3
6.	Saya percaya ASSA RENT memberikan keadilan dalam jasa penyewaan kendaraan	32	34,8	35	38,0	22	23,9	3	3,3	0	0,0
7.	Saya percaya ASSA RENT memberikan jaminan kepada pelanggan	15	16,3	45	48,9	31	33,7	1	1,1	0	0,0
8.	Saya percaya bahwa ASSA RENT memberikan kepuasan kepada pelanggannya	29	31,5	26	28,3	25	27,2	9	9,8	3	3,3
9.	Saya percaya ASSA RENT tidak akan mengecewakan pelanggannya	32	34,8	35	38,0	22	23,9	3	3,3	0	0,0

Sumber: Hasil data diatas diolah pada tahun 2020.

Berdasarkan tabel 4.5 jawaban reponden diatas pernyataan yang terbesar pada jawaban sangat setuju terdapat pada pernyataan 9, yaitu “Saya percaya ASSA RENT tidak akan mengecewakan pelanggannya” Dengan jumlah responden sebanyak 32 atau 34,8 % dan yang terkecil pada pernyataan 3 “ASSA RENT jasa penyewa kendaraan yang sesuai harapan saya” dengan jumlah 11 atau 12,0%.

**Tabel 4.6**

**Hasil Jawaban Responden Variabel Loyalitas Pelanggan (Y)**

No.	Pernyataan	Jawaban									
		SS (5)		S (4)		KS(3)		TS (2)		STS (1)	
		F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
1.	Saya selalu menggunakan jasa	27	29,3	55	59,8	10	10,9	0	0,0	0	0,0

	ASSA RENT secara berulang-ulang										
2.	Saya menggunakan jasa ASSA RENT hanya satu kali	24	26,1	58	63,0	10	10,9	0	0,0	0	0,0
3.	Saya akan menggunakan jasa ASSA RENT di lain kesempatan	6	6,5	66	71,7	16	17,3	4	4,3	0	0,0
4.	Saya akan merekomendasikan jasa ASSA RENT kepada teman saya	6	6,5	69	75,0	13	14,1	4	4,3	0	0,0
5.	Saya selalu mengajak relasi untuk memakai jasa ASSA RENT karena jasa tersebut memiliki kualitas yang sangat baik dibandingkan dengan jasa lainnya.	21	22,8	62	67,4	6	6,5	3	3,3	0	0,0
6.	Saya selalu mempercayakan jasa penyewa kendaraan kepada ASSA RENT.	12	13,0	66	71,7	10	10,9	4	4,3	0	0,0
7.	Saya selalu menolak menggunakan jasa penyewaan kendaraan selain di ASSA RENT	24	26,1	58	63,0	10	10,9	0	0,0	0	0,0
8.	Saya tidak pernah menggunakan jasa penyewa kendaraan selain di ASSA RENT	24	26,1	58	63,0	10	1,9	0	0,0	0	0,0
9.	Saya akan tetap menggunakan jasa penyewa kendaraan ASSA RENT	18	19,0	59	64,1	15	16,3	0	0,0	0	0,0
10.	Saya selalu menyampaikan kepada relasi tentang keunggulan jasa ASSA RENT	21	22,8	62	67,4	6	6,5	3	3,3	0	0,0
11.	Saya selalu mebceritakan perasaan puas saya pada pelayanan ASSA RENT	12	13,0	66	71,7	10	10,9	4	4,3	0	0,0
12.	Saya selalu menceritakan kualitas jasa ASSA RENT adalah yang bagus	18	19,0	59	64,1	15	16,3	0	0,0	0	0,0

Sumber: Hasil data diatas diolah pada tahun 2020.

Berdasarkan tabel 4.6 jawaban reponden diatas pernyataan yang terbesar pada jawaban sangat setuju terdapat pada pernyataan 1, yaitu“Saya selalu menggunakan jasa ASSA RENT secara berulang-ulang” Dengan jumlah

responden sebanyak 27 atau 29,3% dan yang terkecil pada pernyataan 4 “Saya akan merekomendasikan jasa ASSA RENT kepada teman saya” dengan jumlah 6 atau 6,5%.

## 4.2 Hasil Uji Persyaratan Instrumen

### 4.2.1 Hasil Uji Validitas

Uji validitas dilakukan dengan menggunakan kolerasi *product moment*. Uji validitas ini dilakukan dengan menggunakan aplikasi SPSS 20.0. Kriteria pengujian untuk uji validitas ini adalah :

Apabila  $r_{hitung} > r_{tabel}$  maka valid

Apabila  $r_{hitung} < r_{tabel}$  maka tidak valid.

Berdasarkan hasil pengolahan data diperoleh data sebagai berikut :

**Tabel 4.7**

**Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Pelayanan (X1)**

Pernyataan	$r_{hitung}$	$r_{tabel}$	Kondisi	Simpulan
Butir 1	0,617	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
Butir 2	0,536	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
Butir 3	0,827	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
Butir 4	0,632	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
Butir 5	0,827	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
Butir 6	0,723	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
Butir 7	0,787	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
Butir 8	0,753	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
Butir 9	0,502	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
Butir 10	0,603	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
Butir 11	0,491	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
Butir 12	0,827	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
Butir 13	0,608	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
Butir 14	0,723	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
Butir 15	0,787	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid

Sumber : Data diolah pada tahun 2020

Berdasarkan tabel 4.7 hasil uji validitas variabel dengan menampilkan seluruh item pernyataan yang bersangkutan mengenai kualitas pelayanan.

Hasil yang didapatkan yaitu nilai  $r_{hitung} > r_{tabel}$  (0,361). Dengan demikian seluruh item pernyataan mengenai kualitas pelayanan dinyatakan valid.

**Tabel 4.8**  
**Hasil Uji Validitas Kepercayaan (X2)**

Pernyataan	$r_{hitung}$	$r_{tabel}$	Kondisi	Simpulan
Butir 1	0,638	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
Butir 2	0,716	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
Butir 3	0,739	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
Butir 4	0,612	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
Butir 5	0,514	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
Butir 6	0,716	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
Butir 7	0,760	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
Butir 8	0,612	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
Butir 9	0,638	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid

*Sumber : Data diolah pada tahun 2020*

Berdasarkan tabel 4.8 hasil uji validitas variabel dengan menampilkan seluruh item pernyataan yang mengenai kepercayaan. Hasil yang didapatkan yaitu nilai  $r_{hitung} > r_{tabel}$  (0,361). Dengan demikian seluruh item pernyataan mengenai kepercayaan dinyatakan valid.

**Tabel 4.9**  
**Hasil Uji Validitas Loyalitas Pelanggan (Y)**

Pernyataan	$r_{hitung}$	$r_{tabel}$	Kondisi	Simpulan
Butir 1	0,801	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
Butir 2	0,813	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
Butir 3	0,551	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
Butir 4	0,584	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
Butir 5	0,364	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
Butir 6	0,733	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
Butir 7	0,813	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
Butir 8	0,813	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
Butir 9	0,403	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
Butir 10	0,557	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
Butir 11	0,547	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
Butir 12	0,766	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid

*Sumber : Data diolah pada tahun 2020*

Berdasarkan tabel 4.9 hasil uji validitas variabel dengan menampilkan



seluruh item pernyataan yang mengenai loyalitas pelanggan. Hasil yang didapatkan yaitu nilai  $r_{hitung} > r_{tabel}$  (0,361). Dengan demikian seluruh item pernyataan mengenai loyalitas pelanggan dinyatakan valid.

#### 4.2.2 Hasil Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas menunjukkan kepada suatu pengertian bahwa instrument dapat dipercaya untuk dapat digunakan sebagai alat pengumpul data, karena instrument tersebut sudah baik maka pengujian reliabilitas digunakan rumus *alpha cronbach* dengan mengkonsultasikan nilai alpha atau nilai interpretasi nilai r seperti yang terdapat dibawah ini:

**Tabel 4.10**  
**Koefisien product moment**

Koefisien r	Reliabilitas
0,8000 – 1,0000	Sangat Tinggi
0,6000 – 0,7999	Tinggi
0,4000 – 0,5999	Cukup/Sedang
0,2000 – 0,3999	Rendah
0,0000 – 0,1999	Sangat Rendah

Sumber : Sugiyono (2016, p.184)

Berdasarkan hasil pengolahan data menggunakan SPSS 20.0 diperoleh hasil pengujian reliabilitas kuesioner digunakan dengan menggunakan *Alpha cronbach.i* :

**Tabel 4.11**  
**Hasil uji Reliabilitas**

Variabel	Nilai Alpha Cronbach	Keterangan	Kesimpulan
Kualitas Pelayanan (X1)	0,919	0,8000 – 1,0000	Sangat Tinggi
Kepercayaan (X2)	0,839	0,8000 – 1,0000	Sangat Tinggi
Loyalitas Pelanggan (Y)	0,868	0,8000 – 1,0000	Sangat Tinggi

Sumber : Hasil data diolah tahun 2020

Berdasarkan hasil uji reliabilitas tabel 4.11 nilai cronbach's alpha sebesar 0,919 untuk variabel kualitas pelayanan dengan tingkat reliable sangat tinggi. Nilai 0,39 untuk kepercayaan dengan tingkat reliable sangat tinggi

dan nilai 0,868 untuk loyalitas pelanggandengan tingkat reliable sangat tinggi.

### 4.3 Hasil Uji Persyaratan Analisis Data

#### 4.3.1 Hasil Uji Linieritas

Uji linieritas digunakan untuk melihat apakah spesifikasi model yang digunakan sudah benar atau tidak. Dari hasil pengolahan data diperoleh hasil uji linieritas sebagai berikut:

**Tabel 4.12**  
**Hasil Uji Linieritas**

Variabel	Sig	Alpha	Kondisi	Keterangan
Kualiyas Pelayanan (X) terhadap Loyalitas Pelanggan (Y)	0,736	0,05	0,736 > 0,05	Linear
Kepercayaan (X) terhadap Loyalitas Pelanggan (Y)	0,503	0,05	0,503 > 0,05	Linear

*Sumber data diolah tahun 2020*

Berdasarkan hasil pada tabel 4.12 diatas dari hasil uji linieritas bahwa perhitungan ANOVA didapat nilai Sig pada baris *Deviantion from linearity* untuk variabel kualitas pelayanan (X) diperoleh nilai sig sebesar  $0,736 > 0,05$  (Alpha) dan kepercayaan (X) diperoleh nilai sig sebesar  $0,503 > 0,05$  (Alpha). Maka dapat disimpulkan bahwa dari data yang diperoleh dari 92 sampel dalam penelitian ini semua variabel independen menyatakan model regresi berbentuk linier terhadap variabel dependen. Hasil olah data secara lengkap dapat dilihat pada lampiran 13.

#### 4.3.2 Hasil Uji Multikolinieritas

Uji ini tidak boleh terdapat multikolinieritas diantara variabel penjelas pada model tersebut yang diindikasikan oleh hubungan sempurna atau hubungan yang tinggi diantara beberapa atau keseluruhan variabel penjelas. Selain cara tersebut gejala multikolinieritas dapat juga diketahui dengan menggunakan

nilai VIF (*variance inflation factor*). Jika nilai VIF lebih dari 10 maka ada gejala multikolinieritas, sedangkan unsur  $(1-R^2)$  disebut *collinierty tolerance*, artinya jika nilai *collinierty tolerance* dibawah 0,1 maka ada gejala multikolinieritas.

**Tabel 4.13**  
**Hasil Uji Multikolonieritas**

Variabel	Tolerance	VIF	Keterangan
Kualitas pelayanan(X1)	0,745	1,343	Tidak ada gejala Multikolinieritas
Kepercayaan (X2)	0,745	1,343	Tidak ada gejala Multikolinieritas

*Sumber: Hasil data diolah tahun 2020*

Berdasarkan hasil perhitungan pada tabel coefficients kualitas pelayanan nilai  $VIF = 1,000 < 10$  maka tidak ada gejala multikolinieritas dan kepercayaan nilai  $VIF = 1,343 < 10$  maka tidak ada gejala multikolinieritas. Hasil olahan secara lengkap dapat dilihat pada lampiran 14.

#### 4.4 Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Didalam penelitian ini menggunakan lebih dari satu variabel sebagai indikatornya yaitu kualitas pelayanan (X1), kepercayaan (X2) dan loyalitas pelanggan (Y), pengujian dilakukan dengan menggunakan program SPSS 20.0. Berikut merupakan hasil pengujian regresi berganda :

**Tabel 4.14**  
**Hasil Korelasi**

Nilai Korelasi (R)	R Square (R <sup>2</sup> )
0,311	0,097

*Sumber : Data diolah tahun 2020*

Berdasarkan tabel 4.14 menunjukkan bahwa nilai koefisien korelasi (R) sebesar 0,311 artinya tingkat hubungan antara kualitas pelayanan (X1),

kepercayaan (X2) dan loyalitas pelanggan (Y) adalah positif cukup kuat. Koefisien determinan  $R^2$  (R Square) sebesar 0,097 artinya bahwa loyalitas pelanggan (Y) dipengaruhi oleh kualitas pelayanan (X1), kepercayaan (X2) sebesar 0,311 atau 31,1%. Sedangkan sisanya sebesar 78,9% dipengaruhi oleh faktor/variabel lain diluar penelitian ini.

**Tabel 4.15**  
**Hasil Uji Koefisien Regresi**

	<b>B</b>	<b>Std.Error</b>
Constanta	34,243	4,801
Kualit Pelayanan (X1)	0,109	0,093
Kepercayaa (X2)	0,261	0,139

*Sumber : Data diolah tahun 2020*

Persamaan regresinya sebagai berikut :

$$Y = a + b_1 x_1 + b_2 x_2 + e$$

$$Y = 34,243 + 0,109 x_1 + 0,261 x_2 + e$$

Keterangan :

Y	=	Loyalitas Pelanggan
a	=	Konstanta
b	=	Koefisien Regresi
e	=	Error trem/ unsur kesalahan
X1	=	Kualitas Pelayanan
X2	=	Kepercayaan

Persamaan regresi diatas dapat dijelaskan sebagai berikut :

- Konstanta a sebesar 34.243 menyatakan loyalitas pelanggan pada Assa Rent adalah sebesar 34,243 apabila kualitas pelayanan, kepercayaan bernilai = 0.

- b. Koefisien regresi untuk  $X_1 = 0,109$  menyatakan bahwa setiap penambahan kualitas pelayanan sebesar satu satuan maka akan menambah loyalitas pelanggan pada peanggan Assa Rent sebesar 0,109 satuan.
- c. Koefisien regresi untuk  $X_2 = 0,261$  menyatakan bahwa setiap penambahan kepercayaan sebesar satu satuan maka akan menambahkan loyalitas pelanggan pada pelanggan Assa Rent sebesar 0,261 satuan.

## 4.5 Hasil Pengujian Hipotesis

### 4.5.1 Hasil Uji t

Uji t digunakan untuk menguji signifikansi antara konstanta dengan variabel independen. Berdasarkan pengolahan data uji t diperoleh data sebagai berikut:

Kriteria pengambilan keputusan :

- Bila nilai  $\text{sig} < \alpha (0,05)$  maka  $H_0$  ditolak
- Bila nilai  $\text{sig} > \alpha (0,05)$  maka  $H_0$  diterima

**Tabel 4.16**  
**Hasil Uji t**

	$t_{\text{hitung}}$	$T_{\text{tabel}}$	Keterangan
Kualitas Pelayanan (X1)	2,423	1,662	Berpengaruh
Kepercayaan (X2)	2,852	1,662	Berpengaruh

*Sumber : Data diolah tahun 2020*

### 1. Pengaruh Kualitas Pelayanan (X1) terhadap Loyalitas Pelanggan (Y)

$H_0$  = Kualitas pelayanan tidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada pelanggan Assa Rent.

$H_a$  = Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kualitas pelanggan pada pelanggan Assa Rent.

Dari tabel 4.16 terlihat pada variabel kualitas pelayanan (X1) bahwa diperoleh nilai  $t_{hitung}$  sebesar 4,651 sedangkan nilai  $t_{tabel}$  dengan dk ( $dk=100-2=98$ ) adalah 1,662 jadi nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  ( $4,651 > 1,662$ ) maka  $H_0$  ditolak. Artinya kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada pelanggan Assa Rent.

## 2. Pengaruh Kepercayaan (X2) terhadap Loyalitas Pelanggan (Y)

$H_0$  = Kepercayaan tidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada pelanggan Assa Rent.

$H_a$  = Kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada pelanggan Assa Rent.

Dari tabel 4.16 terlihat pada variabel kepercayaan (X2) bahwa diperoleh nilai  $t_{hitung}$  sebesar 2,621 sedangkan nilai  $t_{tabel}$  dengan dk ( $dk=100-2=98$ ) adalah 1,662 jadi nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  ( $2,621 > 1,662$ ) maka  $H_0$  ditolak. Artinya kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada pelanggan Assa Rent.

### 4.5.2 Hasil Uji F

Uji F merupakan uji simultan (keseluruhan, bersama-sama). Uji simultan ini bertujuan untuk menguji apakah kualitas pelayanan ( $X_1$ ) dan kepercayaan ( $X_2$ ) secara bersama-sama mempunyai pengaruh terhadap variabel dependen yaitu loyalitas pelanggan (Y).

$H_0$  = Kualitas pelayanan dan kepercayaan tidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada pelanggan Assa Rent.

$H_a$  = Kualitas Pelayanan dan kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada pelanggan Assa Rent.

Dengan kriteria :

Jika nilai  $F_{hitung} > F_{tabel}$  maka  $H_0$  ditolak,  $H_a$  diterima

Jika nilai  $F_{hitung} < F_{tabel}$  maka  $H_0$  diterima,  $H_a$  ditolak

**Tabel 4.17**  
**Hasil Uji F**

$F_{hitung}$	$F_{tabel}$	Keterangan
4,772	3,09	Berpengaruh

*Sumber : Data diolah tahun 2020*

Untuk menguji F dengan tingkat kepercayaan 95% atau alpha 5% dan derajat kebebasan pembilang sebesar  $k - 1 = 2$  dan derajat kebebasan penyebut sebesar  $n-k= 100-3=97$  sehingga diperoleh F tabel sebesar 3,09 dan F hitung 4,772.

Berdasarkan tabel 4.17 hasil analisis data, maka diperoleh  $F_{hitung}$  sebesar 4,772 sedangkan nilai  $F_{tabel}$  ( $\alpha 0,05$ ) sebesar 3,09. Dengan demikian  $F_{hitung} > F_{tabel}$  maka  $H_0$  ditolak, dan  $H_a$  diterima. Sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa kualitas pelayanan dan kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada pelanggan pelanggan Assa Rent.

## 4.6 Pembahasan

### 4.6.1 Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan

Hasil penelitian menjelaskan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan. kualitas pelayanan yang diberikan pada Assa Rent akan menarik perhatian pelanggan sehingga pelanggan yang tidak berniat membeli suatu produk akan dengan spontan membeli produk tersebut dikarenakan kualitasnya. Menurut Lewis dan Booms (dalam Fandy Tjiptono 2014) kualitas layanan adalah ukuran seberapa bagus tingkat pelayanan yang diberikan mampu sesuai dengan ekspektasi atau harapan pelanggan. Pada umumnya pelayanan yang bertaraf tinggi akan menghasilkan kepuasan yang lebih tinggi serta pembelian ulang yang lebih sering. Kualitas pelayanan menjadi suatu keharusan yang harus dilakukan perusahaan supaya mampu bertahan dan tetap mendapatkan kepercayaan

pelanggan. Pola konsumsi dan gaya hidup pelanggan menuntun perusahaan mampu memberikan pelayanan yang berkualitas. Keberhasilan perusahaan dalam memberikan pelayanan yang berkualitas dapat ditentukan oleh beberapa faktor. Hal ini sesuai dengan teori menurut Elda Ningtyas (2010) jika kualitas pelayanan diasosiasikan dengan penambahan kualitas produk ekstra hal ini akan menguntungkan tapi jika sebaliknya justru hal ini akan merugikan. Hal ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Della (2018) menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan.

#### **4.6.2 Pengaruh Kepercayaan Terhadap Loyalitas Pelanggan**

Hasil penelitian menjelaskan bahwa kepercayaan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan. Kepercayaan yang diterapkan oleh Assa Rent akan menjadi daya tarik tersendiri hal ini tidak terlepas dari pelanggan yang selalu percaya dengan Assa Rent. Sehingga pelanggan akan membeli barang tersebut. Menurut Mowen dan Minor (2002) dalam Widiyanto (2013) kepercayaan konsumen adalah semua pengetahuan yang dimiliki oleh pelanggan dan semua kesimpulan yang dibuat pelanggan tentang objek, atribut, dan manfaatnya. Penelitian dari Deng *et al.*, (2010) bahwa kepercayaan mempengaruhi loyalitas melalui kepuasan pelanggan. Jika perusahaan mampu membayar kepercayaan yang dimiliki oleh pelanggan maka pelanggan tersebut akan puas sehingga hal itu dapat menyebabkan loyalitas pelanggan terhadap merek tersebut. Hal ini pun sesuai dengan teori yang diutarakan oleh Menurut Nasib (2010) kepercayaan akan menjadi penting untuk loyalitas pelanggan karena bahwa. Penelitian Nasib (2010) menunjukkan bahwa kepercayaan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan.

#### **4.6.3 Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Pelanggan**

Hasil penelitian menjelaskan bahwa secara bersama-sama kualitas pelayanan dan kepercayaan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan. Penelitian Nasib



(2010) menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan. Kualitas pelayanan menjadi suatu keharusan yang harus dilakukan perusahaan supaya mampu bertahan dan tetap mendapatkan kepercayaan pelanggan. Pola konsumsi dan gaya hidup pelanggan menuntun perusahaan mampu memberikan pelayanan yang berkualitas. Keberhasilan perusahaan dalam memberikan pelayanan yang berkualitas dapat ditentukan oleh beberapa faktor. Kualitas pelayanan dan kepercayaan akan menjadi penting untuk loyalitas pelanggan karena bahwa kualitas pelayanan dan kepercayaan mungkin tidak hanya menurunkan dari asosiasi positif pemindahan, tapi tentunya tingkat kepercayaan dan asosiasi stimulus yang tidak menyenangkan. Kepercayaan (trust) tidak begitu saja dapat diakui oleh pihak lain, melainkan harus dibangun mulai dari awal dan dapat dibuktikan. Jika suatu kepercayaan dapat terjadi diantara kedua pihak yang bersangkutan, maka hal tersebut dapat dengan mudah meningkatkan minat para pemakai dalam hal ini.