

## PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN DI ALFAMART JENANG KECAMATAN MAJENANG

Diana Ekawati 1\*, Dede Kurnia 2

<sup>1</sup> Prodi Pendidikan Ekonomi, Sekolah Tinggi Keguruan dan Ilmu Pendidikan Majenang, Indonesia

Surat-e: [dianaekawati@gmail.com](mailto:dianaekawati@gmail.com)

<sup>2</sup> Prodi Pendidikan Ekonomi, Sekolah Tinggi Keguruan dan Ilmu Pendidikan Majenang, Indonesia

Surat-e: [dedekurnia50@gmail.com](mailto:dedekurnia50@gmail.com)

### ABSTRACT

**Background:** The objectives of this research are: 1) to know the services at Alfamart Jenang. 2) knowing how customer loyalty at Alfamart Jenang. 3) determine how much influence the quality of service on customer loyalty in Alfamart Jenang. The type of research used in this research is quantitative research, while the method used is survey. The results of the descriptive statistical test for the category of service quality tendencies in Alfamart Jenang, Majenang District, show that 1 respondent is in the very good category or by 2.5%, 38 respondents or 95% are in the good category, 1 respondent or 2.5 %, and none are in the less category. The categories of consumer loyalty tendencies in Alfamart Jenang, Majenang Subdistrict, which were in the very good category, were 14 respondents or 35%, were in the good category as many as 26 respondents or by 65%, and neither was in the enough category or in the poor category. The results of the study through data analysis in simple regression showed that there was an influence between service quality and consumer loyalty in Alfamart Jenang, Majenang District with a significance value of 0.000. The regression equation can be written as  $Y = 18.543 + 0.439X$ . From the Model Summary table, it is obtained that the R value or correlation value is 0.570 or 57.0%. While the R square value of 0.324 means that the influence of variable X (service quality) on variable Y (customer loyalty) is 32.4%.

### ABSTRAK

**Latar belakang:** Tujuan dalam penelitian ini adalah : 1) mengetahui pelayanan di Alfamart Jenang. 2) mengetahui bagaimana loyalitas konsumen di Alfamart Jenang. 3) mengetahui seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas konsumen di Alfamart Jenang. Jenis Penelitian yang dipakai dalam penelitian ini adalah penelitian kuantitatif, sedangkan metode yang digunakan adalah survey. Hasil uji statistik deskriptif kategori kecenderungan kualitas pelayanan di Alfamart Jenang Kecamatan Majenang menunjukkan masuk kategori sangat baik sebanyak 1 responden atau sebesar 2,5%, masuk kategori baik sebanyak 38 responden atau sebesar 95%, masuk kategori cukup sebanyak 1 responden atau sebesar 2,5%, dan tidak ada yang masuk kategori kurang. Kategori kecenderungan loyalitas konsumen di Alfamart Jenang Kecamatan Majenang yang masuk kategori sangat baik sebanyak 14 responden atau sebesar 35%, masuk kategori baik sebanyak 26 responden atau sebesar 65%, dan tidak ada yang masuk cukup maupun kategori kurang. Hasil penelitian melalui analisis data pada regresi sederhana menunjukkan ada pengaruh antara kualitas pelayanan terhadap loyalitas konsumen di Alfamart

### ARTICLE HISTORY

Received Maret 2023

Accepted April 2023

### KEYWORDS

service; loyalty; consumers

### KATA KUNCI

pelayanan; loyalitas; konsumen

Jenang Kecamatan Majenang dengan nilai signifikansi 0,000. Persamaan regresinya dapat ditulis  $Y = 18,543 + 0,439X$ . Dari tabel Model Summary diperoleh nilai R atau nilai korelasi sebesar 0,570 atau 57,0%. Sedangkan nilai R square 0,324 mengandung pengertian bahwa pengaruh variable X ( kualitas pelayanan ) terhadap variabel Y ( loyalitas konsumen ) sebesar 32,4 %.

**Kesimpulan:** pelayanan, loyalitas, konsumen.

---

## PENDAHULUAN

Tujuan pelayanan adalah memberikan suatu kapasitas pelayanan yang baik, agar pelanggan mengharapkan kepuasan dan akan berpengaruh positif bagi perusahaan tersebut, Adapun unsur – unsur pelayanan adalah bukti langsung, ketanggapan, kemahiran (keandalan), jaminan, Empati. [1] Pelayanan adalah bentuk pemberian layanan atau service yang diberikan kepada pelanggan atau konsumen. Pelayanan ialah usaha melayani kebutuhan orang lain. Pelayanan kepada konsumen merupakan salah satu bentuk untuk meningkatkan hubungan psikologi antara produsen dan pelanggan serta memantau berbagai keluhan pelanggan. [2]

Pada dasarnya pelayanan terhadap konsumen tergantung dari latar belakang karyawan tersebut, baik suku bangsa, pendidikan, pengalaman, budaya atau adat istiadat. Agar pelayanan menjadi berkualitas dan memiliki keseragaman setiap karyawan perlu dibekali dengan pengetahuan yang mendalam tentang dasar – dasar pelayanan. [3]

Kualitas pelayanan adalah setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh satu pihak kepada pihak lain, pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan perpindahan kepemilikan apapun. Menurut kotler dalam, Jika layanan yang diterima atau dirasakan sesuai dengan yang diharapkan, maka kualitas layanan dipersepsikan baik dan memuaskan. Jika layanan yang diterima melampaui harapan konsumen, maka kualitas layanan dipersepsikan sebagai kualitas layanan yang ideal. Sebaliknya bila layanan yang diterima lebih rendah daripada harapan konsumen, maka kualitas layanan dipersepsikan buruk. Dengan demikian baik tidaknya kualitas layanan bergantung pada perusahaan yang menyediakan layanan dalam memenuhi harapan konsumen secara konsisten. [4]

Jadi dapat disimpulkan kualitas layanan merupakan suatu usaha yang dilakukan perusahaan dengan memberikan layanan sebaik mungkin untuk memenuhi kebutuhan konsumennya sehingga akan menimbulkan kepuasan dan loyalitas kepada konsumen yang menerimanya, Loyalitas konsumen merupakan tujuan utama para perusahaan untuk mengembangkan bisnisnya, kekuatan konsumen yang loyal pada perusahaan akan memberikan prioritas utama dalam bertransaksi. [5],[20]

Loyalitas konsumen adalah sikap positif terhadap perusahaan, komitmen yang mempunyai niat untuk meneruskan pembelian dimasa mendatang, hal ini dapat berlangsung dalam jangka panjang dan berakhir pada saat terjadi ketidakcocokan yang akan memutuskan ikatan kuat antara konsumen dan perusahaan, loyalitas konsumen berkaitan erat terhadap kualitas layanan yang dialami konsumen. [6], [21]

Bisnis ritel di Indonesia saat ini berkembang semakin pesat seiring dengan kemajuan perekonomian Indonesia. Kemajuan perekonomian Indonesia ikut mendorong perkembangan pasar modern dan bisnis ritel Indonesia. Tumbuhnya masyarakat kelas menengah di tanah air mendorong meningkatnya minat belanja di ritel modern. [7], [22]

Ritel modern atau pasar modern selain memberikan alternatif belanja menarik juga menawarkan kenyamanan dan kualitas produk, harga bersaing bahkan terkadang lebih murah dibandingkan pasar tradisional/ pedagang eceran. Pasar modern memiliki sistem pelayanan yang mandiri, menjual berbagai jenis barang secara eceran yang berbentuk minimarket atau swalayan. Pada pasar modern penjual dan pembeli tidak bertransaksi secara langsung melainkan pembeli dapat melihat pada label harga pada barang yang akan dibeli, serta berada dalam sebuah bangunan dan pelayanan yang dilakukan secara mandiri atau dilayani oleh pramuniaga/ karyawan toko. [8], [20]

Kegiatan dunia usaha seperti minimarket menjadi sebuah fenomena yang menarik minimarket yang ada dibuat sedemikian rupa agar dapat menarik minat para konsumen untuk membeli di minimarket Misalnya dengan rak – rak yang tersusun rapi, sistem pembayaran kasir, ruangan yang ber AC agar konsumen merasa nyaman dan tidak pengap ketika berbelanja. [9], [23]

Salah satu minimarket yang tersebar di seluruh wilayah Indonesia adalah Alfamart dan di kabupaten Cilacap Alfamart tersebar di beberapa kecamatan seperti kecamatan Majenang ada 8 toko Alfamart, tak hanya Alfamart yang berada di Kecamatan Majenang terdapat pesaing yang menjual produk yang sama seperti YOGYA toserba, LB (Laksana Baru) Swalayan, Indomart, Sarwodadi. [10], [19]

Sebuah perusahaan di bidang pemasaran tentunya tidak lepas dari adanya faktor harga dan juga faktor kualitas pelayanan untuk memberikan kepuasan kepada konsumennya, maka perusahaan harus memperhatikan kedua faktor tersebut agar selalu dapat bersaing di dunia bisnis yang semakin ketat. [11], [16]

Alfamart Jenang atau yang sering disebut dengan Alfamart Wecong yang berlokasi di Jalan Cigobang No. 01 RT 01 RW 01 Kelurahan Jenang Kecamatan Majenang Kabupaten Cilacap Jawa Tengah. [12], [18]

Alfamart Jenang salah satu perusahaan yang bergerak dalam bidang waralaba. Ditinjau dari barang – barang yang dijual dalam toko tersebut, Alfamart merupakan usaha minimarket yang menjual berbagai kebutuhan sehari-hari untuk konsumen dengan barang lebih dari 2.000 jenis produk makanan dan non makanan. [13], [17]

Diperoleh sebuah data dari hasil wawancara pada Alfamart Jenang dengan melakukan wawancara kepada 20 orang konsumen yang beberapa kali berbelanja di Alfamart Jenang, ternyata loyalitas konsumen berkurang dikarenakan konsumen yang berbelanja sebagian besar adalah konsumen yang hanya singgah dan konsumen yang melakukan pembayaran multifinance di Alfamart Jenang, dalam pengamatan peneliti kualitas pelayanan yang diberikan kepada konsumen baik seperti menyapa konsumen yang masuk ke Alfamart Jenang, memberikan keranjang belanja ketika konsumen membawa lebih dari 4 item barang. [14], [15]

## METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan penelitian kuantitatif, Subjek penelitian adalah sesuatu yang diteliti orang, benda, atau lembaga. Subjek dalam penelitian ini adalah konsumen alfamart Jenang.

Subjek yang diteliti 40 orang. Objek dalam penelitian ini adalah pengaruh pelayanan terhadap loyalitas konsumen di Alfamart Jenang. Penelitian ini dilakukan di Alfamart Jenang berlokasi di jalan Cigobang No 01 RT 01 RW 01 Kecamatan Majenang Kabupaten Cilacap Jawa Tengah. Variabel dalam penelitian ini dibedakan menjadi dua yaitu variabel bebas (independent) dan variabel terikat (dependent ). Populasi dalam penelitian ini adalah rata – rata konsumen yang berbelanja dengan menggunakan member di Alfamart Jenang Kecamatan majenang. Menurut hasil wawancara dengan kepala toko rata-rata konsumen setiap harinya adalah 400 orang. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan Sampling Random. Instrumen pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan angket atau kuesioner dan peneliti.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Tabel 1. Hasil Uji Statistik Deskriptif Kualitas Pelayanan  
**Descriptives**

|                       |                   |                | Statis<br>tic | Std.<br>Err<br>or |
|-----------------------|-------------------|----------------|---------------|-------------------|
| Kualitas<br>Pelayanan | Mean              |                | 54,62<br>50   | ,53<br>910        |
|                       | 95%<br>Confidence | Lower<br>Bound | 53,53<br>46   |                   |

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP  
LOYALITAS KONSUMEN DI ALFAMART JENANG KECAMATAN MAJENANG

|                     |             |       |     |
|---------------------|-------------|-------|-----|
| Interval for Mean   | Upper Bound | 55,71 |     |
| 5% Trimmed Mean     |             | 54    |     |
|                     |             | 54,41 |     |
|                     |             | 67    |     |
| Median              |             | 54,00 |     |
|                     |             | 00    |     |
| Variance            |             | 11,62 |     |
|                     |             | 5     |     |
| Std. Deviation      |             | 3,409 |     |
|                     |             | 55    |     |
| Minimum             |             | 45,00 |     |
| Maximum             |             | 66,00 |     |
| Range               |             | 21,00 |     |
| Interquartile Range |             | 2,00  |     |
| Skewness            |             | 1,115 | ,37 |
|                     |             |       | 4   |
| Kurtosis            |             | 4,262 | ,73 |
|                     |             |       | 3   |

Berdasarkan hasil angket kualitas pelayanan di Alfamart Jenang Kecamatan Majenang menunjukkan bahwa skor perolehan tertinggi (*maximum*) sebesar 66 dan skor terendah (*minimum*) sebesar 45. Rata – rata (*mean*) dari data sebesar 54,6 dan nilai tengah (*median*) sebesar 54. Sedangkan nilai standar deviasi sebesar 3,409 dengan rentang data (*range*) sebesar 21.

Tabel 2. Kategori Kecenderungan Kualitas Pelayanan

| No | Skor Angket      | Jumlah | Presentase | Kategori    |
|----|------------------|--------|------------|-------------|
| 1  | $X > 63$         | 1      | 2,5%       | Sangat Baik |
| 2  | $51 < X \leq 63$ | 38     | 95%        | Baik        |
| 3  | $39 < X \leq 51$ | 1      | 2,5%       | Cukup       |
| 4  | $27 < X \leq 39$ | 0      | 0%         | Kurang      |

Tabel 2. diatas menunjukkan bahwa kualitas pelayanan di Alfamart Jenang Kecamatan Majenang yang masuk kategori sangat baik sebanyak 1 responden atau sebesar 2,5%, masuk kategori baik sebanyak 38 responden atau sebesar 95%, masuk kategori cukup sebanyak 1 responden atau sebesar 2,5%, dan tidak ada yang masuk kategori kurang. Jadi dapat kita simpulkan bahwa kualitas pelayanan di Alfamart Jenang Kecamatan Majenang secara umum baik.

Tabel 3. Hasil Uji Statistik Deskriptif Angket Loyalitas Konsumen

**Descriptives**

|                    |                                  | Statistic | Std. Error |
|--------------------|----------------------------------|-----------|------------|
| Loyalitas Konsumen | Mean                             | 42,5500   | ,41595     |
|                    | 95% Confidence Interval for Mean | 41,7087   |            |
|                    | Lower Bound                      | 43,3913   |            |
|                    | Upper Bound                      | 42,2778   |            |
|                    | 5% Trimmed Mean                  |           |            |

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP  
LOYALITAS KONSUMEN DI ALFAMART JENANG KECAMATAN MAJENANG

|                     |             |          |
|---------------------|-------------|----------|
| Median              | 42,00<br>00 |          |
| Variance            | 6,921       |          |
| Std. Deviation      | 2,630<br>69 |          |
| Minimum             | 40,00       |          |
| Maximum             | 50,00       |          |
| Range               | 10,00       |          |
| Interquartile Range | 3,75        |          |
| Skewness            | 1,346       | ,37<br>4 |
| Kurtosis            | 1,542       | ,73<br>3 |

Berdasarkan tabel hasil uji statistik deskriptif angket loyalitas konsumen di Alfamart Jenang Kecamatan Majenang menunjukkan bahwa skor perolehan tertinggi (*maximum*) sebesar 50 dan skor terendah (*minimum*) sebesar 40. Rata – rata (*mean*) dari data sebesar 42,55 dan nilai tengah (*median*) sebesar 42. Sedangkan nilai standar deviasi sebesar 2,63 dengan rentang data (*range*) sebesar 10.

Tabel 4. Kategori Kecenderungan Loyalitas Konsumen

| No | Skor Angket      | Jumlah | Presentase | Kategori    |
|----|------------------|--------|------------|-------------|
| 1  | $X > 42$         | 14     | 35%        | Sangat Baik |
| 2  | $34 < X \leq 42$ | 26     | 65%        | Baik        |
| 3  | $26 < X \leq 34$ | 0      | 0 %        | Cukup       |
| 4  | $18 < X \leq 26$ | 0      | 0%         | Kurang      |

Tabel 3. diatas menunjukkan bahwa loyalitas konsumen di Alfamart Jenang Kecamatan Majenang yang masuk kategori sangat baik sebanyak 14 responden atau sebesar 35%, masuk kategori baik sebanyak 26 responden atau sebesar 65%, dan tidak ada yang masuk cukup maupun kategori kurang. Jadi dapat kita simpulkan bahwa loyalitas konsumen di Alfamart Jenang Kecamatan Majenang secara umum baik.

Tabel 4. Hasil Uji normalitas  
**One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

|                                 |                | Unstandardi<br>zed<br>Residual |
|---------------------------------|----------------|--------------------------------|
| N                               |                | <b>40</b>                      |
| Normal Parameters <sup>a</sup>  | Mean           | <b>,0000000</b>                |
|                                 | Std. Deviation | <b>2,16222392</b>              |
| Most Extreme<br>Differences     | Absolute       | <b>,126</b>                    |
|                                 | Positive       | <b>,126</b>                    |
|                                 | Negative       | <b>-,077</b>                   |
| Kolmogorov-Smirnov Z            |                | <b>,795</b>                    |
| Asymp. Sig. (2-tailed)          |                | <b>,553</b>                    |
| a. Test distribution is Normal. |                |                                |

Berdasarkan hasil uji normalitas diatas nilai signifikansi  $0,553 > 0,05$ , maka dapat disimpulkan bahwa nilai residual berdistribusi normal.

Tabel 5. Hasil Uji Linearitas  
**ANOVA Table**

|                                         |                |                          | Sum of Squares | df | Mean Square | F      | Sig. |
|-----------------------------------------|----------------|--------------------------|----------------|----|-------------|--------|------|
| Loyalitas Konsumen * Kualitas Pelayanan | Between Groups | (Combined)               | 138,975        | 10 | 13,897      | 3,078  | ,009 |
|                                         |                | Linearity                | 87,567         | 1  | 87,567      | 19,396 | ,000 |
|                                         |                | Deviation from Linearity | 51,408         | 9  | 5,712       | 1,265  | ,297 |
|                                         | Within Groups  |                          | 130,925        | 29 | 4,515       |        |      |
|                                         | Total          |                          | 269,900        | 39 |             |        |      |

Kesimpulan : dari data anova table diatas diketahui nilai *Deviation from Linearity* atau nilai P value (sig.) = 0,297 > 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa model regresi linear.

Hasil analisis regresi sederhana pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas konsumen menggunakan SPSS diperoleh hasil *output* sebagai berikut :

Tabel 6. Regresi sederhana *Coefficients*  
**Coefficients<sup>a</sup>**

| Model |                    | Unstandardized Coefficients |            | Standard ized Coefficients | t     | Sig. |
|-------|--------------------|-----------------------------|------------|----------------------------|-------|------|
|       |                    | B                           | Std. Error | Beta                       |       |      |
| 1     | (Constant)         | 18,543                      | 5,630      |                            | 3,294 | ,002 |
|       | Kualitas Pelayanan | ,439                        | ,103       | ,570                       | 4,272 | ,000 |

a. Dependent Variable: Loyalitas Konsumen

Kesimpulan : berdasarkan tabel *Coefficients* diatas nilai signifikansi  $0,000 < 0,05$  maka berdasarkan hipotesis penelitian  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima, sehingga dapat disimpulkan ada pengaruh antara kualitas pelayanan terhadap loyalitas konsumen di Alfamart jenang Kecamatan Majenang. Persamaan regresinya dapat ditulis :  $Y = 18,543 + 0,439X$

Tabel 7. Regresi sederhana *Model Summary*  
**Model Summary<sup>b</sup>**

| Model | R                 | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate |
|-------|-------------------|----------|-------------------|----------------------------|
| 1     | ,570 <sup>a</sup> | ,324     | ,307              | 2,19049                    |

a. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan

b. Dependent Variable: Loyalitas Konsumen

Kesimpulan : Dari tabel Model *Summary* diatas diperoleh nilai R atau nilai korelasi sebesar 0,570 atau 57,0 %. Sedangkan nilai *R Square* 0,324 mengandung pengertian bahwa pengaruh variabel X ( kualitas pelayanan) terhadap variabel Y ( loyalitas konsumen ) sebesar 32,4%.

Berdasarkan hasil uji statistik deskriptif angket kualitas pelayanan di Alfamart Jenang Kecamatan Majenang menunjukkan bahwa skor perolehan tertinggi (maximum) sebesar 66 dan skor terendah (minimum) sebesar 45. Rata – rata (mean) dari data sebesar 54,6 dan nilai tengah (median) sebesar 54. Sedangkan nilai standar deviasi sebesar 3,409 dengan rentang data (range ) sebesar 21.

Kategori kecenderungan kualitas pelayanan di Alfamart Jenang Kecamatan Majenang yang masuk kategori sangat baik sebanyak 1 responden atau sebesar 2,5%, masuk kategori baik sebanyak 38 responden atau sebesar 95%, masuk kategori cukup sebanyak 1 responden atau sebesar 2,5%, dan tidak ada yang masuk kategori kurang. Jadi dapat kita simpulkan bahwa kualitas pelayanan di Alfamart Jenang Kecamatan Majenang secara umum baik.

Berdasarkan tabel hasil uji statistik deskriptif angket loyalitas konsumen di Alfamart Jenang Kecamatan Majenang menunjukkan bahwa skor perolehan tertinggi (maximum) sebesar 50 dan skor terendah (minimum) sebesar 40. Rata – rata (mean) dari data sebesar 42,55 dan nilai tengah (median) sebesar 42. Sedangkan nilai standar deviasi sebesar 2,63 dengan rentang data (range ) sebesar 10.

Hasil hitung kategori kecenderungan loyalitas konsumen di Alfamart Jenang Kecamatan Majenang yang masuk kategori sangat baik sebanyak 14 responden atau sebesar 35%, masuk kategori baik sebanyak 26 responden atau sebesar 65%, dan tidak ada yang masuk cukup maupun kategori kurang. Jadi dapat kita simpulkan bahwa loyalitas konsumen di Alfamart Jenang Kecamatan Majenang secara umum baik.

Hasil uji analisis regresi sederhana diperoleh nilai signifikansi  $0,000 < 0,05$  maka berdasarkan hipotesis penelitian  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima, sehingga dapat disimpulkan ada pengaruh antara kualitas pelayanan terhadap loyalitas konsumen di Alfamart jenang Kecamatan Majenang. Persamaan regresinya dapat ditulis :  $Y = 18,543 + 0,439X$  . Model *Summary* diperoleh nilai R atau nilai korelasi sebesar 0,570 atau 57,0 % mengandung pengertian variabel kualitas pelayanan mempunyai hubungan dengan loyalitas konsumen sebesar 57,0%. Sedangkan nilai *R Square* 0,324 mengandung pengertian bahwa pengaruh variabel X ( kualitas pelayanan) terhadap variabel Y ( loyalitas konsumen ) sebesar 32,4%.

Seperti yang dikatakan Rofiah dan Wahyuni, (2017:73), apabila kualitas pelayanan yang diberikan perusahaan sesuai dengan harapan dan kinerja maka konsumen akan senang karena harapan dan kinerja dari sudah baik dan loyalitas konsumen secara langsung akan timbul pada perusahaan tersebut.

Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Tiong, (2018:176), yang menemukan bahwa dari hasil analisis regresi linear berganda bahwa kualitas pelayanan yang terdiri dari bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan dan empati berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen.

Meskipun pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas konsumen di Alfamart Jenang Kecamatan Majenang hanya sebesar 32,4% dan sisanya dipengaruhi oleh faktor lain, namun kualitas pelayanan harus selalu diutamakan untuk membentuk loyalitas dan kenyamanan konsumen. Kualitas pelayanan yang diberikan Alfamart Jenang Kecamatan Majenang selalu berusaha untuk memberikan yang terbaik terhadap semua konsumen dengan memperhatikan lima dimensi dari ServQual (Service Quality) yang dipakai untuk mengukur kualitas pelayanan, yaitu : Tangibles (Bukti Fisik), Reliability (Keandalan), Responsiveness (Daya Tanggap), Assurance (Jaminan), dan Emphaty (Kepedulian).

### Uji T parsial

Uji t ( parsial ) menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel independen secara individual dalam menerangkan variabel dependen. Pengujian ini dilakukan dengan menggunakan signifikan level 0,05.

pada penelitian ini nilai signifikansi  $\leq 0,05$  yaitu 0,000 maka hipotesis diterima ( koefisien regresi signifikan). Ini berarti secara parsial variabel independen tersebut mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen.

### KESIMPULAN

Kategori kecenderungan kualitas pelayanan di Alfamart Jenang Kecamatan Majenang yang masuk kategori sangat baik sebanyak 1 responden atau sebesar 2,5%, masuk kategori baik sebanyak 38 responden atau sebesar 95%, masuk kategori cukup sebanyak 1 responden atau sebesar 2,5%, dan tidak ada yang masuk kategori kurang. Jadi dapat kita simpulkan bahwa kualitas pelayanan di Alfamart Jenang Kecamatan Majenang secara umum baik. Kategori kecenderungan loyalitas konsumen di Alfamart Jenang Kecamatan Majenang yang masuk kategori sangat baik sebanyak 14 responden atau sebesar 35%, masuk kategori baik sebanyak 26 responden atau sebesar 65%, dan tidak ada yang masuk cukup maupun kategori kurang. Jadi dapat kita simpulkan bahwa loyalitas konsumen di Alfamart Jenang Kecamatan Majenang secara umum baik. Ada pengaruh antara kualitas pelayanan terhadap loyalitas konsumen di Alfamart jenang Kecamatan Majenang dengan persamaan regresi  $Y = 18,543 + 0,439X$ . Model Summary diperoleh nilai R atau nilai korelasi sebesar 0,570 atau 57,0 % mengandung pengertian variabel kualitas pelayanan mempunyai hubungan dengan loyalitas konsumen sebesar 57,0%. Sedangkan nilai R Square 0,324 mengandung pengertian bahwa pengaruh variabel X ( kualitas pelayanan) terhadap variabel Y ( loyalitas konsumen ) sebesar 32,4%.

### UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terima kasih merupakan bentuk apresiasi adanya kontribusi dari perorangan maupun lembaga yang tidak dapat masuk sebagai penulis. Misalnya pemberi dana penelitian yang terkait dengan publikasi ini. Ucapan terima kasih (Acknowledgment) menunjukkan ucapan rasa hormat bagi KONTRIBUTOR yang tidak masuk sebagai penulis (misal PEMBERI DANA, BEASISWA, SUPPORTER RESEARCH, ORANG LAIN YANG MEMBANTU PENELITIAN)

### DAFTAR PUSTAKA

- [1] Fandy, Tjiptono. 2016. Service, Quality & Satisfaction. Yogyakarta. Andi.
- [2] Ratih Hurriyati. 2010. Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen. Bandung: Alfabeta.
- [3] M Fandy, Tjiptono. 2010, Strategi Pemasaran, Edisi 2, Andi Offset, Yogyakarta.
- [4] Fandy, Tjiptono. 2010, Strategi Pemasaran, Edisi 2, Andi Offset, Yogyakarta.
- [5] Lupiyoadi, Rambat. 2013. Manajemen Pemasaran Jasa. Edisi ketiga. Salemba Empat : Jakarta.
- [6] Kotler, dan Keller. (2012). Manajemen Pemasaran. Edisi 12. Jakarta: Erlangga.
- [7] Dabholker, P.A., Shepherd, C.D. dan Thorpe, D.I. 2000, "A Comprehensive Framework For Service Quality: An Investigation of Critical Conceptual And Measurement issues through A Longitudinal Study", Journal of Retailing, Vol. 76 No. 2, Summer, pp. 131-139.
- [8] Mabruroh, 2003. Membangun Kepuasan Konsumen dan Akses Loyalitas. Benefit Vol.7 No.2. Desember.
- [9] Siagian, Dergibson & Sugiarto. 2002. Metode Statistika untuk Bisnis dan Ekonomi. Jakarta : PT. Gramedia Pustaka Utama.
- [10] Fandy, Tjiptono. 2014, pemasaran Jasa – prinsip, penerapan, dan Penelitian, Andi Offset, Yogyakarta.
- [11] Griffin, Jill. 2013. Customer Loyalty : menumbuhkan dan mempertahankan pelanggan. Penerbit Erlangga. Jakarta.
- [12] Morais, Duarte B. 2013. Fostering Loyal Customer Relationship. University Park : School of Restaurant and Recreation Management.

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP  
LOYALITAS KONSUMEN DI ALFAMART JENANG KECAMATAN MAJENANG

- [13] Hawkins, Del I. Dan David L. Mothersbaugh. Consumer Behavior : Building Marketing Strategy. Elevent Edition, 2010. New York : Mcgrow-Hill.
- [14] Sugiyono.2017. Metode penelitian Pendidikan. Bandung : Alfabeta.
- [15] Arikunto, S. 2013 . Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik. Jakarta: Rineka Cipta
- [16] Hadi, Sutrisno. 2015. Statistika. Yogyakarta: Pustaka Pelajar
- [17] Sampara Lukman. 2000 . Manajemen Kualitas Pelayanan. Jakarta : Stia Lan Pres.
- [18] Sugiyono, Statistika Untuk Penelitian, Bandung: Alfabeta, 2010
- [19] Sulisty, Joko. 2012. 6 Hari Jago SPSS 17. Jogjakarta : Cakrawala.
- [20] Widoyoko, Eko Putro S. 2013. Evaluasi Program Pembelajaran. Yogyakarta : Pustaka Belajar
- [21] Rofiah, chusnul dan Dwi Wahyuni. 2017. “Kualitas Pelayanan dan Pengaruhnya Terhadap Loyalitas Pelanggan yang di Mediasi Oleh Keputusan di Bank Muamalat Jombang. Jurnal Penelitian Perbank kan. Vol. 12 (1) : 69 – 82.
- [22] Tiong, Piter. 2018. “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas
- [23] Pelanggan Pt. Primagum Sejati di Makassar”. Jurnal Menejemen dan Bisnis. Vol. 2 (1) : 176 – 204.