

SKRIPSI

**PENGARUH KUALITAS LAYANAN TERHADAP LOYALITAS
KONSUMEN DI CAFE BERINGIN TANGGUL CEMPAE
SOREANG PAREPARE**



OLEH

REGINA

NIM: 18.2400.133

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI
PAREPARE**

2023

**PENGARUH KUALITAS LAYANAN TERHADAP LOYALITAS
KONSUMEN DI CAFE BERINGIN TANGGUL CEMPAE
SOREANG PAREPARE**



OLEH

REGINA

NIM: 18.2400.133

Skripsi sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)
pada Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Parepare

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI
PAREPARE**

2023

**PENGARUH KUALITAS LAYANAN TERHADAP LOYALITAS
KONSUMEN DI CAFE BERINGIN TANGGUL CEMPAE
SOREANG PAREPARE**

Skripsi

**Sebagai salah satu syarat untuk mencapai
Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)**

**Program Studi
Ekonomi Syariah**

Disusun dan diajukan oleh

**REGINA
NIM 18.2400.133**

Kepada

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI
PAREPARE**

2023

PERSETUJUAN KOMISI PEMBIMBING

Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas
Konsumen Di Cafe Beringin Tanggul Cempae
Soreang Parepare

Nama Mahasiswa : Regina

NIM : 18.2400.133

Program Studi : Ekonomi Syariah

Fakultas : Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Dasar Penetapan Pembimbing : Surat Penetapan Pembimbing Skripsi Fakultas
Ekonomi dan Bisnis Islam
B.2102/In.39.8/PP.00.9/7/2021

Disetujui Oleh :

Pembimbing Utama : Dr. Syahriyah Semaun, S.E., MM.

NIP : 19711111 199803 2 003

Pembimbing Pendamping : Dr. Arqam, M.Pd.

NIP : 19740329 200212 1 001

Mengetahui:

Dekan
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam



Muhammad Dalifah Muhammadun, M. Ag
NIP 19710208 200112 2 002

PENGESAHAN KOMISI PENGUJI

Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas
Konsumen di Cafe Beringin Tanggul Cempae
Soreang Parepare

Nama Mahasiswa : Regina

Nomor Induk Mahasiswa : 18.2400.133

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Program Studi : Ekonomi Syariah

Dasar Penetapan Pembimbing : Surat Penetapan Pembimbing Skripsi
Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam
B.2102/In.39.8/PP.00.9/7/2021

Tanggal Kelulusan : 23 Februari 2023

Disahkan oleh Komisi Penguji

Dr. Syahriyah Semaun, S.E., M.M (Ketua)

Dr. Arqam, M.Pd (Sekretaris)

Dr. Muzdalifah Muhammadun, M.Ag (Anggota)

Dr. Usman, M.Ag (Anggota)



Mengetahui:



Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Muzdalifah Muhammadun, M.Ag
NIP. 19710208 200112 2 002

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah swt berkat hidayah, taufik dan perlindungan-Nya, penulis dapat menyelesaikan tulisan ini sebagai syarat untuk menyelesaikan studi dengan judul “*Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Konsumen di Cafe Beringin Tanggul Cempae Soreang Parepare*”.

Penulis menghanturkan terima kasih yang setulus-tulusnya kepada ayah Junadi dan ibunda Yuliana, dimana dengan pembinaan dan berkah doa tulusnya, penulis mendapatkan kemudahan dalam menyelesaikan tugas akademik tepat pada waktunya.

Penulis telah menerima banyak bimbingan dan bantuan Ibu Dr. Syahriyah Semaun, S. E., M.M. selaku pembimbing I dan Bapak Dr. Arqam, M.Pd. Selaku pembimbing II atas segala bantuan dan bimbingan yang telah diberikan, penulis ucapkan terima kasih:

Selanjutnya penulis juga menyampaikan terima kasih kepada:

1. Dr. Hannani, M.Ag sebagai Rektor IAIN Parepare yang telah bekerja keras mengelola lembaga pendidikan ini demi kemajuan IAIN Parepare.
2. Dr. Muzdalifah Muhammadun, M.Ag sebagai Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam atas pengabdianya telah menciptakan suasana pendidikan yang positif bagi mahasiswa.
3. Bapak/Ibu Dosen Fakultas Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang selama ini telah mendidik penulis hingga dapat menyelesaikan studi yang masing-masing mempunyai kehebatan tersendiri dalam menyampaikan materi perkuliahan.
4. Kepala perpustakaan IAIN Parepare beserta jajarannya yang telah memberikan pelayanan kepada penulis selama menjalani studi di IAIN Parepare.

5. Jajaran staf administrasi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam serta staf akademik yang telah begitu banyak membantu mulai dari proses menjadi mahasiswa sampai pengurusan berkas ujian penyelesaian studi.
6. Jumrah Tahir, S.E. Nadya Ali'fyah Mewar, S.E. Nuranisa Fitri, Suci Ramadhani dan semua teman-teman penulis senasib dan seperjuangan Prodi Ekonomi Syariah yang tak bisa penulis sebutkan satu persatu yang memberikan warna tersendiri pada alur kehidupan penulis selama studi di IAIN Parepare.

Penulis tak lupa mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah memberikan bantuan, baik moril maupun material hingga tulisan ini dapat diselesaikan. Semoga Allah swt berkenan menilai segala kebajikan sebagai amal jariah dan memberikan rahmat dan pahala-Nya.

Akhirnya penulis menyampaikan kiranya pembaca berkenan memberikan saran konstruktif demi kesempurnaan skripsi ini.

Parepare, 24 Januari 2023
2 Rajab 1444

Penyusun,



Regina
18.2400.133

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Mahasiswa yang bertanda tangan di bawah ini

Nama : Regina
NIM : 18.2400.133
Tempat/Tgl. Lahir : Parepare, 26 oktober 2000
Program Studi : Ekonomi Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Konsumen Di
Cafe Beringin Tanggul Cempae Soreang Parepare

Menyatakan dengan sesungguhnya dan penuh kesadaran bahwa skripsi ini benar merupakan hasil karya saya sendiri. Apabila dikemudian hari terbukti bahwa skripsi saya merupakan duplikat, tiruan, plagiat, atau dibuat oleh orang lain, sebagian atau seluruhnya, maka skripsi dan gelar yang diperoleh karenanya batal demi hukum.

Parepare, 24 Januari 2023
2 Rajab 1444

Penyusun,



Regina
18.2400.133

ABSTRAK

Regina, *Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Konsumen di cafe Beringin Tanggul Cempae Soreang Parepare.* (Dibimbing oleh Syahriyah Semaun dan Arqam)

Kualitas layanan adalah suatu aktivitas atau serangkaian aktivitas yang bersifat tidak kasat mata (tidak dapat diraba) yang terjadi sebagai akibat adanya interaksi antara konsumen dengan karyawan atau hal-hal yang disediakan oleh perusahaan dalam pemberian pelayanan yang dimaksudkan untuk memecahkan permasalahan konsumen atau pelanggan. Kualitas layanan itu meliputi kehandalan, daya tanggap, jaminan, empati dan produk-produk fisik yang telah disediakan secara keseluruhan. Penelitian ini membahas tentang pengaruh kualitas layanan terhadap loyalitas konsumen di cafe beringin tanggul cempae soreang parepare.

Jenis penelitian yang digunakan adalah menggunakan *Survey research (Penelitian survei) dengan pendekatan kuantitatif*. Data dalam penelitian ini diperoleh dari pengolahan data kuesioner dan observasi. Teknik analisis data yaitu analisis kuantitatif.

Hasil penelitian diperoleh berdasarkan uji hipotesis bahwa kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen Cafe Beringin Tanggul Cempae Soreang Parepare. Hasil Uji Korelasi *Pearson Product Moment* di peroleh 0.799 menandakan bahwa terdapat hubungan kuat antara kualitas layanan dengan loyalitas konsumen di Cafe Beringin. Diketahui r tabel 0,254 maka *pearson correlation* penelitian ini bersifat positif dan nilai signifikan $0,00 < 0.05$ maka terdapat hubungan yang signifikan, maka kualitas layanan dengan loyalitas konsumen di Cafe Beringin terdapat hubungan yang positif dan signifikan. Hasil Uji regresi linear sederhana diketahui angka koefisien regresi nilainya sebesar 0.799 maka setiap penambahan 1% menggunakan kualitas layanan (X), maka loyalitas konsumen (Y) akan meningkat sebesar 0.799. Hasil uji koefisien determinasi bahwa R square diperoleh 0,639 dengan tingkat hubungan baik, memiliki arti bahwa 63,9% loyalitas konsumen (Y) dipengaruhi kualitas layanan (X) dan 36,1% dipengaruhi variabel yang lain.

Kata Kunci : *Kualitas Layanan, Loyalitas Konsumen*

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGAJUAN	ii
PERSETUJUAN KOMISI PEMBIMBING	iii
PENGESAHAN KOMISI PENGUJI.....	iv
KATA PENGANTAR	v
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	vii
ABSTRAK	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
TRANSLITERASI DAN SINGKATAN.....	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah	5
C. Tujuan Penelitian.....	5
D. Kegunaan Penelitian.....	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	7
A. Tinjauan Penelitian Relevan.....	7
B. Tinjauan Teori	10
1. Teori Kualitas Layanan	10
2. Teori Loyalitas Konsumen.....	16
C. Kerangka Konseptual	19
D. Kerangka Pikir.....	20
E. Hipotesis.....	21
BAB III METODE PENELITIAN.....	23
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian.....	23

B. Lokasi dan Waktu Penelitian.....	23
C. Populasi dan Sampel	24
D. Jenis dan Sumber Data	25
E. Teknik Pengumpulan dan Instrumen Pengolahan Data	26
F. Definisi Operasional Variabel.....	29
G. Instrumen Penelitian.....	33
H. Teknik Analisis Data.....	34
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	40
A. Deskripsi Hasil Penelitian	40
B. Pengujian Persyaratan Analisis Data.....	44
C. Pengujian Hipotesis.....	50
D. Pembahasan Hasil Penelitian	63
BAB V PENUTUP.....	67
A. Simpulan.....	67
B. Saran.....	68
DAFTAR PUSTAKA	69
LAMPIRAN.....	71
BIODATA PENULIS	89

PAREPARE

DAFTAR TABEL

Tabel 0.1	Transliterasi Konsonan	xiv-xvi
Tabel 0.2	Transliterasi Vokal Tunggal	xvi
Tabel 0.3	Transliterasi Vokal Rangkap	xvi-xvii
Tabel 0.4	Transliterasi Maddah	xvii
Tabel 3.1	Skala Likert	27
Tabel 3.2	Operasional Variabel	31-32
Tabel 3.3	Kriteria Pengukuran Variabel	33-34
Tabel 3.4	Klasifikasi Koefisien Person	38
Tabel 4.1	Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin Responden	44
Tabel 4.2	Karakteristik Berdasarkan Umur Responden	44-45
Tabel 4.3	Hasil Uji Statistik Deskriptif	46
Tabel 4.4	Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Layanan	46-47
Tabel 4.5	Hasil Uji Validitas Variabel Loyalitas Konsumen	47-48
Tabel 4.6	Hasil Uji Reliabilitas Variabel Kualitas Layanan	49
Tabel 4.7	Hasil Uji Reliabilitas Variabel Loyalitas Konsumen	49
Tabel 4.8	Hasil Uji Normalitas Kolmogrov Residual	51
Tabel 4.9	Hasil Uji One Sampel T-test	52
Tabel 4.10	Hasil Uji Korelasi Pearson Product Moment	55
Tabel 4.11	Hasil Analisis Regresi Linear Sederhana	57

Tabel 4.12	Anova	58
Tabel 4.13	Hasil Uji Regresi Linear Sederhana untuk Uji Hipotesis (Uji T)	61
Tabel 4.14	Hasil Uji Koefisien Determinan	63



DAFTAR GAMBAR

No. Gambar	Judul Gambar	Halaman
Gambar 2.1	Bagan Kerangka Konseptual	20
Gambar 2.2	Bagan Kerangka Pikir	21



DAFTAR LAMPIRAN

No Lampiran	Judul Lampiran	Halaman
1	Instrument Penelitian	72
2	Surat Izin Penelitian	76
3	Surat melaksanakan penelitian Kota Parepare	77
4	Surat keterangan selasai meneliti	78
5	Berita acara revisi judul skripsi	79
6	Dokumentasi	87
7	Biografi Penulis	89

TRANSLITERASI DAN SINGKATAN

A. Transliterasi

Transliterasi dimaksudkan sebagai pengalih-hurufan dari abjad yang satu ke abjad yang lain. Transliterasi Arab-Latin di sini ialah penyalinan huruf-huruf Arab dengan huruf-huruf Latin beserta perangkatnya.

1. Konsonan

Fonem konsonan bahasa Arab yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf. Dalam transliterasi ini sebagian dilambangkan dengan huruf dan sebagian dilambangkan dengan tanda, dan sebagian lagi dilambangkan dengan huruf dan tanda sekaligus.

Berikut ini daftar huruf Arab yang dimaksud dan transliterasinya dengan huruf latin:

Tabel 0.1: Tabel Transliterasi Konsonan

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
أ	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	Ša	š	es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	Ĥa	ĥ	ha (dengan titik di bawah)
خ	Kha	Kh	ka dan ha

د	Dal	D	De
ذ	Ẓal	Ẓ	Zet (dengan titik di atas)
ر	Ra	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	es dan ye
ص	Ṣad	ṣ	es (dengan titik di bawah)
ض	Ḍad	ḍ	de (dengan titik di bawah)
ط	Ṭa	ṭ	te (dengan titik di bawah)
ظ	Ẓa	ẓ	zet (dengan titik di bawah)
ع	`ain	`	koma terbalik (di atas)
غ	Gain	G	Ge
ف	Fa	F	Ef
ق	Qaf	Q	Ki
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El
م	Mim	M	Em
ن	Nun	N	En
و	Wau	W	We

هـ	Ha	H	Ha
ء	Hamzah	‘	Apostrof
ي	Ya	Y	Ye

2. Vokal

Vokal bahasa Arab, seperti vokal bahasa Indonesia, terdiri dari vokal tunggal atau *monoftong* dan vokal rangkap atau *diftong*.

a. Vokal Tunggal

Vokal tunggal bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harakat, transliterasinya sebagai berikut:

Tabel 0.2: Tabel Transliterasi Vokal Tunggal

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
اَ	Fathah	A	A
اِ	Kasrah	I	I
اُ	Dammah	U	U

b. Vokal Rangkap

Vokal rangkap bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harakat dan huruf, transliterasinya berupa gabungan huruf sebagai berikut:

Tabel 0.3: Tabel Transliterasi Vokal Rangkap

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
اي...	Fathah dan ya	Ai	a dan u

و...	Fathah dan wau	Au	a dan u
------	----------------	----	---------

Contoh:

- كَتَبَ kataba
- فَعَلَ fa`ala
- سُئِلَ suila
- كَيْفَ kaifa
- حَوْلَ haula

3. Maddah

Maddah atau vokal panjang yang lambangnya berupa harakat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda sebagai berikut:

Tabel 0.4: Tabel Transliterasi Maddah

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ا...ى...	Fathah dan alif atau ya	Ā	a dan garis di atas
ى...	Kasrah dan ya	Ī	i dan garis di atas
و...	Dammah dan wau	Ū	u dan garis di atas

Contoh:

- قَالَ qāla
- رَمَى ramā
- قِيلَ qīla
- يَقُولُ yaqūlu

4. Ta' Marbutah

Transliterasi untuk ta' marbutah ada dua, yaitu:

- a. Ta' marbutah hidup
Ta' marbutah hidup atau yang mendapat harakat fathah, kasrah, dan dammah, transliterasinya adalah "t".
- b. Ta' marbutah mati
Ta' marbutah mati atau yang mendapat harakat sukun, transliterasinya adalah "h".
- c. Kalau pada kata terakhir dengan ta' marbutah diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang al serta bacaan kedua kata itu terpisah, maka ta' marbutah itu ditransliterasikan dengan "h".

Contoh:

- رَوْضَةُ الْأَطْفَالِ raudah al-atfāl/raudahtul atfāl
- الْمَدِينَةُ الْمُنَوَّرَةُ al-madīnah al-munawwarah/al-madīnatul munawwarah
- طَلْحَةَ talhah

5. Syaddah (Tasydid)

Syaddah atau tasydid yang dalam tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda, tanda syaddah atau tanda tasydid, ditransliterasikan dengan huruf, yaitu huruf yang sama dengan huruf yang diberi tanda syaddah itu.

Contoh:

- نَزَّلَ nazzala
- الْبِرُّ al-birr

6. Kata Sandang

Kata sandang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, yaitu ال, namun dalam transliterasi ini kata sandang itu dibedakan atas:

- a. Kata sandang yang diikuti huruf syamsiyah

Kata sandang yang diikuti oleh huruf syamsiyah ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya, yaitu huruf "l" diganti dengan huruf yang langsung mengikuti kata sandang itu.

- b. Kata sandang yang diikuti huruf qamariyah

Kata sandang yang diikuti oleh huruf qamariyah ditransliterasikan dengan sesuai dengan aturan yang digariskan di depan dan sesuai dengan bunyinya.

Baik diikuti oleh huruf syamsiyah maupun qamariyah, kata sandang ditulis terpisah dari kata yang mengikuti dan dihubungkan dengan tanpa sempang.

Contoh:

- الرَّجُلُ ar-rajulu
- الْقَلَمُ al-qalamu
- الشَّمْسُ asy-syamsu
- الْجَلَالُ al-jalālu

7. Hamzah

Hamzah ditransliterasikan sebagai apostrof. Namun hal itu hanya berlaku bagi hamzah yang terletak di tengah dan di akhir kata. Sementara hamzah yang terletak di awal kata dilambangkan, karena dalam tulisan Arab berupa alif.

Contoh:

- تَأْخُذُ ta'khužu
- سَيِّئٌ syai'un
- النَّوْءُ an-nau'u
- إِنَّ inna

8. Penulisan Kata

Pada dasarnya setiap kata, baik fail, isim maupun huruf ditulis terpisah. Hanya kata-kata tertentu yang penulisannya dengan huruf Arab sudah lazim dirangkaikan dengan kata lain karena ada huruf atau harkat yang dihilangkan, maka penulisan kata tersebut dirangkaikan juga dengan kata lain yang mengikutinya.

Contoh:

- وَ إِنَّ اللَّهَ فَهُوَ خَيْرُ الرَّازِقِينَ Wa innallāha lahuwa khair ar-rāziqīn/
Wa innallāha lahuwa khairurrāziqīn
- بِسْمِ اللَّهِ مَجْرَاهَا وَ مُرْسَاهَا Bismillāhi majrehā wa mursāhā

9. Huruf Kapital

Meskipun dalam sistem tulisan Arab huruf kapital tidak dikenal, dalam transliterasi ini huruf tersebut digunakan juga. Penggunaan huruf kapital seperti apa yang berlaku dalam EYD, di antaranya: huruf kapital digunakan untuk menuliskan huruf awal nama diri dan permulaan kalimat. Bilamana nama diri itu didahului oleh kata sandang, maka yang ditulis dengan huruf kapital tetap huruf awal nama diri tersebut, bukan huruf awal kata sandangnya.

Contoh:

- الْحَمْدُ لِلَّهِ رَبِّ الْعَالَمِينَ Alhamdu lillāhi rabbi al-`ālamīn/
Alhamdu lillāhi rabbil `ālamīn
- الرَّحْمَنُ الرَّحِيمُ Ar-rahmānir rahīm/Ar-rahmān ar-rahīm

Penggunaan huruf awal kapital untuk Allah hanya berlaku bila dalam tulisan Arabnya memang lengkap demikian dan kalau penulisan itu disatukan dengan kata lain sehingga ada huruf atau harakat yang dihilangkan, huruf kapital tidak dipergunakan.

Contoh:

- اللَّهُ غَفُورٌ رَحِيمٌ Allaāhu gafūrun rahīm
- لِلَّهِ الْأُمُورُ جَمِيعًا Lillāhi al-amru jamī`an/Lillāhil-amru jamī`an

10. Tajwid

Bagi mereka yang menginginkan kefasihan dalam bacaan, pedoman transliterasi ini merupakan bagian yang tak terpisahkan dengan Ilmu Tajwid. Karena itu peresmian pedoman transliterasi ini perlu disertai dengan pedoman tajwid.

A. Singkatan

Beberapa singkatan yang dibakukan adalah :

swt.	=	<i>subhānahu wata `ālā</i>
saw.	=	<i>Shallallahu `Alaihi wa Sallam`</i>
a.s.	=	<i>alaihis salam</i>
H	=	<i>Hijriah</i>
M	=	<i>Masehi</i>

<i>SM</i>	=	<i>Sebelum Masehi</i>
1.	=	Lahir Tahun
w.	=	Wafat tahun
QS.../...:4	=	QS al-Baqarah/2:187 atau QS Ibrahim/...., ayat 4
HR	=	Hadis Riwayat

Beberapa singkatan yang digunakan secara khusus dalam teks referensi perlu dijelaskan kepanjangannya, diantaranya sebagai berikut:

- ed. : Editor (atau, eds. [dari kata editors] jika lebih dari satu orang editor). Karena dalam Bahasa Indonesia kata “editor” berlaku baik untuk satu atau lebih editor, maka ia bisa saja tetap disingkat ed. (tanpa s).
- et al, : “Dan lain-lain” atau “dan kawan-kawan” (singkatan dari *et alia*). Ditulis dengan huruf miring. Alternatifnya, digunakan singkatan dkk. (“dan kawan-kawan”) yang ditulis dengan huruf biasa/tegak.
- Cet : Cetakan. Keterangan frekuensi cetakan buku atau literatur sejenis.
- Terj. : Terjemahan (oleh). Singkatan ini juga digunakan untuk penulisan untuk karya terjemahan yang tidak menyebutkan nama penerjemahannya.
- Vol. : Volume. Dipakai untuk menunjukkan jumlah jilid sebuah buku atau ensiklopedi dalam Bahasa Inggris. Untuk buku-buku berbahasa Arab biasanya digunakan kata juz.
- No. : Nomor. Digunakan untuk menunjukkan jumlah nomor karya ilmiah berkala seperti jurnal, majalah, dan sebagainya.

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Pada era globalisasi saat ini bisnis berkembang sangat pesat sehingga persaingan di dunia bisnis juga semakin ketat terutama pada bisnis yang sejenis, salah satunya yaitu pada bisnis dibidang cafe. Cafe yang berdiri di Kota Parepare sudah banyak ditemui, seperti yang peneliti ketahui hampir setiap sudut jalan di Kota Parepare terdapat cafe, baik cafe yang berbentuk sederhana maupun cafe yang besar atau mewah. Dengan terus bertumbuhnya industri cafe di Kota Parepare ini membuat persaingan antar pengusaha cafe semakin ketat.

Persaingan yang terjadi salah satunya terdapat pada kualitas layanan, persaingan yang semakin ketat dan tidak lepas dari keinginan konsumen yang selalu menginginkan pelayanan yang memiliki kualitas tinggi dan cepat membuat para pelaku bisnis harus mempunyai keunggulan dari daya saingnya masing-masing. Kualitas layanan merupakan hal yang paling penting dalam suatu usaha, kualitas layanan berpusat pada pemenuhan kebutuhan dan kepuasan konsumen.

Potensi yang dimiliki oleh Kota Parepare pada sektor pariwisata dan perdagangan memiliki prospek yang cukup baik. Salah satu contoh strateginya dalam mengembangkan perpaduan antara keduanya yaitu salah satunya terdapat pada Tanggul Cempae Soreang Parepare yang dijadikan sebagai tempat wisata oleh masyarakat luar maupun masyarakat Parepare dan dimanfaatkan oleh masyarakat dengan mumbuka usaha sendiri conohnya

yaitu cafe, dikarenakan berlokasi di pinggir laut sehingga dapat menarik perhatian masyarakat untuk menghampirinya sebagai tempat persinggahan untuk bersantai sekaligus tempat menikmati makanan dan minuman yang telah disediakan di cafe, salah satunya yaitu cafe beringin. Hal ini semakin mendukung dengan meningkatnya bisnis cafe yang ada di Tanggul Cempae Soreang Parepare.

Masyarakat saat ini yang disibukkan oleh kegiatan sehari-hari membuat masyarakat refreshing, salah satu refreshing yang dipilih oleh masyarakat adalah kuliner. Dengan melakukan kegiatan yang sering disebut wisata kuliner dapat meredakan dan mengalihkan keribetan ke hal yang lebih santai. Hal tersebut berkembang dengan seiring perkembangan zaman menjadi budaya di masyarakat kita yang disebut nongkrong.¹ Masyarakat saat ini cenderung lebih sering menghabiskan waktu diluar rumah bersama keluarga, teman, dan rekan kerja, dikarenakan kenyamanan dan kepraktisan yang didapatkan sekaligus dapat menikmati suasana pinggir laut yang sangat indah. Tidak heran jika kebanyakan masyarakat atau pengunjung menghabiskan waktunya hingga berjam-jam berada disana. Selain tempat bersantai pengunjung juga dapat menyelesaikan tugas maupun pekerjaan lainnya.

Kualitas layanan yang baik dari karyawan atau orang yang bertanggung jawab dalam cafe, dapat memberi dorongan terhadap konsumen untuk datang berkunjung kembali ke cafe tersebut. Manajemen cafe perlu mengutamakan kualitas layanannya untuk mendapatkan tingkat loyalitas yang

¹ Shohib Muttaqin,'Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Konsumen',(2020).

tinggi dari konsumen. Semakin baik pelayanan yang diberikan oleh pihak cafe terhadap konsumen maka semakin besar rasa nyaman yang didapatkan oleh konsumen, dengan rasa nyaman itu konsumen dapat merasa puas dan dapat membuat konsumen lebih loyal terhadap cafe tersebut. Dalam artian konsumen akan datang kembali ke café tersebut jika mereka merasa puas.

Kualitas layanan begitu berpengaruh penting terhadap pelayanan yang diberikan kepada konsumen yang berkunjung, oleh karena itu manajer cafe harus memperhatikan aspek-aspek penunjang agar konsumennya berminat untuk berkunjung kembali atau melakukan pembelian ulang di cafe tersebut. Suatu pelayanan haruslah memberikan kenyamanan dan kepuasan kepada para konsumen sehingga tercipta kualitas layanan yang baik sesuai yang diinginkan oleh konsumen. Dengan adanya kualitas layanan yang baik maka dapat membuat konsumen loyal.

Loyalitas konsumen merupakan hal yang sangat penting untuk diperhatikan. Keberhasilan suatu perusahaan ditentukan oleh kemampuan perusahaan tersebut dalam membangun loyalitas pelanggan. Memiliki konsumen yang loyal adalah tujuan akhir dari perusahaan. Jika perusahaan mampu mempertahankan mereka maka kinerja keuangan dapat meningkat serta mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan, hal ini menjadi alasan utama bagi setiap perusahaan untuk menarik dan mempertahankan konsumen.

Konsumen yang loyal secara tidak langsung dapat membantu perkembangan atau terciptanya keberhasilan suatu usaha cafe maupun usaha lainnya dalam bentuk mempromosikan cafe tersebut kepada teman-teman kerabatnya. Hal ini tentu saja akan sangat membantu dalam mendapatkan konsumen baru untuk cafe tersebut. Tetapi situasi yang ideal tersebut akan

terwujud jika owner atau manajer cafe mengetahui dan memenuhi kebutuhan apa saja yang diinginkan oleh konsumennya.

Beringin merupakan salah satu cafe atau kios yang memiliki lokasi di Kota Parepare. Cafe Beringin berada di Kota Parepare tepatnya Jln. Petta Oddo, Watang Soreang, Kec. Soreang, Kota Parepare, Sulawesi Selatan. Cafe Beringin merupakan cafe yang menyediakan berbagai macam minuman dan makanan.

Namun seperti yang kita telah ketahui di Cafe Beringin, di tanggul cempae soreang ini terdapat beberapa Cafe yang hampir sama dengan penyediaan dan pelayanan, tetapi Cafe Beringin memiliki konsumen yang lebih banyak dibandingkan dengan Cafe lain yang berada disekitarnya. Maka dari hasil observasi awal peneliti telah mewawancarai salah satu konsumen yang sedang berkunjung di Cafe tersebut, konsumen memberi penjelasan bahwa pelayanan yang diberikan oleh Cafe Beringin sedikit minim dengan banyaknya pengunjung yang datang membuat pelayan Cafe Beringin merasa kelelahan dengan memberi ekspresi wajah yang tidak memuaskan bagi konsumennya, meskipun banyak konsumen yang berkunjung akan tetapi pelayanan harus tetap diutamakan, karena pelayanan merupakan salah satu faktor yang dapat menciptakan loyalitas konsumen.

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul "Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Konsumen Di Cafe Beringin Tanggul Cempae Soreang Parepare"

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas maka yang menjadi permasalahan dalam penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Seberapa baik kualitas layanan di cafe beringin tanggul cempae soreang parepare ?
2. Seberapa besar loyalitas konsumen di cafe beringin tanggul cempae soreang parepare?
3. Apakah ada hubungan yang positif dan signifikan kualitas produk terhadap loyalitas konsumen di cafe beringin tanggul cempae soreang parepare ?
4. Apakah kualitas layanan berpengaruh terhadap loyalitas konsumen di cafe beringin tanggul cempae soreang parepare ?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk menganalisis seberapa baik kualitas layanan di cafe beringin tanggul cempae soreang Parepare
2. Untuk menganalisis seberapa besar loyalitas konsumen di cafe beringin tanggul cempae soreang Parepare
3. Untuk mengetahui hubungan yang positif dan signifikan kualitas layanan terhadap loyalitas konsumen di cafe beringin tanggul cempae soreang Parepare
4. Untuk mengetahui pengaruh kualitas layanan terhadap loyalitas konsumen di cafe beringin tanggul cempae soreang Parepare

D. Kegunaan Penelitian

Dengan adanya penelitian ini, penulis berharap agar dapat memberikan kegunaan sebagai berikut:

1. Kegunaan Teoritis

Penelitian ini diharapkan agar dapat menjadi manfaat bagi para pengusaha dalam hal penjualan agar lebih baik dalam memperhatikan kualitas layanan terhadap loyalitas konsumennya.

2. Kegunaan Praktis

Penelitian ini dapat memberikan informasi dan masukan bagi owner Cafe Beringin Tanggul Soreang Parepare mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi kualitas layanan sehingga dapat meningkatkan loyalitas konsumen.



BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Tinjauan Penelitian Relevan

Tinjauan pustaka ini pada intinya adalah untuk menetapkan gambaran hubungan topik yang akan di teliti dengan peneliti sejenis yang pernah dilakukan oleh peneliti sebelumnya, sehingga tidak ada pengulangan. Maka, ditemukan beberapa hasil penelitian sebagai berikut:

1. Katon Wisnu Bhagaskoro dengan judul “Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Terrace Cafe Yogyakarta tahun 2017” Berdasarkan hasil penelitian maka dapat diambil kesimpulan bahwa Kualitas Pelayanan memberikan pengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan di Terrace Cafe, serta harga tidak berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan.²

Perbedaan penelitian yang Katon Wisnu Bhagaskoro lakukan dengan penelitian yang ingin dilakukan oleh peneliti adalah :

- a) Penelitian yang ditulis oleh Katon Wisnu Bhagaskoro memfokuskan pembahasan dengan dua variabel X yaitu analisis pengaruh kualitas pelayanan dan harga. Sedangkan peneliti memfokuskan pembahasan dengan satu (1) variabel X yaitu pengaruh kualitas layanan.
- b) Lokasi penelitian yang berbeda, penelitian yang ditulis oleh Katon Wisnu Bhagaskoro berlokasi di Terrace Cafe Yogyakarta, sedangkan peneliti meneliti di Cafe Beringin Tanggul Soreang Parepare.
- c) Teknik pengambilan sampel yang digunakan Katon Wisnu Bhagaskoro yaitu judgement sampling, sedangkan yang digunakan oleh peneliti yaitu purposive sampling.

² Katon Wisnu Bhagaskoro, ' Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Terrace Cafe Yogyakarta',(2017).

- d) Berdasarkan hasil penelitian maka dapat diambil kesimpulan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan dan harga tidak berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan, maka kualitas pelayanan dan harga secara simultan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan Terrace Cafe.³ Sedangkan hasil penelitian yang dilakukan peneliti dapat disimpulkan bahwa kualitas layanan berpengaruh terhadap loyalitas konsumen.
2. Shohib Muttaqin dengan judul “Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Konsumen”.⁴ Berdasarkan hasil penelitian maka dapat diambil kesimpulan bahwa perbedaan penelitian yang Shohib Muttaqin lakukan dengan penelitian yang dilakukan peneliti adalah :
- a) Penelitian Shohib Muttaqin bertujuan untuk menganalisis dan menjelaskan kualitas produk, kualitas layanan, kepuasan konsumen terhadap loyalitas konsumen.
 - b) Penelitian yang ditulis oleh Shohib Muttaqin memfokuskan pembahasan dengan dua variabel X yaitu pengaruh kualitas produk dan kualitas layanan. Sedangkan peneliti memfokuskan pembahasan dengan satu (1) variabel X yaitu pengaruh kualitas layanan.
 - c) Shohib Muttaqin dalam penelitiannya menggunakan analisis statistik deskriptif dan analisis statistik inferensial, sedangkan peneliti hanya menggunakan analisis statistik deskriptif.
 - d) Berdasarkan hasil penelitiannya maka dapat diambil kesimpulan bahwa variabel kualitas produk dan kualitas layanan berpengaruh negatif

³ Katon Wisnu Bhagaskoro, ' Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Terrace Cafe Yogyakarta', (2017).

⁴Shohib Muttaqin, 'Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Konsumen', (2020).

terhadap kepuasan pelanggan serta kepuasan pelanggan berpengaruh negatif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan.

3. Rizky Asyura Rangkuti dengan judul “Pengaruh Kualitas Produk dan Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan dengan Kepuasan Pelanggan sebagai Variabel Intervening (studi pada konsumen coffee shop di kota medan)”.⁵ Berdasarkan hasil penelitian maka dapat diambil kesimpulan bahwa perbedaan penelitian yang Rizky Asyura Rangkuti lakukan dengan penelitian yang dilakukan peneliti adalah :
 - a) Rizky Asyura Rangkuti dalam penelitiannya menggunakan dua variabel X Pengaruh Kualitas Produk dan Pelayanan, sedangkan peneliti menggunakan satu variabel X Pengaruh Kualitas Layanan.
 - b) Rizky Asyura Rangkuti Teknik sampel dalam penelitiannya menggunakan judgement sampling, sedangkan peneliti menggunakan purposive sampling.
 - c) Hasil penelitian dari Rizky Asyura Rangkuti menunjukkan bahwa pengaruh kualitas produk, pelayanan, kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan dan kepuasan pelanggan berpengaruh positif dan tidak signifikan.
4. Herlisia Krisdayanti dengan judul “Pengaruh Kualitas Layanan dan Kepuasan Konsumen Terhadap Loyalitas Konsumen pada Minimarket Kertapati Jaya Indah Palembang”.⁶ Berdasarkan hasil penelitian maka dapat diambil kesimpulan bahwa perbedaan penelitian Herlisia Krisdayanti lakukan dengan penelitian yang dilakukan peneliti adalah :

⁵ Rizky Asyura Rangkuti, 'Pengaruh Kualitas Produk dan Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Sebagai Variabel Intervening Studi Pada Konsumen Coffee Shop di Kota Medan', (2021).

⁶ Helisia Krisdayanti, 'Pengaruh Kualitas Layanan dan Kepuasan Konsumen Terhadap Loyalitas Konsumen Pada Miimarket Kertapati Jaya Indah Palembang' (2017).

- a) Herlisia Krisdayanti dalam penelitiannya menggunakan dua variabel X Pengaruh Kualitas Layanan dan Kepuasan Konsumen, sedangkan peneliti menggunakan satu variabel X Pengaruh Kualitas Layanan.
- b) Herlisia Krisdayanti dalam penelitiannya menggunakan analisis regresi linear berganda, sedangkan peneliti menggunakan analisis regresi linear sederhana.
- c) Hasil penelitian dari Herlisia Krisdayanti, kedua variabel independent kualitas layanan (X1) dan kepuasan konsumen (X2) mempunyai hubungan yang positif signifikan terhadap variabel dependen loyalitas konsumen (Y). Sedangkan kesimpulan hasil penelitian yang dilakukan peneliti menunjukkan kualitas layanan (X) berpengaruh signifikan terhadap loyalitas konsumen (Y).

B. Tinjauan Teori

1. Teori Kualitas Layanan

a. Pengertian Kualitas Layanan

Menurut Tjiptono dalam bukunya mengatakan bahwa kualitas layanan adalah upaya penyampaian jasa untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaian untuk mengimbangi harapan pelanggan. Harapan konsumen merupakan keyakinan konsumen sebelum mencoba atau membeli suatu produk yang dijadikan acuan dalam menilai kinerja produk tersebut.⁷ Memenuhi harapan konsumen merupakan salah satu hal yang sangat penting untuk diperhatikan dalam kelangsungan suatu usaha.

Kualitas layanan adalah suatu aktivitas atau serangkaian aktivitas yang bersifat tidak kasat mata (tidak dapat diraba) yang terjadi sebagai akibat adanya interaksi antara konsumen dengan

⁷Fandy Tjiptono, *Manajemen Jasa* (Yogyakarta: Andi Offset, 2010).

karyawan atau hal-hal yang disediakan oleh perusahaan pemberian pelayanan yang dimaksudkan untuk memecahkan permasalahan konsumen atau pelanggan.⁸ Kualitas layanan merupakan salah satu faktor penting dalam mengembangkan suatu usaha dengan memberikan layanan sesungguhnya seperti diharapkan oleh konsumen.

Seperti halnya usaha dibidang makanan dan minuman harus terus berusaha untuk dapat mengembangkan kualitas pelayanannya dengan baik, sehingga dapat memberikan kepuasan tersendiri bagi konsumennya, dengan kualitas layanan yang baik sesuai yang diharapkan oleh konsumen maka konsumen akan tetap setia datang ke cafe ini. Cafe harus dapat mengambil keputusan untuk meminimalkan jumlah ketidakpuasan saat pembelian lalu menggantinya dengan kepuasan yang lebih dari produk pelayanan yang diberikan. Sehingga mereka dapat memuaskan kebutuhan konsumennya dengan baik.

Kualitas layanan menjadi suatu kewajiban yang harus dilakukan oleh pengusaha atau manager cafe agar mampu mempertahankan dan tetap mendapat kepercayaan konsumennya. Kualitas layanan adalah upaya pemenuhan kebutuhan yang dibarengi dengan keinginan konsumen serta ketepatan cara penyampaiannya agar dapat memenuhi harapan dan kepuasan konsumen tersebut.

⁸ Daryanto dan Ismanto Setyabudi, *Konsumen Dan Pelayanan Prima* (Yogyakarta: Graha Media, 2014).

b. Bentuk-Bentuk Pelayanan

Pelayanan dapat dikategorikan dalam tiga bentuk, yaitu:⁹

1) Layanan dengan lisan

Layanan dengan lisan dilakukan oleh petugas-petugas dibidang hubungan masyarakat, layanan informasi di bidang-bidang lain yang tugasnya memberikan penjelasan atau keterangan kepada siapapun yang memerlukan.

2) Layanan dengan tulisan

Layanan dengan tulisan merupakan bentuk layanan yang paling menonjol dalam pelaksanaan tugas. Tidak hanya dalam segi jumlah tetapi juga dalam segi peranannya.

3) Layanan dengan perbuatan

Dilakukan oleh sebagai besar kalangan menengah dan bawah. Karena itu faktor keahlian dan keterampilan petugastersebut sangat menentukan hasil perbuatan atau pekerjaan.

Kualitas layanan yang baik itu sering disebut sebagai salah satu faktor yang paling penting dalam keberhasilan suatu bisnis, dikarenakan kualitas jasa mempunyai pengaruh yang sangat signifikan terhadap kepuasan pelanggan itu sendiri. Maka, suatu usaha diharuskan untuk memaksimalkan kualitas pelayanannya agar bisa menciptakan kepuasan para konsumennya sehingga terciptanya loyalitas konsumen yang baik.

⁹ Kasmir, Manajemen Perbankan, ke 11 (Jakarta: Rajawali Pers, 2012).

Kualitas pelayanan menjadi suatu keharusan yang harus dilakukan perusahaan supaya mampu bertahan dan tetap mendapat kepercayaan pelanggan. Pola konsumsi dan gaya hidup pelanggan menuntut perusahaan mampu memberikan pelayanan yang berkualitas. Keberhasilan perusahaan dalam memberikan pelayanan yang berkualitas dapat ditentukan dengan pendekatan *service quality* yang telah dikembangkan oleh Parasuraman. *Service quality* adalah seberapa jauh perbedaan antara harapan dan kenyataan para pelanggan atas pelayanan yang mereka terima. *Service quality* dapat diketahui dengan cara membandingkan persepsi pelanggan atas pelayanan yang benar-benar mereka terima dengan pelayanan sesungguhnya yang mereka harapkan.¹⁰ Pelayanan merupakan salah satu faktor terpenting kelangsungan dan perkembangan suatu usaha. Dimana usaha tersebut dibidang makanan dan minuman harus terus berusaha untuk dapat mengembangkan kualitas pelayanannya dengan baik, sehingga dapat memberikan kepuasan tersendiri bagi konsumennya, dengan begitu konsumen akan tetap setia datang ke cafe ini.

c. Dimensi kualitas pelayanan

Menurut Parasuraman dikutip oleh Etta Mamang Sangadji dan Sopiah, mengemukakan ada lima dimensi kualitas pelayanan, yaitu:¹¹

¹⁰ Buddy Ibrahim, *TQM (Total Quality Management)* (jakarta: djembatan, 2000).

¹¹ Etta Mamang Sangadji dan Sopiah, *Perilaku Konsumen (CV Andi Offset, 2014)*.

1) Keandalan (*reliability*)

Keandalan yakni kemampuan memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan tepat (*accurately*) dan kemampuan untuk dipercaya (*dependably*), terutama memberikan pelayanan secara tepat waktu (*on time*), dengan cara yang sama sesuai dengan jadwal yang telah dijanjikan dan tanpa melakukan kesalahan.

2) Daya tanggap (*responsiveness*)

Daya tanggap yaitu kemauan atau keinginan para karyawan untuk membantu memberikan jasa yang dibutuhkan untuk konsumen.

3) Jaminan (*assurance*),

Jaminan mencakup pengetahuan, kemampuan, keramahan, kesopanan, dan sifat dapat dipercaya dari kontak personal untuk menghilangkan sifat keragu-raguan konsumen dan membuat mereka merasa terbebas dari bahaya dan resiko.

4) Empati

Empati meliputi sikap kontak personal atau perusahaan untuk memahami dan kesulitan, konsumen, komunikasi yang baik, perhatian pribadi, dan kemudahan untuk melakukan komunikasi atau hubungan.

5) Produk-produk fisik (*tangibles*)

Tersedianya fasilitas fisik, perlengkapan sarana komunikasi, dan lain-lain yang bisa dan harus ada dalam proses jasa.

Dalam islam mengajarkan apabila ingin memberikan hasil usaha yang baik berupa barang atau pelayanan jasa, hendaknya memberikan yang berkualitas bagi orang lain. Seperti yang dijelaskan di Al-Qur'an Surat Al-Baqarah 2:267 yaitu :

لَكُمْ أَخْرَجْنَا وَمِمَّا كَسَبْتُمْ مَا طَيَّبْتُمْ مِنْ أَنْفِقُوا ءَامِنُوا الَّذِينَ أَيُّهَا
بِأَخْذِيهِ وَأَلْسْتُمْ تَنْفِقُونَ مِنْهُ الْخَبِيثَ تَيَمَّمُوا وَلَا ۖ الْأَرْضِ مِّنْ
حَمِيدٌ غَنَى اللَّهُ أَنْ وَأَعْلَمُوا ۖ فِيهِ تُغْمِضُوا أَنْ إِلَّا

Terjemahnya:

Hai orang-orang yang beriman, nafkahkanlah (di jalan Allah) sebagian dari hasil usahamu yang baik-baik dan sebagian dari apa yang kami keluarkan dari bumi untuk kamu. dan janganlah kamu memilih yang buruk-buruk lalu kamu menafkahkan daripadanya, padahal kamu sendiri tidak mau mengambilnya melainkan dengan memincingkan mata terhadapnya. dan Ketahuilah, bahwa Allah Maha Kaya lagi Maha Terpuji. (QS.Al-Baqarah 2:267).¹²

Setiap pemasaran pada akhirnya akan menimbulkan sebuah kepuasan bagi pelanggan. Jika pelanggan puas terhadap barang dan pelayanan maka pelanggan akan melakukan pembelian ulang. Jika konsumen tidak puas, tentunya pelanggan tidak akan melakukan pembelian ulang dan memberikan reaksi negatif serta menginformasikan reaksi negatif itu kepada keluarga, sahabat

¹² Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahannya*, (Jakarta Timur:CV Karya Insan Indonesia ,2017), Al-Baqarah 2:267.

sehingga pemasaran produk tersebut tidak mencapai target dan sasaran. Hal ini dapat menimbulkan kegagalan bagi perusahaan dalam memberikan kualitas pelayanan.¹³

2. Teori Loyalitas Konsumen

a. Pengertian Loyalitas Konsumen

Menurut Lovelock, loyalitas sebagai “kemauan pelanggan untuk terus mendukung sebuah perusahaan dalam jangka panjang, membeli dan menggunakan produk dan jasanya atas dasar rasa suka yang eksklusif dan secara sukarela merekomendasikan produk perusahaan pada para kerabatnya”.¹⁴ Jika seorang pelanggan atau konsumen mendapatkan kepuasan dan rasa suka sesuai dengan keinginannya maka mereka akan datang membeli ulang atau berkunjung secara berulang kali.

Menurut Griffin *“Loyalty is defined as non random purchase expressed over time by some decision making unit”*.¹⁵ Yang artinya bahwa loyalitas didefinisikan sebagai pembelian tidak acak yang diekspresikan dari waktu ke waktu oleh beberapa unit pengambilan keputusan.

Perilaku pembelian ulang yang memiliki sensitifitas merek yang kuat termasuk dalam kategori loyalitas, dimana konsumen cenderung

¹³ Nana Herdiana, Manajemen Bisnis Syariah dan Kewirausahaan, (Bandung: Pustaka Setia, 2013) hal. 242.

¹⁴ Christopher H Lovelock dan Wright Lauren K, *Manajemen Pemasaran Jasa* (Jakarta: PT. Indeks, 2005).

¹⁵ Jil Griffin, *Customer Loyalty: Menumbuhkan Dan Mempertahankan Pelanggan* (Jakarta: Erlangga, 2005).

membeli atau menggunakan ulang merek yang sama dan menganggap bahwa pilihan merek sangat penting. Adapun, pembelian ulang yang memiliki sensitifitas merek yang lemah termasuk dalam kategori inersia, yakni konsumen cenderung membeli atau menggunakan ulang merek yang sama, tetapi tidak menganggap merek itu penting, karena ia tidak bisa membedakan berbagai merek yang ada dan terlibat secara insentif dalam pemilihan kategori produk.

Loyalitas muncul ketika produk yang disediakan oleh perusahaan kepada pelanggan sesuai kriteria dan keinginan sehingga pelanggan merasa puas dan membuat pelanggan tetap setia pada produk atau perusahaan tersebut.

b. Strategi Membangun Loyalitas Komsumen

Membangun loyalitas konsumen merupakan suatu hal yang sulit. Meskipun perusahaan sudah mengeluarkan banyak biaya atau melakukan berbagai cara untuk membangun loyalitas dengan konsumen tetapi mereka sering gagal membangun hubungan yang sesungguhnya dengan konsumen. Ada strategi yang digunakan untuk membangun loyalitas yang disebut dengan roda loyalitas, yang terdiri dari tiga langkah yaitu:¹⁶

1) Build a foundation for loyalty

Perusahaan perlu membangun fondasi yang solid untuk menciptakan loyalitas pelanggan yang benar dalam mengidentifikasi segmen pelanggan, menarik pelanggan yang

¹⁶Muhammad Adam, *Manajemen Pemasaran Jasa* (Bandung: Alfabeta, 2015).

benar, meningkatkan pelayanan, dan mengantarkan nilai kepuasan yang tinggi.

2) *Create loyalty bonds*

Untuk membangun loyalitas yang sesungguhnya, suatu perusahaan perlu mengembangkan ikatan yang erat dengan pelanggannya, serta memperdalam hubungan dengan melakukan penjualan silang dan bundling atau menambah nilai dan level ikatan yang lebih tinggi.

3) *Reduce churn drivers*

Perusahaan perlu mengidentifikasi faktor-faktor yang dihasilkan dari *churn* yang membuat kehilangan pelanggan dan menggantikannya dengan pelanggan baru.

c. Karakteristik Loyalitas Konsumen

Konsumen yang loyal merupakan aset penting bagi suatu perusahaan, karakteristik yang dimiliki oleh pelanggan yang loyal dapat membuktikan bahwa mereka itu aset penting bagi perusahaan. Konsumen yang loyal memiliki karakteristik sebagai berikut:

1) Melakukan pembelian ulang secara teratur

Loyalitas lebih mengacu pada wujud perilaku dari unit-unit pengambilan keputusan untuk melakukan pembelian secara terus menerus terhadap barang atau jasa suatu perusahaan yang dipilih. Tingkat kepuasan terhadap toko akan mempengaruhi mereka untuk membeli kembali.

2) Membeli diluar lini produk atau jasa

Membeli diluar lini produk atau jasa artinya keinginan untuk membeli lebih dari produk dan jasa yang ditawarkan oleh perusahaan. Pelanggan yang sudah percaya pada perusahaan dalam suatu urusan maka akan percaya juga untuk urusan orang lain.

3) Mereferensikan toko kepada orang lain

Pelanggan yang loyal sukarela merekomendasikan perusahaan kepada teman-teman dan rekannya.

4) Menunjukkan kekebalan daya tarik dari pesaing

Tidak mudah terpengaruh oleh tarikan pesaing perusahaan sejenis lainnya.¹⁷ Konsumen tidak mudah berpindah secara loyal ke tempat lain yang sejenis dengan perusahaan.

C. Kerangka Konseptual

Kerangka konseptual dalam penelitian kuantitatif merupakan suatu kesatuan kerangka pemikiran yang utuh dalam rangka mencari jawaban-jawaban ilmiah terhadap masalah-masalah penelitian yang menjelaskan tentang variabel-variabel, hubungan antara variabel-variabel secara teoritis yang berhubungan dengan hasil penelitian yang terdahulu yang kebenarannya dapat diuji secara empiris adalah uraian tentang hubungan antara variabel-variabel yang terkait dengan masalah penelitian dan dibangun berdasarkan kerangka teori atau kerangka pikir atau hasil studi sebelumnya sebagai pedoman penelitian.

¹⁷Ratih Hurriyati, Bauran Pemasaran Dan Loyalitas Konsumen (Bandung: Alfabeta, 2010).

merupakan bagian dari kerangka teori yang akan diteliti, untuk mendeskripsikan secara jelas variabel yang dipengaruhi (variabel dependen) dan variabel yang mempengaruhi (variabel independen).¹⁸ Adapun kerangka konseptual dalam penelitian ini sebagai berikut:

Gambar 2.1 Bagan Kerangka Konseptual



X : Kualitas Layanan

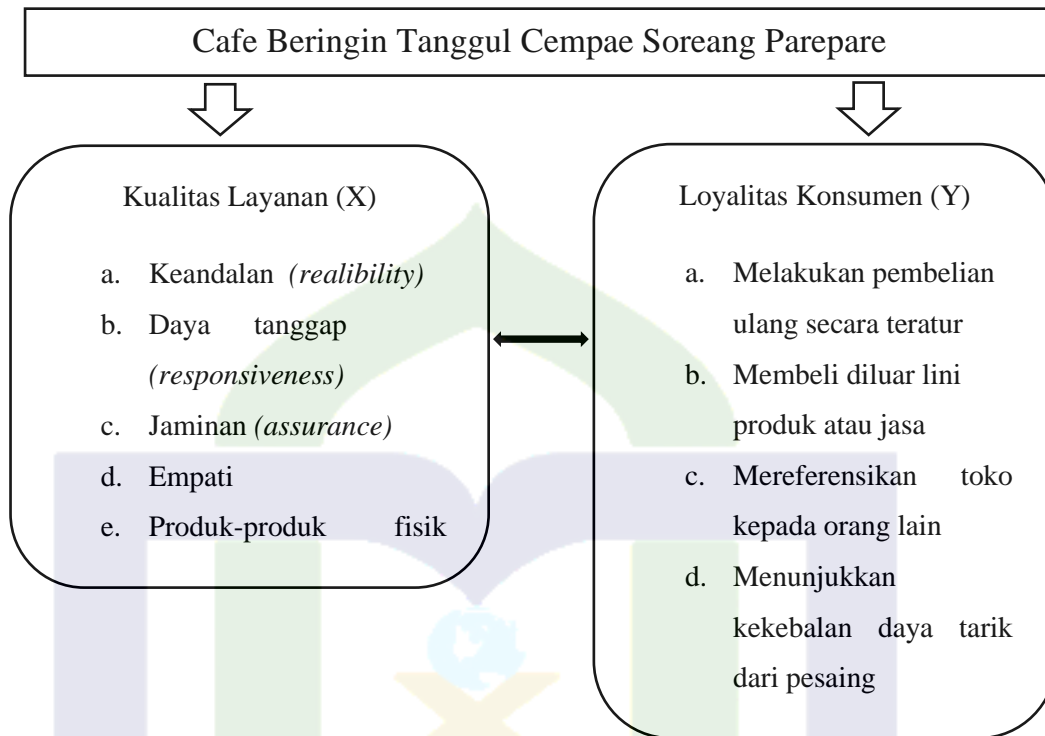
Y : Loyalitas Konsumen

D. Kerangka Pikir

Kerangka pikir merupakan gambaran tentang pola hubungan antara konsep dan atau variabel yang secara koheren yang merupakan gambaran yang utuh terhadap fokus penelitian. Kerangka pikir biasanya dikemukakan dalam skema atau bagan. Variabel penelitian yang digunakan adalah kualitas layanan sebagai independen variabel, sedangkan loyalitas konsumen sebagai dependen variabel. Dalam penelitian ini akan melihat secara kuantitatif mengenai pengaruh kualitas layanan terhadap loyalitas konsumen. Kerangka pemikiran dalam penelitian ini dapat digambarkan :

¹⁸ Surahman, dkk, Metodologi Penelitian, (Jakarta: Pusdik SDM Kesehatan, 2016), h.53.

Gambar 2.2 Bagan Kerangka Pikir



E. Hipotesis

Kata hipotesis berasal dari kata hipo yang berarti lemah dari tesis yang berarti pertanyaan. Dengan demikian, hipotesis berarti pertanyaan yang lemah. Disebut demikian karena masih berupa dugaan yang belum diuji kebenarannya melalui riset. Dikatakan jawaban sementara karena hipotesis pada dasarnya merupakan jawaban dari permasalahan yang telah dirumuskan dalam perumusan masalah, sedangkan kebenaran dari hipotesis perludiuji terlebih dahulu melalui analisis data.¹⁹

¹⁹Ratih Hurriyati, *Bauran Pemasran Dan Loyalitas Konsumen* (Bandung: Alfabeta, 2010). h. 130.

Berdasarkan kerangka pemikiran diatas maka diambil hipotesis sebagai berikut:

H0: Kualitas Layanan tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Konsumen di cafe beringin tanggul cempae soreang parepare.

Ha: Kualitas Layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Konsumen di cafe beringin tanggul cempae soreang parepare.



BAB III

METODE PENELITIAN

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian

1. Pendekatan penelitian

Secara umum metode penelitian diartikan sebagai cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu. Metode penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Pendekatan penelitian yang digunakan peneliti adalah pendekatan asosiatif yang bertujuan untuk mengetahui hubungan antara dua variabel atau lebih. Dimana peneliti ingin menggambarkan suatu variable, gejala, atau keadaan yang diteliti secara apa adanya dan menggunakan data yang bersifat angka yang diperoleh dari angket atau kuesioner.

2. Jenis penelitian

Jenis penelitian yang digunakan adalah menggunakan *Field research (Penelitian Lapangan)*, yang dimana salah satu jenis penelitian yang dilakukan dengan cara mengambil sampel dari satu populasi, kemudian menggunakan kuesioner sebagai alat pengumpul data. Menurut jenis penelitian ini, semakin banyak sampel yang didapat, maka semakin mendeskripsikan populasi yang diteliti.

B. Lokasi dan Waktu Penelitian

1. Lokasi penelitian

Beringin merupakan salah satu cafe atau kios yang memiliki lokasi di Kota Parepare. Cafe Beringin berada di Kota Parepare tepatnya Jln. Petta Oddo, Watang Soreang, Kec. Soreang, Kota Parepare, Sulawesi Selatan.

2. Waktu penelitian

Waktu penelitian yang dibutuhkan adalah sekitar ± 1 bulan disesuaikan dengan waktu yang dibutuhkan penulis untuk meneliti.

C. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi adalah keseluruhan subjek penelitian.²⁰ Populasi merupakan wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.²¹

Populasi bukan hanya orang, tetapi juga objek dan benda-benda alam yang lain. Populasi juga bukan sekedar jumlah yang ada pada objek atau subjek yang dipelajari, tetapi meliputi seluruh karakteristik atau sifat yang dimiliki oleh subjek atau objek itu.

Populasi dalam penelitian ini adalah mencakup sebagian konsumen di Cafe Beringin Tanggul Cempae Soreang Parepare.

1. Sampel

Sampel adalah bagian atau wakil populasi yang akan diteliti, sampel digunakan karena jumlah populasi besar sehingga membutuhkan waktu biaya dan tenaga

Penelitian mengenai Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Konsumen di Cafe Beringin Tanggul Cempae Soreang Parepare, dapat

²⁰ Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2010), h.173.

²¹ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2013), h.137.

dilakukan dengan Teknik pengambilan sampel yaitu purposive sampling. Pada penelitian ini, populasinya adalah jumlah konsumen yang sering berkunjung di Cafe Beringin Tanggul Cempae Soreang Parepare, yaitu sebanyak 60 konsumen.

Adapun kriteria dalam pengambilan sampel adalah sebagai berikut :

- a. Jumlah Konsumen Cafe Beringin di bulan September sebanyak 1.500 Konsumen
- b. Konsumen yang mengisi kuesioner sebanyak 98 Konsumen
- c. Konsumen Cafe Beringin yang loyal di bulan September sebanyak 60 Konsumen

Dari Kriteria di atas, dapat diambil simpulan bahwa sampel yang digunakan dalam penelitian tersebut adalah 60 orang konsumen

D. Jenis dan Sumber Data

1. Jenis Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah jenis data kuantitatif. Data kuantitatif yaitu data ordinal yang diperoleh dari hasil kuesioner yang diterjemahkan menggunakan skala likert.

2. Sumber Data

Pengumpulan data dan informasi yang diperoleh dalam penelitian ini, penulis menggunakan data sebagai berikut:

- a. Data primer diperoleh melalui kuesioner serta melakukan wawancara, yaitu proses komunikasi dan interaksi antara peneliti dan narasumber untuk memperoleh informasi. Data primer pada penelitian ini diperoleh langsung dari penyebaran pertanyaan pada konsumen cafe beringin tanggul cempae soreang parepare.

- b. Data sekunder sebagai data pendukung sebagai data pelengkap dari data primer. Data sekunder dari penelitian ini diperoleh dari penelitian terdahulu, jurnal, serta buku-buku yang berkaitan dengan penelitian ini.

E. Teknik Pengumpulan dan Instrumen Pengolahan Data

1. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data adalah suatu proses pengumpulan data primer dan data sekunder. Dalam suatu penelitian, pengumpulan data adalah langkah yang sangat penting karena data yang dikumpulkan akan digunakan untuk pemecahan masalah yang sedang diteliti.

a. Observasi

Menurut siregar observasi atau pengamatan langsung adalah kegiatan pengumpulan data dengan melakukan penelitian langsung terhadap kondisi lingkungan objek penelitian yang mendukung kegiatan penelitian, sehingga mendapat gambaran secara jelas tentang kondisi objek penelitian tersebut.²² Metode ini digunakan dengan tujuan yaitu peneliti dapat mengetahui situasi atau keadaan objek yang diteliti, karena dengan observasi atau pengamatan ini peneliti bisa mendapatkan informasi tentang fenomena-fenomena atau gejala-gejala secara umum dari data yang akan ditulis yaitu dengan mengamati ke lokasi penelitian.

b. Metode Kuesioner (Angket)

Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan seperangkat pertanyaan tertulis kepada responden untuk dijawab. Selain itu kuesioner juga cocok digunakan apabila besar dan tersebar di wilayah yang luas.

²²Syofian Siregar, *Statistika Deskriptif Untuk Penelitian* (Jakarta: PT. Raja Grafindo, 2011).

Berdasarkan bentuk pertanyaan yang ada dalam angket tersebut, angket dapat dibedakan atas 3 golongan, yaitu angket terbuka, angket tertutup dan angket semi terbuka. Dalam penelitian ini digunakan kuesioner tertutup yaitu pertanyaan-pertanyaan yang diberikan kepada responden sudah dalam pilihan ganda. Jadi kuesioner jenis ini responden tidak diberi kesempatan untuk mengeluarkan pendapat.²³ Dalam penelitian ini hal utama yang harus diketahui adalah mengenai pengaruh kualitas layanan terhadap loyalitas konsumen di cafe beringin tanggul soreang parepare.

Skala yang digunakan dalam penelitian ini yaitu skala likert. Skala likert adalah skala yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Jawaban dari setiap instrument yang menggunakan skala likert mempunyai gradasi dari sangat positif sampai negatif, untuk keperluan analisis kuantitatif maka jawaban tersebut diberikan skor sebagai berikut:

Tabel 3.1 Skala Likert

Pernyataan	Keterangan	Skor
Sangat Setuju	SS	5
Setuju	S	4
Ragu-Ragu	RG	3
Tidak Setuju	TS	2
Sangat Tidak Setuju	STS	1

²³Syofian Siregar, Statistika Deskriptif Untuk Penelitian (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2010).

c. Metode Dokumentasi

Metode dokumentasi adalah cara mengumpulkan informasi yang didapatkan dari dokumen.²⁴ Teknik ini dilakukan untuk mengumpulkan data yang mendukung dan berhubungan dengan penelitian berupa sumber informasi berupa dokumen internal seperti data konsumen, gambaran umum konsumen cafe beringin. Maupun dokumen eksternal berupa bahan-bahan informasi berupa buku dan jurnal yang berkaitan.

1. Pengolahan Data

Pengolahan data untuk penelitian dengan pendekatan kuantitatif adalah suatu proses dalam memperoleh data ringkasan dengan menggunakan cara-cara rumusan tertentu. Pengolahan data meliputi kegiatan sebagai berikut :

a. *Editing*

Editing adalah proses pengecekan atau memeriksa data yang telah berhasil dikumpulkan dilapangan, karena ada kemungkinan data yang telah masuk tidak memenuhi syarat atau tidak dibutuhkan.

b. *Codeting*

Codeting adalah kegiatan memberikan mode pada tiap-tiap data yang termasuk pada kode yang sama. Kode adalah isyarat

²⁴Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek* (Jakarta: Riena Cipta, 2002).

yang dibuat dalam bentuk angka atau huruf yang memberikan petunjuk atau identitas pada suatu informasi yang telah di analisis.

c. Tabulasi Data

Tabulasi data adalah proses penempatan data kedalam bentuk table yang telah diberi kode sesuai dengan kebutuhan analisis.²⁵ Dalam melakukan tabulasi dibutuhkan ketelitian agar tidak terjadi kesalahan dalam melakukan analisis.

d. Interpretasi

Interpretasi adalah kegiatan memberikan tanggapan atau pengertian terhadap jawaban angket responden, dimana hal ini dapat diambil dari beberapa jawaban yang besar. Interpretasi dalam penelitian ini dimasukkan agar hasil dari analisis data responden dapat dimasukkan mudah dipahami.

F. Definisi Operasional Variabel

Variabel penelitian adalah suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, objek, organisasi atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.²⁶ Penelitian ini terdapat dua macam variabel yaitu: variabel terikat (*dependent variabel*) atau variabel yang tergantung pada variabel lainnya, dan variabel bebas (*independent variabel*) atau variabel yang tidak tergantung pada variabel lainnya, variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah :

²⁵Syofian Siregar, Metode Penelitian Kuantitatif.

²⁶Kasmadi dan Nia Siti Sunariah, Panduan Modern Penelitian Kuantitatif (Bandung: Alfabeta, 2014).

1. Variabel Bebas (Independent variabel)

Variabel terikat adalah variabel yang dipengaruhi atau menjadi akibat, karena adanya variabel bebas. Dalam hal ini yang menjadi variabel bebas adalah kualitas pelayanan.

Adapun indikator dari kualitas layanan (X) :

- a. Keandalan (*realibility*)
- b. Daya tanggap (*responsiveness*)
- c. Jaminan (*assurance*)
- d. Empati
- e. Produk-produk fisik (*tangibles*)

Operasional variabel merupakan penjelasan mengenai cara tertentu yang digunakan oleh peneliti untuk mengukur (mengoperasikan) *construct* menjadi variabel penelitian yang dituju, sehingga memungkinkan peneliti yang lain untuk melakukan replikasi (pengulangan) pengukuran dengan cara yang sama, atau mencoba mengembangkan cara pengukuran *construct* yang lebih baik.²⁷

2. Variabel Terikat (Dependent Variabel)

Variabel dependen yang sering disebut juga sebagai variabel terikat/tergantung/*output* (sering dinotasikan dengan huruf Y) yakni variabel yang dipengaruhi atau menjadi akibat dari adanya variabel

²⁷ Husein Umar, Metode Riset Bisnis: Panduan Mahasiswa Untuk Melaksanakan Riset Dilengkapi Contoh Proposal Dan Hasil Riset Bidang Manajemen Dan Akuntansi (Gramedia Pustaka Utama, 2002).

bebas.²⁸ Dalam hal ini yang menjadi variabel bebas adalah loyalitas konsumen. Adapun indikator dari loyalitas konsumen (Y) yaitu:

- a. Melakukan pembelian ulang secara teratur
- b. Membeli diluar lini produk atau jasa
- c. Mereferensikan toko kepada orang lain
- d. Menunjukkan kekebalan daya tarik dari pesaing

Tabel 3.2 Operasional Variabel

Variabel	Definisi variabel	Konsep variabel	Skala Ukur
Variabel X (Kualitas Layanan)	Menurut Tjiptono, kualitas layanan adalah upaya penyampaian jasa untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaian untuk mengimbangi harapan pelanggan. Harapan konsumen merupakan keyakinan	<ol style="list-style-type: none"> a. Keandalan b. Daya Tanggap c. Jaminan d. Empati e. Produk-produk Fisik 	Like 1-6

²⁸Alizar Isna Wanto, Analisis Data Kuantitatif (Purwokerto: STAIN Press, 2013).

	<p>konsumen sebelum mencoba atau membeli suatu produk yang dijadikan acuan dalam menilai kinerja produk tersebut.²⁹</p>		
Variabel Y (Loyalitas Konsumen)	<p>Menurut Lovelock, loyalitas sebagai “kemauan pelanggan untuk terus mendukung sebuah perusahaan dalam jangka panjang, membeli dan menggunakan produk dan jasanya atas dasar rasa suka yang eksklusif dan secara sukarela merekomendasikan produk perusahaan pada para kerabatnya”.³⁰</p>	<p>a. Melakukan pembelian ulang secara teratur</p> <p>b. Membeli diluar lini produk atau jasa</p> <p>c. Mereferensikan toko kepada orang lain</p> <p>d. Menunjukkan kekebalan daya tarik dari pesaing</p>	Skala 1-5

²⁹Fandy Tjiptono, *Manajemen Jasa* (Yogyakarta: Andi Offset, 2010).

³⁰Christopher H Lovelock dan Wright Lauren K, *Manajemen Pemasaran Jasa* (Jakarta: PT. Indeks, 2005).

G. Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian merupakan alat yang digunakan dalam mengumpulkan data penelitian. Dalam penelitian kuantitatif, umumnya alat pengumpul data atau instrumen penelitian yang digunakan peneliti dikembangkan dari jабaran variabel penelitian yang dikembangkan dari teori-teori yang akan di uji melalui kegiatan penelitian yang akan dikerjakan. Untuk dapat dikatakan instrumen penelitian yang baik, paling tidak memenuhi lima kriteria, yaitu: validitas, reliabilitas, sestivitas, objektivitas dan fisibilitas.³¹ Instrumen yang berupa angket kuesioner ini merupakan alat ukur untuk mengetahui apakah ada pengaruh atau tidak variabel (X) terhadap variabel (Y) dalam penelitian ini. Istrumen yang digunakan untuk mengukur variabel dalam penelitian ini dengan menggunakan skala likert 5 poin yang akan diberikan kepada konsumen. Adapun 5 alternatif jawaban responden yang disediakan, yaitu:

Tabel 3.3 Kriteria pengukuran variabel

Pernyataan	Keterangan	Skor
Sangat setuju	SS	5
Setuju	S	4
Ragu-ragu	R	3
Tidak Setuju	TS	2
Sangat Tidak Setuju	STS	1

³¹ Syofian Siregar, Metode Penelitian Kuantitatif (Dilengkapi Dengan Perbandingan Perhitungan Manual & SPSS) (Jakarta: Prenada Media, 2013).

Skala likert adalah skala yang dapat digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang tentang suatu objek atau fenomena tertentu. Skala likert memiliki dua bentuk pernyataan, yaitu pernyataan positif dan negative. Pernyataan positif diberi skor 5, 4, 3, 2, 1, sedangkan bentuk pernyataan negative diberi skor 1,2, 3, 4, 5. Bentuk jawaban dan skala literal terdiri dari sangat setuju, setuju, ragu-ragu, tidak setuju, sangat tidak setuju

H. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data adalah mendeskripsikan teknik analisis data apa yang akan digunakan oleh peneliti untuk menganalisis data yang telah dikumpulkan, termasuk pengujiannya.

Analisis data merupakan suatu proses penyelidikan dan pengaturan secara sistematis transkrip wawancara, catatan lapangan, dan material-material lain yang anda kumpulkan untuk meningkatkan pemahaman anda sendiri tentang data dan memungkinkan anda untuk mempersentasikan apa yang telah ditemukan pada orang-orang lain. Analisis meliputi mengerjakan data, mengorganisasikannya, membaginya menjadi satu kesatuan yang dapat dikelola, mensintesisnya, mencari pola, menemukan apa yang penting dan apa yang akan dipelajari, dan memutuskan apa yang akan anda laporkan.

Data yang dikumpulkan dalam penelitian ini akan dianalisis dengan menggunakan metode :

1. Uji Validitas dan Riliabelitas

a. Uji Validitas

Uji validasi menunjukkan kemampuan alat ukur/instrumen penelitian dalam mengukur suatu hal yang hendak didapatkan dari penggunaan instrumen tersebut. Dalam penelitian yang menggunakan instrumen berupa kuesioner, uji validasi digunakan untuk melihat seberapa besar kemampuan pertanyaan dapat mengetahui jawaban

responden, semakin tinggi tingkat validitas suatu alat ukur, semakin tepat pula alat ukur tersebut.

Cara yang dapat digunakan untuk mencari homogenitas alat ukur adalah dengan mengkorelasikan nilai pengukuran dengan total nilai. Apabila korelasi tersebut signifikan, maka alat ukur tersebut dapat dikatakan valid.

Rumus dari teknik korelasi persial adalah :

$$r_{xy} = \frac{\sum xy}{\sqrt{\sum x^2} (\sum y^2)}$$

Keterangan:

r = koefisien korelasi antara X terhadap Y

x = variabel X

y = variabel total

b. Uji Reliabelitas

Reliabelitas sebenarnya adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk, suatu kuesioner dikatakan reliable atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu.

Uji reliabelitas digunakan untuk mengetahui konsisten alat ukur, apakah alat ukur yang digunakan dapat diandalkan dan tetap konsisten jika pengukuran tersebut diulang. Dalam program SPSS metode yang digunakan untuk uji reliabelitas adalah Alpha Cronbach's. dengan rumus sebagai berikut:

$$r_i = \left(\frac{k}{k-1} \right) \left(1 - \frac{\sum \sigma b^2}{a^2} \right)$$

Keterangan:

ri = reliabelitas instrument

k = banyak butir pertanyaan atau banyaknya soal

2. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terikat (*dependent variabel*), variabel bebas (*independent variabel*) atau keduanya memiliki distribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah distribusi data normal atau mendekati normal. Ada beberapa cara mendekati normalitas dengan melihat penyebaran data (titik) pada sumbu diagonal dan grafik dasar pengambilan dalam keputusan uji normalitas.

Jika data menyebar disekitar diagonal dan mengikuti arah garis diagonal, maka model regresi mengikuti asumsi normalitas. Jika data menyebar jauh dari diagonal dan atau tidak mengikuti arah garis diagonal atau garis histogram tidak menunjukkan pola distribusi normal, maka model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas.

3. Uji Hipotesis

Uji hipotesis adalah suatu prosedur yang didasarkan pada bukti sampel dan peluang untuk menguji pertanyaan mengenai karakteristik dari satu atau lebih populasi, hipotesis dapat ditentukan berdasar hasil penelitian atau pengalaman.

H_0 : Tidak ada hubungan variabel x terhadap variabel y

H_A : Ada hubungan variabel x terhadap variabel y Pengambilan keputusan jika $r_{hitung} > r_{table}$ maka H_0 diterima.

4. Uji Korelasi Pearson Product Moment

Korelasi adalah suatu nilai yang memberikan kuatnya pengaruh atau hubungan dua variabel atau lebih, yang salah satu

atau bagian variabel x konstan atau dikendalikan. Analisis korelasi bertujuan untuk mengukur kekuatan asosiasi (hubungan) linier antara dua variabel. Korelasi tidak menunjukkan hubungan fungsional atau dengan kata lain korelasi tidak membedakan antara variabel dependen dengan variabel independent.³²

Uji korelasi digunakan untuk mengetahui pengaruh atau hubungan variabel x_1, x_2 dan y dimana salah satu variabel x dibuat tetap (konstan).³³

Berikut tabel klasifikasi nilai koefisien korelasi pearson product moment:

Tabel 3.4 Klasifikasi Koefisien Person

Interval koefisien	Tingkat hubungan
0,00-0,199	Sangat Rendah
0,20-0,399	Rendah
0,40-0,599	Sedang
0,60-0,799	Kuat
0,80-0,1000	Sangat Kuat

Kriteria pengambilan keputusan, sebagai berikut:

- a. Nilai signifikan $< 0,05$, maka data berkorelasi
- b. Nilai signifikan $> 0,05$, maka data tidak berkorelasi

³² Imam Ghozali, Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 20, (Semarang: Universitas Diponegoro, 2012), h.96.

³³ Soegyarto Mangkuatmodjo, Statistik Lanjutan, (Jakarta: PT. Rineka Cipta, Cetakan Pertama Maret 2004), h.191.

a. Uji One Sample T-test

Uji One Sampel T test atau uji satu sampel merupakan Teknik analisis untuk membandingkan satu variabel bebas. Teknik ini digunakan untuk menguji apakah nilai tertentu berbeda secara signifikan atau tidak dengan rata-rata sebuah sampel, rumus one sample t-test.³⁴

$$t = \frac{\bar{x} - \mu}{S_{\bar{x}}}$$

Keterangan:

\bar{x} = rata-rata sampel

μ = rata-rata populasi/penelitian terdahulu

S = Standar Deviasi

n = jumlah (banyaknya) sampel

b. Uji Persial (Uji T)

Uji T dikenal dengan uji persial, yaitu untuk menguji bagaimana pengaruh masing-masing variabel bebasnya secara sendiri-sendiri terhadap variabel terikatnya. Uji ini dapat dilakukan dengan membandingkan t hitung dengan t tabel atau dengan melihat kolom signifikansi pada masing-masing t hitung.

Hipotesis:

H₀ = Tidak ada hubungan atau pengaruh antara variabel x terhadap variabel y

³⁴ Nuryadi, dkk, Dasar-dasar Statistik Penelitian, (Yogyakarta: Gramasurya, 2017), h.95.

HA = Ada hubungan atau pengaruh antara variabel x terhadap variabel y

Pengambilan keputusan:

Jika Sig > 0,05, maka HA diterima.

5. Analisis Regresi Linear Sederhana

Pada umumnya, regresi linear sederhana terdiri atas dua variabel. Satu variabel yang berupa variabel terikat diberi simbol Y dan variabel kedua yang berupa variabel bebas diberi simbol X.

Uji regresi dilakukan untuk mengetahui pengaruh atau dampak antara variabel independent terhadap variabel dependent.

$$Y = a + \beta x + e$$

Keterangan :

Y = Loyalitas konsumen

α = Nilai konsumen

β = Nilai koefisien regresi

X = Kualitas layanan

e = Standar eror

6. Uji Koefisien Determinasi

Koefisien Determinasi memiliki fungsi untuk menjelaskan sejauh mana kemampuan variabel independen terhadap variabel dependen dengan melihat R Square, adapun rumus untuk menghitung koefisien determinasi (KD) adalah

$$KD = r^2 \times 1$$

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Deskripsi Hasil Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Cafe Beringin. Cafe yang berdiri pada awal tahun 2018. Cafe Beringin terletak di Jl. Petta Oddo, Watang Soreang, Kec. Soreang, Kota Parepare, Sulawesi Selatan. Disana beroperasi mulai dari pukul 16.00-23.00. Karyawan Cafe Beringin sebanyak 18 karyawan yang terdiri dari 5 orang karyawan laki-laki dan 13 orang karyawan perempuan. Cafe Beringin juga menyediakan berbagai macam makanan dan minuman serta memberikan fasilitas nonton bareng jika ada pertandingan bola untuk pengunjungnya dan disana juga disediakan mushallah.

Cafe Bringin merupakan cafe yang awal mula di dirikan oleh salah satu seorang masyarakat yang tinggal tepat di lokasi Cafe Beringin tersebut. Yang dimana tempatnya sering dikunjungi oleh masyarakat sehingga pemilik usaha diberi saran dan masukan untuk membuka usaha Cafe sehingga owner Cafe Beringin berinisiatif dalam membuat atau membangun Cafe Beringin tersebut.

Penelitian ini dilakukan kurang lebih 1 bulan berdasarkan surat izin penelitian yang dikeluarkan oleh pemerintah setempat, proses penelitian yang dilakukan merujuk pada metode penelitian, instrument penelitian yang digunakan ialah observasi, kuesioner dan dokumentasi. Jumlah sampel yang diteliti yaitu sebanyak 60 sampel. Kuesioner penelitian ini disebar kepada masyarakat atau konsumen yang sering berkunjung di Cafe Beringin Tanggul Cempae Soreang Parepare, karena dari kuesioner ini peneliti dapat menemukan jawaban dari setiap pernyataan yang telah diajukan.

Hasil penelitian terkait dengan kuesioner dijelaskan dalam beberapa hasil berikut:

1. Kualitas Layanan (X)

No.	Pernyataan	SS	S	RG	TS	STS	Jumlah
1.	Karyawan di cafe beringin tanggul cempae soreang memberikan pelayanan yang cepat dalam menyediakan penyajiannya						
2.	Karyawan segera melayani anda saat sedang berkunjung.						
3.	Anda tidak terlalu lama mengantri dalam memesan makanan.						
4.	Karyawan selalu ada saat dibutuhkan.						
5.	Karyawan ramah dan selalu memberikan senyuman saat memberikan pelayanan pada pengunjung.						
6.	Tempat yang menarik dan meja yang tersedia bersih.						

No.	Pernyataan	SS	S	RG	TS	STS	Jumlah
1.	Saya akan berkunjung kembali untuk membeli ulang minuman atau makanan cafe beringin tanggul soreang						
2.	Saya tidak akan beralih ke produk cafe lain selain produk cafe beringin tanggul cempae soreang						
3.	Saya akan merekomendasikan kepada orang lain untuk berkunjung ke cafe beringin tanggul soreang cempae untuk membeli makanan atau minumannya						
4.	Saya tidak mudah tertarik dengan cafe lain karena kualitas layanan cafe beringin sudah sangat memuaskan						
5.	Saya akan tetap loyal berkunjung ke cafe beringin meskipun direkomendasikan untuk ke cafe yang lain						

Responden yang menjadi sampel pada penelitian ini adalah berjumlah 60 responden. Profil responden terdiri dari jenis kelamin dan umur.

Karakteristik berdasarkan jenis kelamin sebagai berikut:

Tabel 4.1 Karakteristik berdasarkan jenis kelamin responden

Jenis Kelamin	Frekuensi	Persentase
Laki-laki	17 orang	34,8%
Perempuan	43 orang	65,2%
Jumlah	60 orang	100%

Sumber: Data olahan SPSS versi 22

Berdasarkan tabel 4.1 di atas, penelitian ini menggunakan sampel sebanyak 60 responden, dimana pada sampel yang dipilih ditinjau dari jenis kelamin, sampel keseluruhan meliputi perempuan sebanyak 43 orang (65,2%), selebihnya laki-laki sebanyak 17 orang (34,8%). Hal ini menunjukkan bahwa di kalangan konsumen Cafe Beringin, laki-laki lebih sedikit berkunjung ke Cafe Beringin dibandingkan perempuan.

Karakteristik berdasarkan umur sebagai berikut:

Tabel 4.2 Karakteristik Berdasarkan Umur Responden

Usia	Frekuensi
20	4 orang
21	7 orang
22	17 orang
23	17 orang
24	7 orang

26	6 orang
40-46	2 orang
Jumlah	60 orang

Sumber: Data olahan SPSS versi 22

Berdasarkan tabel 4.2 di atas, penelitian ini menggunakan sampel sebanyak 60 responden.

B. Pengujian Persyaratan Analisis Data

1. Statistik Deskriptif

Statistik deskriptif adalah membahas cara-cara pengumpulan data, peringkasan, penyajian data sehingga diperoleh informasi yang lebih mudah dipahami.

Tabel 4.3 Hasil Uji Statistik Deskriptif

Descriptive Statistics								
	N	Range	Minimum	Maximum	Mean		Std. Deviation	Variance
	Statistic	Statistic	Statistic	Statistic	Statistic	Std. Error	Statistic	Statistic
TOTAL_X	60	15	15	30	23.75	.525	4.066	16.530
TOTAL_Y	60	12	13	25	20.60	.381	2.953	8.719
Valid N (listwise)	60							

Sumber: Data olahan SPSS versi 22

Tampilan tabel 4.3 di atas, menunjukkan bahwa penelitian ini terdapat dua variable yaitu variabel bebas dan variabel terikat, yang dimana yang menjadi variable bebas (X) yaitu Kualitas Layanan dan variabel terikat (Y) yaitu Loyalitas Konsumen. Adapun jumlah sampel yang digunakan pada penelitian ini

sebanyak 60 sampel/responden, yang dimana sampel tersebut merupakan konsumen Cafe Beringin.

Pada tabel di atas menunjukkan nilai minimum variabel X yaitu 15, nilai maksimum yaitu 30, nilai rata-rata (mean) yaitu 23.75, dan nilai standar deviation untuk variabel X yaitu 4.066. Untuk nilai minimum variabel Y 13, nilai maksimum 25, nilai rata-rata (mean) yaitu 20.60 dan standar deviation yaitu 2.953.

2. Uji Validitas

Uji validitas bertujuan untuk mengetahui kevalidan angket kuesioner yang digunakan oleh peneliti dalam mengukur dan memperoleh data penelitian dari responden.

Tabel 4.4 Uji Validitas Variabel Kualitas Layanan (X)

Variabel	Pernyataan	R hitung	R tabel	Keterangan
Kualitas Layanan (X)	1	0,736	0,254	Valid
	2	0,274	0,254	Valid
	3	0,691	0,254	Valid
	4	0,712	0,254	Valid
	5	0,790	0,254	Valid
	6	0,730	0,254	Valid

Sumber: Data olahan SPSS versi 22

Berdasarkan tabel 4.4 diatas, hasil uji validitas dari butir pernyataan 1 diperoleh nilai r hitung sebesar (0,736) > r tabel (0,254) artinya pada butiran pernyataan pertama pada kualitas layanan dinyatakan valid. Pada butiran

pernyataan 2 diperoleh nilai r hitung sebesar $(0,274) > r$ tabel $(0,254)$ artinya pada butir pernyataan kedua variabel kualitas layanan dinyatakan valid. Pada butiran pernyataan 3 diperoleh nilai r hitung sebesar $(0,691) > r$ tabel $(0,254)$ artinya pada butir pernyataan ketiga variabel kualitas layanan dinyatakan valid. Pada butiran pernyataan 4 diperoleh nilai r hitung sebesar $(0,712) > r$ tabel $(0,254)$ artinya pada butir pernyataan keempat variabel kualitas layanan dinyatakan valid. Pada butiran pernyataan 5 diperoleh nilai r hitung sebesar $(0,790) > r$ tabel $(0,254)$ artinya pada butir pernyataan kelima variabel kualitas layanan dinyatakan valid. Pada butiran pernyataan 6 diperoleh nilai r hitung sebesar $(0,730) > r$ tabel $(0,254)$ artinya pada butir pernyataan keenam variabel kualitas layanan dinyatakan valid.

Dapat disimpulkan bahwa seluruh butir pernyataan pada variabel X dalam penelitian ini valid, sesuai dengan yang dikatakan Imam Ghazali yaitu jika pada tingkat signifikansi 5% nilai r hitung $> r$ tabel maka butir instrumen pernyataan dikatakan valid.

Tabel 4.5 Hasil Uji Validitas Variabel Loyalitas Konsumen (Y)

Variabel	Pernyataan	R hitung	R tabel	Keterangan
Loyalitas Konsumen (Y)	1	0,804	0,254	Valid
	2	0,853	0,254	Valid
	3	0,829	0,254	Valid
	4	0,791	0,254	Valid
	5	0,803	0,254	Valid

Sumber: Data olahan SPSS versi 22

Berdasarkan tabel 4.5 diatas, hasil uji validitas dari butir pernyataan 1 diperoleh nilai r hitung sebesar $(0,804) > r$ tabel $(0,254)$ artinya pada butiran pernyataan pertama variabel loyalitas konsumen dinyatakan valid. Pada butiran pernyataan 2 diperoleh nilai r hitung sebesar $(0,853) > r$ tabel $(0,254)$ artinya pada butir pernyataan kedua variabel loyalitas konsumen dinyatakan valid. Pada butiran pernyataan 3 diperoleh nilai r hitung sebesar $(0,829) > r$ tabel $(0,254)$ artinya pada butir pernyataan ketiga variabel loyalitas konsumen dinyatakan valid. Pada butiran pernyataan 4 diperoleh nilai r hitung sebesar $(0,791) > r$ tabel $(0,254)$ artinya pada butir pernyataan keempat variabel loyalitas konsumen dinyatakan valid. Pada butiran pernyataan 5 diperoleh nilai r hitung sebesar $(0,803) > r$ tabel $(0,254)$ artinya pada butir kelima variabel loyalitas konsumen dinyatakan valid.

Dapat disimpulkan bahwa seluruh butir pernyataan pada variabel X dalam penelitian ini valid, sesuai dengan yang dikatakan Imam Ghazali yaitu jika pada tingkat signifikansi 5% nilai r hitung $> r$ tabel maka butir instrumen pernyataan dikatakan valid.

2. Uji Reliabilitas

Pengujian reliabilitas dimaksudkan untuk memastikan bahwa kuesioner yang telah disusun benar-benar efektif dalam mengukur gejala dan menghasilkan data yang valid. Berikut merupakan hasil uji reliabilitas alpha cronbach's:

Tabel 4.6 Uji Reliabilitas Variabel Kualitas Layanan (X)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.890	6

Sumber: Data olahan SPSS versi 22

Berdasarkan tabel 4.6 diatas, menunjukkan bahwa nilai N of Items (banyaknya item atau butiran pernyataan angket) terdapat 6 buah item dengan nilai cronbach's alpha sebesar 0,890. Karena nilai cronbach's alpha $0,890 > 0,60$, maka sebagaimana dasar kriteria pengambilan keputusan dalam uji reliabilitas, dapat disimpulkan bahwa ke-6 item atau semua item pernyataan yang terdapat dalam angket/kuesioner untuk variabel Kualitas Layanan (X) dinyatakan reliabel atau konsisten, sesuai dengan yang dikatakan Uma Sekaran yaitu jika nilai cronbach's alpha $> 0,60$ maka dinyatakan reliabel atau reliabilitas diterima.

Tabel 4.7 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Loyalitas Konsumen (Y)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.865	5

Sumber: Data olahan SPSS versi 22

Berdasarkan tabel 4.7 diatas, menunjukkan bahwa nilai N of Items (banyaknya item atau butiran pernyataan angket) terdapat 5 buah item dengan nilai cronbach's alpha sebesar 0,865. Karena nilai cronbach's alpha $0,865 > 0,60$, maka sebagaimana dasar kriteria pengambilan keputusan dalam uji reliabilitas, dapat disimpulkan bahwa ke-5 item atau semua item pernyataan yang terdapat

dalam angket/kuesioner untuk variabel Loyalitas Konsumen (Y) dinyatakan reliabel atau konsisten, sesuai dengan yang dikatakan Umar Sekaran yaitu jika nilai cronbach's alpha $> 0,60$ maka dinyatakan reliabel atau reliabilitas diterima.

3. Uji Normalitas

Uji normalitas biasanya digunakan untuk mengukur data pada skala ordinal, interval, atau proporsional. Jika analisis menggunakan metode parametrik, syarat normalitas harus dipenuhi, yaitu data berasal dari distribusi normal.

Dalam penelitian ini dengan menggunakan uji *Kolmogrov-smirnov*, dengan kriteria kenormalan sebagai berikut:

- a) Jika Asymp.Sig (2-tailed) $> 0,05$, maka sampel berasal dari populasi yang berdistribusi normal
- b) Jika Asymp.Sig (2-tailed) $< 0,05$, maka sampel bukan berasal dari populasi yang berdistribusi normal.

Tabel 4.8 Hasil Uji Normalitas Kolmogrov-Smirnov

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		Unstandardized Residual
N		60
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.77512936
Most Extreme Differences	Absolute	.121
	Positive	.115
	Negative	-.121
Test Statistic		.121
Asymp. Sig. (2-tailed)		.030 ^c

Monte Carlo Sig. (2-tailed)	Sig.		.318 ^d
	99% Confidence Interval	Lower Bound	.306
		Upper Bound	.330

- Test distribution is Normal.
- Calculated from data.
- Lilliefors Significance Correction.
- Based on 10000 sampled tables with starting seed 2000000.

Sumber: Data olahan SPSS versi 22

Berdasarkan tabel 4.8 diatas, diketahui bahwa nilai sig. pada uji *Kolmogrov Smirnov Goodness of Fit Test* yakni

C. Pengujian Hipotesis

1. Uji One Sample T-test

Pengujian ini dilakukan untuk mengetahui seberapa baik kualitas layanan terhadap loyalitas konsumen di Cafe Beringan Tanggul Cempae Soreang Parepare.

Dasar pengambilan keputusan One Sampel T-test:

- Jika nilai sig. (2-tailed) $< 0,05$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima
- Jika nilai sig. (2-tailed) $> 0,05$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak

Dasar pengambilan keputusan dengan membandingkan nilai t:

- Jika nilai t hitung $> t$ tabel, maka H_0 ditolak dan H_a diterima
- Jikai nilai t hitung $< t$ tabel, maka H_0 diterima dan H_a ditolak

Tabel 4.9 Hasil Uji One Sampel T-test

One-Sample Test						
	Test Value = 75					
	T	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
					Lower	Upper
TOTAL.X	-97.642	59	.000	-51.250	-52.30	-50.20
TOTAL.Y	-142.709	59	.000	-54.400	-55.16	-53.64

a. Hasil Uji One Sampel T-test Variabel Kualitas Layanan (X)

Agar menjawab rumusan masalah deskriptif tersebut, maka pertama-tama ditentukan terlebih dahulu skor ideal. Skor ideal adalah skor yang ditetapkan dengan asumsi bahwa setiap responden pada setiap pertanyaan memberi jawaban skor tertinggi. Selanjutnya untuk menjawab seberapa baik kualitas layanan di Cafe Beringin Tanggul Cempae Soreang Parepare

Skor ideal untuk Kualitas Layanan (X) yaitu $5 \times 6 \times 60 = 1.800$ (5 = skor tertinggi, 6 = jumlah item instrument, 60 = jumlah responden). Maka diperoleh nilai rata-rata $1.800 : 100 = 18$. Untuk variabel kualitas layanan (X) di Cafe Beringin Tanggul Cempae Soreang Parepare nilai yang dihipotesiskan adalah paling tinggi 75% dari nilai ideal. Hal ini dapat berarti $0,75 \times 18 = 13,5$. Hipotesis statistiknya dapat dirumuskan yaitu H_0 untuk memprediksi nilai yang dihipotesiskan lebih rendah atau sama dengan 75% dari skor ideal. H_a lebih besar dari 75% dari skor ideal yang diharapkan.

Berdasarkan hasil uji one sampel t test pada tabel 4.9 Diperoleh nilai t hitung variabel kualitas layanan (X) sebesar -97.642 jika dibandingkan dengan nilai t tabel dengan $dk=n-1$ ($60-1 = 59$) dengan taraf signifikansi $\alpha = 5\%$ (0,05) diperoleh t tabel sebesar 1.671. Nilai t hitung $-97.642 < 1.671$ t tabel, maka H_0 diterima maksudnya nilai yang dihipotesiskan lebih rendah atau sama dengan 75 dan H_a ditolak maksudnya nilai yang dihipotesiskan lebih besar atau sama dengan 75. Dan nilai (2-tailed) yaitu $0,000 < 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima.

Perhitungan sampel diatas ditemukan rata-rata kualitas layanan = 18% dari yang diharapkan secara ideal, skor yang diharapkan untuk jawaban responden terhadap pernyataan kuesioner adalah 1.800. dari perhitungan dalam tabel jawaban responden menunjukkan nilai diperoleh 1.422 atau 14,42% dari skor ideal. Dengan demikian kualitas layanan Cafe Beringin Tanggul Soreang Parepare berada pada kategori baik.

b. Hasil Uji One Sampel T-test Variabel Loyalitas Konsumen (Y)

Skor ideal untuk loyalitas konsumen (Y) yaitu $5 \times 5 \times 60 = 1.500$ (5 = skor tertinggi, 5 = jumlah item instrument, 60 = jumlah responden). Maka diperoleh nilai rata-rata $1.500 : 100 = 15$. Untuk variabel loyalitas konsumen (Y) Cafe Beringin Tanggul Cempae Soreang Parepare nilai yang dihipotesiskan adalah paling tinggi 75% dari nilai ideal. Hal ini dapat berarti $0,75 \times 15 = 3,75$. Hipotesis statistiknya dapat dirumuskan yaitu H_0 untuk memprediksi nilai yang dihipotesiskan lebih rendah atau sama dengan 75% dari skor ideal. H_a lebih besar dari skor ideal yang diharapkan.

Berdasarkan hasil uji one sampel t test pada tabel 4.9 diperoleh nilai t hitung variabel loyalitas konsumen (Y) -142.709 jika dibandingkan dengan nilai t tabel dengan $dk=n-1$ ($60-1=59$) dengan taraf signifikansi $\alpha=5\%$ (0,05 diperoleh t tabel sebesar 1,671. Nilai t hitung $-142.709 < 1.671$ t tabel, maka H_0 diterima maksudnya nilai yang dihipotesiskan lebih rendah atau sama dengan 75 dan H_a ditolak maksudnya nilai yang dihipotesiskan lebih besar atau sama dengan 75. Dan nilai (2-tailed) yaitu $0,000 < 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima.

Perhitungan sampel diatas ditemukan nilai rata-rata loyalitas konsumen = 15% dari yang diharapkan. Secara ideal, skor yang diharapkan untuk jawaban responden terhadap pernyataan kuesioner adalah 1.500. Dari perhitungan dalam tabel jawaban responden menunjukkan nilai diperoleh 1.236 atau 12,36% dari skor ideal. Dengan demikian loyalitas konsumen Cafe Beringin Tanggul Cempae Soreang Parepare berada pada kategori baik.

2. Uji Korelasi *Pearson Product Moment*

Uji korelasi *pearson product moment* digunakan untuk mengukur apakah variabel independen memiliki hubungan dengan variabel dependent serta untuk mengetahui kekuatan hubungan antara variabel X dengan variabel Y.

Dasar pengambilan keputusan:

- a. Jika nilai signifikansi $< 0,05$ maka memiliki hubungan (berkorelasi)
- b. Jika nilai signifikansi $> 0,05$ maka tidak memiliki hubungan (tidak berkorelasi)

Tabel 4.10 Hasil Uji Korelasi Pearson Product Moment

Correlations			
		TOTAL.X	TOTAL.Y
TOTAL.X	Pearson Correlation	1	.799**
	Sig. (2-tailed)		.000
	Sum of Squares and Cross-products	975.250	566.000
	Covariance	16.530	9.593
	N	60	60
TOTAL.Y	Pearson Correlation	.799**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	
	Sum of Squares and Cross-products	566.000	514.400
	Covariance	9.593	8.719
	N	60	60

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Sumber: Data olahan SPSS versi 22

Berdasarkan tabel 4.10, dapat ditarik simpulan dengan merujuk pada ketiga dasar pengambilan keputusan dalam analisis korelasi pearson product moment.

- a. Berdasarkan Nilai Signifikansi Sig. (2-tailed): dari tabel 4.10 diatas diketahui nilai Sig. (2-tailed) antara Kualitas Layanan (X) dengan Loyalitas Konsumen (Y) adalah $0,000 < 0,05$, yang berarti terdapat korelasi yang signifikan antara variabel Kualitas Layanan dengan variabel Loyalitas Konsumen. Sesuai dengan dasar pengambilan keputusan yaitu jika nilai sig $< 0,05$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya signifikan
- b. Berdasarkan Nilai r hitung (*pearson correlation*): diketahui nilai r hitung untuk hubungan kualitas layanan (X) dengan loyalitas konsumen (Y) adalah

sebesar $0,799 > r$ tabel $0,254$ taraf signif 5% , maka dapat disimpulkan bahwa ada hubungan atau korelasi antara variabel kualitas layanan dengan loyalitas konsumen. Karena r hitung atau pearson correlations dalam analisis ini bernilai positif maka itu artinya hubungan kedua variabel tersebut bersifat positif atau dengan kata lain semakin meningkatnya kualitas layanan maka akan meningkat pula loyalitas konsumen.

- c. Berdasarkan tanda bintang (*) spss: dari tabel 4.9 diatas diketahui bahwa nilai pearson correlation antara masing-masing variabel yang dihubungkan mempunyai dua tanda bintang (**), ini berarti terdapat korelasi antara variabel yang dihubungkan dengan taraf signifikansi 5% .

1. Analisis Regresi Linear Sederhana

Analisis regresi sederhana adalah studi mengenai ketergantungan satu variabel dependen (terikat) dengan satu atau lebih variabel independen (bebas), yang bertujuan untuk memprediksi rata-rata populasi atau nilai rata-rata variabel dependen didasarkan nilai variabel independen yang diketahui.

$P\text{-Value} < 0,05$ maka H_0 ditolak

H_a diterima

$P\text{-Value} > 0,05$ maka H_0 diterima

H_a ditolak

Dimana:

Jika nilai $\text{Sig} < 0,05$ maka dapat disimpulkan H_0 ditolak dan H_a diterima.

Jika nilai $\text{Sig} > 0,05$ maka dapat disimpulkan H_0 diterima dan H_a ditolak

H_0 = Tidak ada pengaruh antara Kualitas Layanan terhadap Loyalitas Konsumen Cafe Beringin

H_a = Ada Pengaruh antara Kualitas Layanan terhadap Loyalitas Konsumen Cafe Beringin

Adapun hasil analisis regresi linear sederhana dalam penelitian ini dapat dilihat dari tabel sebagai berikut:

Tabel 4.11 Hasil Analisis Regresi Linear Sederhana

Model	Coefficients ^a				
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	6.816	1.381		4.936	.000
TOTAL.X	.580	.057	.799	10.123	.000

a. Dependent Variable: TOTAL.Y

Sumber: Data olahan SPSS Versi 22

Secara umum rumus persamaan regresi linear sederhana adalah $Y = \alpha + \beta X + e$. Sementara untuk mengetahui nilai koefisien regresi tersebut dapat dilihat pada tabel 4.10 *Coefficients*.

α = angka konstan dari *unstandardized coefficients*. Dalam kasus ini nilainya sebesar 6.816. Angka ini merupakan angka konstan yang mempunyai arti bahwa jika tidak ada kualitas layanan (X) maka nilai konstan loyalitas konsumen (Y) adalah sebesar 6.816.

β = angka koefisien regresi. Nilainya sebesar 0,580. Angka ini mengandung arti bahwa setiap penambahan 1% tingkat kualitas produk, maka loyalitas konsumen meningkat sebesar 0,580.

Karena nilai koefisien regresi linear sederhana bernilai positif (+) maka dengan demikian dapat disimpulkan bahwa kualitas layanan (X) berpengaruh positif terhadap loyalitas konsumen (Y). Sehingga persamaan regresinya adalah $Y = 6.816 + 580X + e$.

Jika nilai $\text{sig} < 0.05$ maka kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen di Cafe Beringin Tanggul Soreang Parepare. Dilihat pada tabel 4.10 diketahui nilai signifikansi (Sig) variabel kualitas layanan (X) adalah sebesar 0.000, karena nilai $\text{sig}. 0.000 < 0.05$ maka dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima. Jadi, kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen di Cafe Beringin Tanggul Soreang Parepare.

Tabel 4.12 Anova

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	328.486	1	328.486	102.479	.000 ^b
	Residual	185.914	58	3.205		
	Total	514.400	59			

a. Dependent Variable: TOTAL.Y

b. Predictors: (Constant), TOTAL.X

Pada tabel 4.12 diatas digunakan untuk mengetahui apakah ada pengaruh yang signifikan antara variabel kualitas layanan (X) dengan variabel loyalitas

konsumen (Y). Maka dari tabel diatas diketahui F hitung = 102.479 dengan tingkat signifikansi $0,000 > 0,05$ sehingga dinyatakan variabel kualitas layanan (X) berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel loyalitas konsumen (Y).

Uji hipotesis dalam analisis regresi linear sederhana

Uji hipotesis atau uji pengaruh bekerja untuk mengetahui apakah koefisien regresi tersebut signifikan atau tidak. Hipotesis yang saya simpulkan dalam analisis regresi linear sederhana ini adalah

H_0 = tidak ada pengaruh kualitas layanan (X) terhadap loyalitas konsumen (Y)

H_a = ada pengaruh kualitas layanan (X) terhadap loyalitas konsumen (Y)

Hipotesis penelitian ini akan menggunakan cara dengan membandingkan nilai signifikansi (Sig) dengan probabilitas 0,05 dan dengan menggunakan perbandingan antara nilai t hitung dengan t tabel.

2. Pengujian Hipotesis secara Parsial (Uji T)

Uji t digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel independen secara individu mempengaruhi variabel dependen. Sedangkan uji f digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel independen secara bersama-sama terhadap variabel dependen. Dalam penelitian ini hanya menggunakan uji t dalam pengujian hipotesis.

Pengujian variabel dependen secara individu yang dilakukan untuk melihat signifikansi dari pengaruh secara parsial variabel independen terhadap dependen, maksudnya yakni apakah model regresi variabel independen (X)

secara parsial berpengaruh signifikansi positif terhadap variabel dependen (Y).

Pengujian ini dilakukan dengan menggunakan hipotesis sebagai berikut:

P –Value < 0,05 maka H_0 ditolak

H_a diterima

P –Value > 0,05 maka H_0 diterima

H_a ditolak

Dimana :

Jika nilai Sig < 0,05 maka dapat disimpulkan H_0 ditolak dan H_a diterima.

Jika nilai Sig > 0,05 maka dapat disimpulkan H_0 diterima dan H_a ditolak

H_0 = Tidak ada pengaruh antara Kualitas Layanan terhadap Loyalitas

Konsumen Cafe Beringin

H_a = Ada Pengaruh antara Kualitas Layanan terhadap Loyalitas Konsumen

Cafe Beringin

Adapun hasil pengujian t dalam penelitian ini dapat dilihat dari tabel sebagai berikut:

Tabel 4.13 Hasil Uji Regresi Sederhana untuk Uji Hipotesis (Uji Parsial T)

		Coefficients ^a		Standardized Coefficients	T	Sig.
		Unstandardized Coefficients				
Model		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	6.816	1.381		4.936	.000
	TOTAL.X	.580	.057	.799	10.123	.000

a. Dependent Variable: TOTAL.Y

Berdasarkan tabel 4.13 tersebut dapat dilihat yaitu kolom *Unstandardized Coefficients* yang terdiri dari B dan *Std. Error*. Kolom B menunjukkan koefisien B, yaitu nilai yang menjelaskan bahwa variabel Y akan berubah apabila variabel X diubah 1 unit.

Standardized Coefficients dalam kolom ini terdapat Beta sebesar 0,799 dimana dengan tabel tersebut dapat diketahui pengaruh dan sumbangan efektif yang diberikan antara variabel independen terhadap variabel dependen.

Berdasarkan Nilai Signifikansi (Sig.)

Berdasarkan tabel 4.13 diatas diketahui nilai signifikansi (Sig) variabel kualitas layanan (X) adalah sebesar 0,000. Karena nilai Sig $0,000 < \text{probabilitas } 0,05$, maka dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima. Artinya ada pengaruh kualitas layanan (X) terhadap loyalitas konsumen (Y).

Perbandingan Nilai t hitung dengan t tabel (Uji t)

Berdasarkan tabel 4.13 diatas diketahui nilai t hitung variabel kualitas layanan (X) adalah sebesar 10.123. Karena nilai t hitung $10.123 > t \text{ tabel } 2,001$, maka dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima. Artinya ada pengaruh kualitas layanan (X) terhadap loyalitas konsumen (Y).

Uji hipotesis membandingkan nilai t hitung dengan t tabel

Dasar pengambilan keputusan dalam uji t adalah:

- a. Jika nilai t hitung $>$ dari t tabel maka ada pengaruh kualitas layanan (X) terhadap loyalitas konsumen (Y).

- b. Sebaliknya jika t hitung $<$ dari t tabel maka tidak ada pengaruh kualitas layanan (X) terhadap loyalitas konsumen (Y).

Berdasarkan pada tabel 4.13 diatas, diketahui nilai t hitung sebesar 10.123. Karena nilai t hitung sudah ditemukan, maka langkah selanjutnya kita menentukan t tabel. Adapun rumus dalam mencari t tabel adalah:

$$T_{\text{tabel}} = (a/2 ; n-k-1 \text{ atau df residual})$$

$$T_{\text{tabel}} = (0,05/2 : n-2)$$

$$T_{\text{tabel}} = (0,025 : 60-2)$$

$$T_{\text{tabel}} = 0,025 : 58 \text{ (dapat dilihat pada tabel distribusi t tabel)}$$

$$T_{\text{tabel}} = 2,001$$

Karena nilai t hitung sebesar $10.123 > 2,001$ sehingga dapat dipastikan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima, yang berarti bahwa “ada pengaruh kualitas layanan (X) terhadap loyalitas konsumen (Y)”.

5. Kefisien Determinan

Koefisien determinasi (KD) adalah angka yang menyatakan atau digunakan untuk mengetahui seberapa besar kontribusi yang diberikan variabel independen (Kualitas Layanan) terhadap variabel dependen (Loyalitas Konsumen).

Pedoman untuk memberikan interpretasi koefisien determinasi adalah sebagai berikut:

0,00 – 0,199 = Sangat Kurang

0,20 – 0,399 = Kurang

0,40 – 0,599 = Cukup

0,60 – 0,799 = Baik

0,80 - 1,000 = Sangat Baik

Untuk mengetahui besarnya pengaruh kualitas produk (X) terhadap loyalitas konsumen (Y) dalam analisis regresi linear sederhana, maka dapat berpedoman pada nilai R square atau R² yang terdapat pada tabel 4.14 bagian model summary.

Tabel 4.14 Hasil Uji Koefisien Determinan

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.799 ^a	.639	.632	1.790

a. Predictors: (Constant), TOTAL.X

b. Dependent Variable: TOTAL.Y

Sumber: Data olahan SPSS versi 22

Nilai R merupakan symbol dari koefisien. Pada tabel *Model Summary* terdapat kolom R yang menunjukkan seberapa baik variabel – variebal bebas mengprediksikan hasil. Kisaran nilai R adalah 0 hingga 1. Semakin nilai R mendekati angka 1, maka semakin kuat variabel – variabel bebas memprediksikan variabel terikat. Namun ketetapan nilai R ini disempurnakan oleh kolom *Adjusted R Square* yang merupakan koreksi atas nilai R.

Kolom *Adjusted R Square* menjelaskan apakah sampel penelitian mampu mencari jawaban yang dibutuhkan dari populasinya. Kisaran nilai *Adjusted R Square* 0 hingga 1.

Std. Error of the Estimate dalam kolom ini dijelaskan seberapa kuat variabel – variabel bebas bisa memprediksi variabel terikat. Nilai *Std. Error of the Estimate* diperbandingkan dengan *Std. Deviation* pada tabel *descriptives*. Jika *Std. Error of the Estimate* < *Std. Deviation*, maka *Std. Error of the Estimate* baik untuk dijadikan predictor dalam menentukan variabel. Jika *Std. Error of the Estimate* > *Std Deviation*, maka *Std. Error of the Estimate* tidak baik untuk dijadikan prdektor dalam menentukan variabel terikat.

Berdasarkan tabel 4.14 diatas menunjukkan besarnya nilai korelasi/hubungan (R) yaitu sebesar 0,799 dan dijelaskan besarnya persentase pengaruh variabel kualitas layanan terhadap variabel loyalitas konsumen yang disebut koefisien determinasi yang merupakan hasil pengkuadratan R. dari output tersebut diperoleh koefisien determinasi (R²) sebesar 0,639 yang mengandung pengertian bahwa pengaruh variabel bebas (kualitas layanan) terhadap variabel terikat (loyalitas konsumen) adalah sebesar 63.9%, sedangkan sisanya dipengaruhi oleh variabel lain diluar penelitian.

D. Pembahasan Hasil Penelitian

Berdasarkan hasil penelitian diatas bahwa beberapa temuan yang merujuk pada variabel kualitas layanan (X) terhadap loyalitas konsumen (Y), dimana kesimpulan hasil penelitian menunjukkan kualitas layanan (X) berpengaruh signifikan terhadap loyalitas konsumen (Y). Hasil tersebut diatas dinyatakan valid setelah di uji menggunakan aplikasi SPSS dan menunjukkan hasil bahwa nilai signifikansi sebesar 0,000, sehingga lebih kecil dari taraf signifikansi yaitu $0,000 < 0,05$. Dan dapat diperoleh keputusan bahwa H^0 ditolak dan H^a diterima. Hal ini dapat

dilihat dari nilai F hitung yaitu sebesar 102.479. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima.

Terdapat empat penelitian terdahulu yang dapat dikaitkan dengan hasil penelitian ini, salah satu penelitian yaitu oleh Katon Wisnu Bhagaskoro dengan judul “Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Terrace Cafe Yogyakarta” Berdasarkan hasil penelitian maka dapat diambil kesimpulan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan dan harga tidak berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan, maka kualitas pelayanan dan harga secara simultan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan Terrace Cafe.³⁵ Jika dikaitkan dengan hasil penelitian ini bahwa penelitian ini didukung dengan adanya pengaruh antara kualitas layanan terhadap loyalitas konsumen sangat berpengaruh.

Penelitian kedua yang dilakukan juga sangat berkaitan dengan hasil penelitian ini dimana Shohib Muttaqin meneliti terkait dengan “Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Konsumen”³⁶. Berdasarkan hasil penelitiannya maka dapat diambil kesimpulan bahwa variabel kualitas produk dan kualitas layanan berpengaruh negatif terhadap kepuasan pelanggan serta kepuasan pelanggan berpengaruh negatif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Hal tersebut memberikan interpretasi bahwa pelayanan terhadap kualitas layanan harus dipertahankan karena kualitas layanan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan, sehingga loyalitas pelanggan akan semakin baik.

³⁵ Katon Wisnu Bhagaskoro, 'Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Terrace Cafe Yogyakarta', (2017).

³⁶ Shohib Muttaqin, 'Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Konsumen', (2020).

Hal serupa juga dikaitkan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Rizky Asyura Rangkuti “Pengaruh Kualitas Produk dan Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Konsumen Coffee Shop di Kota Medan)”³⁷. Perbedaan yang Rizky Asyura Rangkuti teliti dengan yang diteliti peneliti yaitu terdapat di variabel X yang dimana terdapat dua variabel yaitu pengaruh kualitas produk dan pelayanan. Hasil penelitian dari Rizky Asyura Rangkuti menunjukkan bahwa pengaruh kualitas produk, pelayanan, kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan dan kepuasan pelanggan berpengaruh positif dan tidak signifikan. Jika dikaitkan dengan hasil penelitian ini bahwa kualitas layanan menjadi salah satu faktor yang juga dipertimbangkan oleh setiap pengelola cafe dalam mendapatkan kelayalitan konsumen.

Penelitian yang dilakukan oleh Helisia Krisdayanti dengan judul “Pengaruh Kualitas Layanan dan Kepuasan Konsumen Terhadap Loyalitas Konsumen Pada Minimarket Kertapati Jaya Indah Palembang”³⁸. Herlisia Krisdayanti dalam penelitiannya menggunakan analisis regresi linear berganda, sedangkan peneliti menggunakan analisis regresi linear sederhana. Hasil penelitian dari Herlisia Krisdayanti, kedua variabel independent kualitas layanan (X1) dan kepuasan konsumen (X2) mempunyai hubungan yang positif signifikan terhadap variabel dependen loyalitas konsumen (Y).

Hasil penelitian ini, maka beberapa teori kemudian dikaitkan yaitu teori kualitas layanan, sebagaimana dijelaskan bahwa layanan atau jasa yang bergantung pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau tersirat. Ini

³⁷ Rizky Asyura Rangkuti, 'Pengaruh Kualitas Produk dan Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Sebagai Variabel Intervening Studi Pada Konsumen Coffee Shop di Kota Medan', (2021).

³⁸ Helisia Krisdayanti, 'Pengaruh Kualitas Layanan dan Kepuasan Konsumen Terhadap Loyalitas Konsumen Pada Miimarket Kertapati Jaya Indah Palembang' (2017).

jelas merupakan definisi yang berpusat pada konsumen. Kita dapat mengatakan bahwa kualitas layanan telah memenuhi atau melebihi ekspektasi konsumen Ketika konsumen menjadi loyal. Cafe yang memuaskan dalam memberi layanan terhadap kebutuhan konsumennya sepanjang waktu disebut Cafe yang berkualitas. Jika dikaitkan dengan indikator kualitas layanan berdasarkan hasil isian kuesioner responden, menunjukkan bahwa tingkat kualitas layanan pada Cafe Beringin sudah baik, sehingga dapat disimpulkan bahwa kualitas layanannya sangat berpengaruh terhadap loyalitas konsumennya.

Secara spesifik kemudian hal lainnya menyebutkan bahwa Kualitas Layanan meliputi keandalan, daya tanggap, jaminan, empati, dan produk-produk fisik. Hal tersebut sesuai dengan karakteristik kualitas layanan yang digunakan oleh owner atau pemilik cafe dalam memberikan layanan agar mendapatkan hasil yang sesuai dengan harapan mereka.

Penjelasan diatas dapat disimpulkan bahwa kualitas layanan sangat mempengaruhi loyalitas konsumen di Cafe Beringin Tanggul Cempae Soreang Parepare.

BAB V

PENUTUP

A. Simpulan

Hasil penelitian terkait dengan Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Konsumen di Cafe Beringin Tanggul Cempae Soreang Parepare, maka dapat disimpulkan bahwa:

1. Berdasarkan hasil penelitian diatas bahwa beberapa temuan yang merujuk pada variabel kualitas layanan (X) terhadap loyalitas konsumen (Y), dimana kesimpulan hasil penelitian menunjukkan kualitas layanan (X) berpengaruh signifikan terhadap loyalitas konsumen (Y). Hasil tersebut diatas dinyatakan valid setelah di uji menggunakan aplikasi SPSS dan menunjukkan hasil bahwa nilai signifikansi sebesar 0,000, sehingga lebih kecil dari taraf signifikansi yaitu $0,000 < 0,05$. Dan dapat diperoleh keputusan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima. Hal ini dapat dilihat dari nilai F hitung yaitu sebesar 102.479. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima.
2. Hasil Uji Regresi Linear Sederhana melalui perhitungan uji t menyatakan bahwa terdapat pengaruh yang positif dan signifikan kualitas layanan terhadap loyalitas konsumen. Berdasarkan pada nilai t-hitung $-97.642 < 1.617$ t tabel. Kualitas layanan yang diharapkan secara ideal sebesar 18%, jawaban responden menunjukkan nilai diperoleh 1.422 atau 14,42% dari skor ideal. Dengan demikian kualitas layanan Cafe Beringin Tanggul Cempae Soreang Parepare berada pada kategori baik.

B. Saran

Simpulan penelitian diatas, maka peneliti memberikan saran kepada beberapa pihak yaitu:

1. Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa ada pengaruh kualitas layanan terhadap loyalitas konsumen, maka peneliti memberikan saran kepada Owner Cafe Beringin dan Cafe lainnya agar memberikan kualitas layanan yang lebih baik sehingga akan menciptakan kelayalitan konsumen.
2. Bagi peneliti selanjutnya, disarankan mencari variabel independen yang lain yang mana memiliki pengaruh terhadap loyalitas konsumen, agar hasil yang didapat bisa memperkuat penelitian yang ada.



DAFTAR PUSTAKA

- Al-Qur'an Al Karim.
- Agama RI, Departemen. *Al-Qur'an dan Terjemahannya*, Jakarta Timur:CV Karya Insan Indonesia ,2017.
- Adam, M. (2015). *Manajemen pemasaran jasa*. Bandung: Alfabeta.
- Arikunto, S. (2002). *Prosedur penelitian suatu pendekatan praktek*. Jakarta: Riena Cipta.
- Bhagaskoro, K. W. (2017). *Analisis pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap loyalitas pelanggan pada terrace cafe yogyakarta*.
- Ghozali, I. (2012). *Aplikasi analisis multivariate dengan program IBM SPSS 20*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Herdiana, N. (2013). *Manajemen bisnis syariah dan kewirausahaan* . Bandung: Pustaka setia.
- Hurriyati, R. (2010). *Bauran pemasaran dan loyalitas konsumen*. Bandung: Alfabeta.
- Ibrahim, B. (2000). *TQM (Total quality management)*. Jakarta: Djambatan.
- Jeklin, A. (2016). *Metode penelitian kuantitatif*. 30.
- K, C. H. (2005). *Manajemen pemasaran jasa*. Jakarta: PT.Indeks.
- Kasmir. (2012). *Manajemen perbankan, ke 11*. Jakarta: Rajawali.
- Krisdayanti, H. (2017). *Pengaruh kualitas layanan dan kepuasan konsumen terhadap loyalitas konsumen pada minimarket kertapati jaya indah Palembang*.
- Mah]", A. S. (2013). *Metodologi penelitian manajemen sumber daya manusia*. UIN: Maliki press.
- Mangkuatmodjo, S. (2004). *Statistik lanjutan*. Jakarta: PT. Rineka Cipta, Cetakan Pertama.
- Muttaqin, S. (2020). *Pengaruh kualitas produk dan kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan dan loyalitas konsumen*.
- Nuryadi, d. (2017). *Dasar-dasar statistik penelitian*. Yogyakarta: Gramasurya.
- Rangkuti, R. A. (2021). *Pengaruh kualitas produk dan pelayanan terhadap loyalitas pelanggan sebagai variabel intervening studi pada konsumen coffee shop mdi kota medan*.

- Sarwono, J. (2012). *Metode riset skripsi pendekatan kuantitatif menggunakan prosedur spss*. Jakarta: Elex media komputindo.
- Setyabudi, D. d. (2014). *Konsumen dan pelayanan prima*. Yogyakarta: Graha media.
- Siregar, S. (2011). *Statistika deskriptif untuk penelitian*. Jakarta: PT. Raja Grafindo.
- Siregar, S. (2013). *Metode penelitian kuantitatif (dilengkapi dengan perbandingan perhitungan manual dan spss)*. Jakarta: Prenada Media.
- Sopiah, E. M. (2014). *Perilaku konsumen*. CV Andi offset.
- Sugiyono. (2013). *Metode penelitian kombinasi (mixed methods)*. Bandung: Alfabeta.
- Sunariah, K. d. (2014). *Panduan modern penelitian kuantitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Surahman, d. (2016). *Metodologi penelitian*. Jakarta: Pusdik SDM Kesehatan.
- Tjiptono, F. (2010). *Manajemen jasa*. Yogyakarta: Andi offset.
- Umar, H. (2002). *Metode riset bisnis: panduan untuk melaksanakan riset dilengkapi contoh proposal dan hasil riset bidang manajemen dan akuntansi*. Gramedia pustaka utama.
- Umar, H. (2003). *Metode riset bisnis*. Jakarta: PT. Gramedia pustaka utama.
- Warto, A. I. (2013). *Analisis data kuantitatif*. Purwokerto: STAIN Press.



Lampiran 01 : Instrumen Penelitian



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
 INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PAREPARE
 FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
 Jl. Amal Bakti No.8 Soreang 91131 Telp. (0421) 21307

NAMA MAHASISWA : REGINA
 NIM : 18.2400.133
 FAKULTAS : EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
 PRODI : EKONOMI SYARIAH
 JUDUL : PENGARUH KUALITAS LAYANAN TERHADAP
 LOYALITAS KONSUMEN DI CAFE BERINGIN
 TANGGUL CEMPAE SOREANG PAREPARE

PEDOMAN KUESIONER

A. Identitas Responden

Mohon dengan hormat kesediaan Bapak/Ibu/Saudara(i) mengisi data responden di bawah ini :

Nama Lengkap :

Jenis kelamin :

Usia :

1. Petunjuk Pengisian

1. Pertanyaan yang ada mohon dibaca dan dipahami dengan sebaik-baiknya sehingga tidak ada satupun yang terlewat.
2. Berilah tanda ceklis pada jawaban saudara/I pada kolom yang telah disediakan. pilihlah jawaban yang sesuai dengan pendapat anda, dengan keterangan di bawah ini:

SS	: Sangat setuju	:5
S	: Setuju	:4
N	: Netral	:3
TS	: Tidak Setuju	:2
STS	: Sangat Tidak Setuju	:1

1. Setiap pertanyaan hanya membutuhkan satu jawaban saja
2. Terimakasih atas kebaikannya

Pernyataan Kualitas Layanan (X)

No.	Pernyataan	SS	S	RG	TS	STS
1.	Karyawan di cafe beringin tanggul cempae soreang memberikan pelayanan yang cepat dalam menyediakan penyajiannya					
2.	Karyawan segera melayani anda saat sedang berkunjung.					
3.	Anda tidak terlalu lama mengantri dalam memesan makanan.					
4.	Karyawan selalu ada saat dibutuhkan.					
5.	Karyawan ramah dan selalu memberikan senyuman saat memberikan pelayanan pada pengunjung.					
6.	Tempat yang menarik dan meja yang tersedia bersih.					

Pernyataan Penelitian Loyalitas Konsumen (Y)

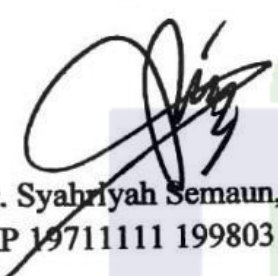
No.	Pernyataan	SS	S	RG	TS	STS
1.	Saya akan berkunjung kembali untuk membeli ulang minuman atau makanan cafe beringin tanggul soreang					
2.	Saya tidak akan beralih ke produk cafe lain selain produk cafe beringin tanggul cempae soreang					
3.	Saya akan merekomendasikan kepada orang lain untuk berkunjung ke cafe beringin tanggul soreang cempae untuk membeli makanan atau minumannya					
4.	Saya tidak mudah tertarik dengan cafe lain karena kualitas layanan cafe beringin sudah sangat memuaskan					
5.	Saya akan tetap loyal berkunjung ke cafe beringin meskipun direkomendasikan untuk ke cafe yang lain					

Parepare, Januari 2023


Mengetahui

Pembimbing Utama

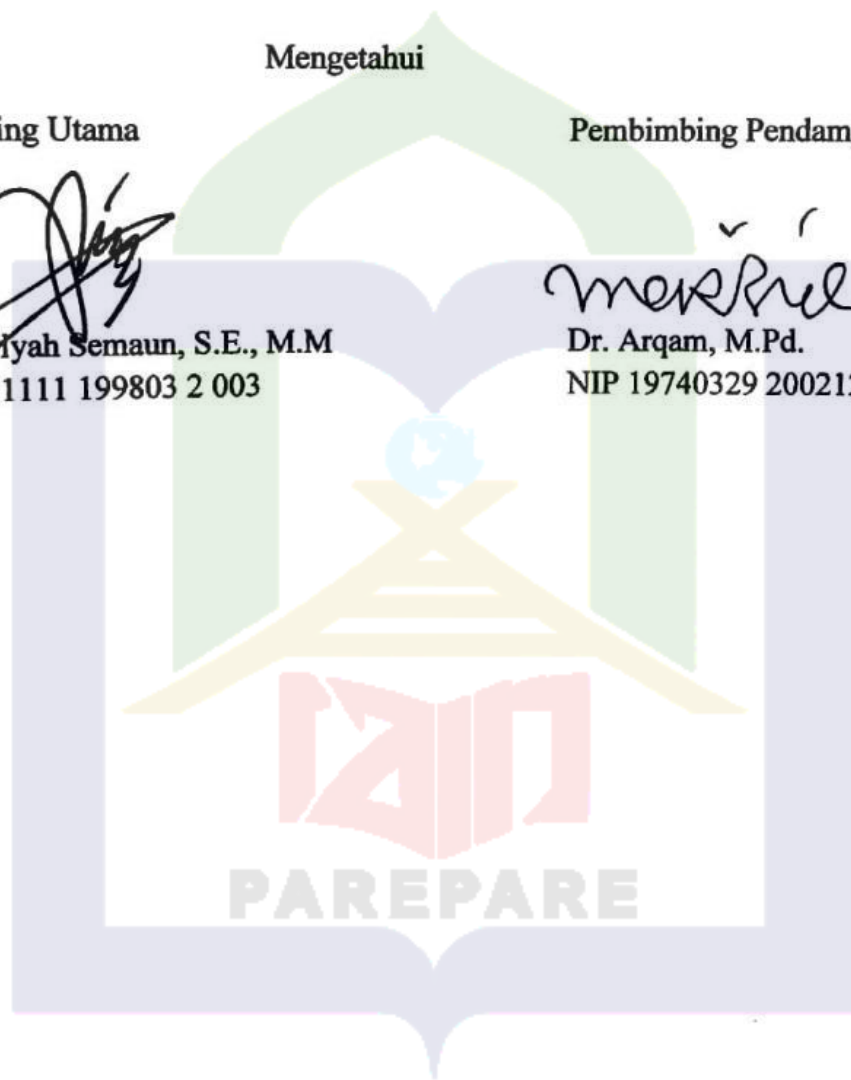
Pembimbing Pendamping



Dr. Syahriyah Semaun, S.E., M.M
NIP 19711111 199803 2 003



Dr. Arqam, M.Pd.
NIP 19740329 200212 1 001



Lampiran 1 Surat izin melaksanakan penelitian dari Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PAREPARE
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jalan Amal Bakti No. 8 Soreang, Kota Parepare 91132 Telepon (0421) 21307, Fax. (0421) 24484
PO Box 909 Parepare 91100, website: www.iainpare.ac.id, email: mail@iainpare.ac.id

Nomor : B.199/In.39.8/PP.00.9/01/2023
Lampiran : -
Hal : Permohonan Izin Pelaksanaan Penelitian

Yth. WALIKOTA PAREPARE
Cq. Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu
Di
KOTA PAREPARE

Assalamu Alaikum Wr. Wb.

Dengan ini disampaikan bahwa mahasiswa Institut Agama Islam Negeri Parepare :

Nama : REGINA
Tempat/ Tgl. Lahir : PAREPARE, 26 OKTOBER 2000
NIM : 18.2400.133
Fakultas/ Program Studi : EKONOMI DAN BISNIS ISLAM/EKONOMI SYARIAH
Semester : IX (SEMBILAN)
Alamat : BTN PONDOK INDAH SOREANG BLOK 1 NO. 1,
KELURAHAN BUKIT HARAPAN, KECAMATAN SOREANG,
KOTA PAREPARE

Bermaksud akan mengadakan penelitian di wilayah KOTA PAREPARE dalam rangka penyusunan skripsi yang berjudul :

PENGARUH KUALITAS LAYANAN TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN DI CAFE BERINGIN TANGGUL CEMPAE SOREANG PAREPARE

Pelaksanaan penelitian ini direncanakan pada bulan Januari sampai selesai.

Demikian permohonan ini disampaikan atas perkenaan dan kerjasama diucapkan terima kasih.

Wassalamu Alaikum Wr. Wb.

Parepare, 12 Januari 2023
Dekan,



Muhammadul Hafid Muhammadun

Lampiran 2 Surat rekomendasi melakukan penelitian dari Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Kota Parepare

		SRN IP000070
PEMERINTAH KOTA PAREPARE		
DINAS PENANAMAN MODAL DAN PELAYANAN TERPADU SATU PINTU		
<i>Jalan Veteran Nomor 28 Telp (0421) 23594 Faximile (0421) 27719 Kode Pos 91111, Email : dpmpstp@pareparekota.go.id</i>		
<u>REKOMENDASI PENELITIAN</u>		
Nomor : 70/IP/DPM-PTSP/1/2023		
Dasar : 1. Undang-Undang Nomor 18 Tahun 2002 tentang Sistem Nasional Penelitian, Pengembangan, dan Penerapan Ilmu Pengetahuan dan Teknologi.		
2. Peraturan Menteri Dalam Negeri Republik Indonesia Nomor 64 Tahun 2011 tentang Pedoman Penerbitan Rekomendasi Penelitian.		
3. Peraturan Walikota Parepare No. 23 Tahun 2022 Tentang Pendelegasian Wewenang Pelayanan Perizinan dan Non Perizinan Kepada Kepala Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu.		
Setelah memperhatikan hal tersebut, maka Kepala Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu :		
M E N G I Z I N K A N		
KEPADA NAMA	: REGINA	
UNIVERSITAS/ LEMBAGA	: INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) PAREPARE	
Jurusan	: EKONOMI SYARIAH	
ALAMAT	: BTN PONDOK INDAH SOREANG PAREPARE	
UNTUK	: melaksanakan Penelitian/wawancara dalam Kota Parepare dengan keterangan sebagai berikut :	
JUDUL PENELITIAN	: PENGARUH KUALITAS LAYANAN TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN DI CAFE BERINGIN TANGGUL CEMPAE SOREANG PAREPARE	
LOKASI PENELITIAN	: 1. DINAS PERDAGANGAN PAREPARE 2. KECAMATAN SOREANG PAREPARE (CAFE BERINGIN TANGGUL CEMPAE)	
LAMA PENELITIAN	: 18 Januari 2023 s.d 18 Pebruari 2023	
a.	Rekomendasi Penelitian berlaku selama penelitian berlangsung	
b.	Rekomendasi ini dapat dicabut apabila terbukti melakukan pelanggaran sesuai ketentuan perundang - undangan	
Dikeluarkan di: Parepare Pada Tanggal : 19 Januari 2023		
KEPALA DINAS PENANAMAN MODAL DAN PELAYANAN TERPADU SATU PINTU KOTA PAREPARE		
		
Hj. ST. RAHMAH AMIR, ST, MM		
Pangkat : Pembina (IV/a)		
NIP : 19741013 200604 2 019		
Biaya : Rp. 0.00		

- UU ITE No. 11 Tahun 2008 Pasal 5 Ayat 1
- Informasi Elektronik dan/atau Dokumen Elektronik dan/atau hasil cetaknya merupakan alat bukti hukum yang sah
- Dokumen ini telah ditandatangani secara elektronik menggunakan **Sertifikat Elektronik** yang diterbitkan **BSrE**
- Dokumen ini dapat dibuktikan keasliannya dengan terdaftar di database DPMPSTP Kota Parepare (scan QRCode)



Lampiran 4 Surat Keterangan Telah Meneliti dari Cafe Beringin

SURAT KETERANGAN PENELITIAN

Yang bertanda tangan dibawah ini

Nama :

Jabatan :

Alamat :

Dengan ini menerangkan bahwa mahasiswa dibawah ini

Nama : Regina

Nim : 18.2400.133

Fakultas/Prodi : Ekonomi dan Bisnis Islam/Ekonomi Syariah

Universitas : Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Parepare

Alamat : Btn. Pondok Indah Soreang Parepare

Telah selesai melakukan penelitian di Cafe Beringin Tanggul Cempae Soreang Parepare tepatnya di Jl. Petta Oddo, Watang Soreang Parepare selama 1 (satu) bulan, terhitung mulai tanggal 18 Januari 2023-18 Februari 2023 untuk memperoleh data dalam rangka penyusunan skripsi yang berjudul “Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Konsumen di Cafe Beringin Tanggul Cempae Soreang Parepare”

Demikian surat keterangan ini dibuat dan diberikan kepada yang bersangkutan untuk dipergunakan sepenuhnya.


Parepare, 18 Februari 2023

Owner Cafe Beringin



ANSYAH TAHIR

Lampiran 5 Berita Acara Revisi Judul Skripsi



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PAREPARE
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
 Jalan Amal Bakti No. 8 Soreang, Kota Parepare 91132 Telepon (0421) 21307, Fax. (0421) 24404
 PO Box 909 Parepare 91100, website: www.iainpare.ac.id, email: mail@iainpare.ac.id

**BERITA ACARA
REVISI JUDUL SKRIPSI**

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam menyatakan bahwa Mahasiswa:

Nama : REGINA
 N I M : 18.2400.133
 Prodi : Ekonomi Syariah



Menerangkan bahwa judul skripsi semula:
**PENGARUH JAM KERJA DAN JUMLAH PENGUNJUNG TERHADAP JUMLAH
 PENDAPATAN PEDAGANG DI PANTAI SENGGOL PAREPARE**


Telah diganti dengan judul baru:
**PENGARUH KUALITAS LAYANAN TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN DI
 CAFE BERINGIN TANGGUL CEMPAE SOREANG PAREPARE**

dengan alasan / dasar:

Demikian berita acara ini dibuat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Parepare, 14 Juli 2022

Pembimbing Utama  Dr. Syahririyah Semaun, S.E., M.M.	Pembimbing Pendamping  Dr. Arqam, M.Pd.
---	---

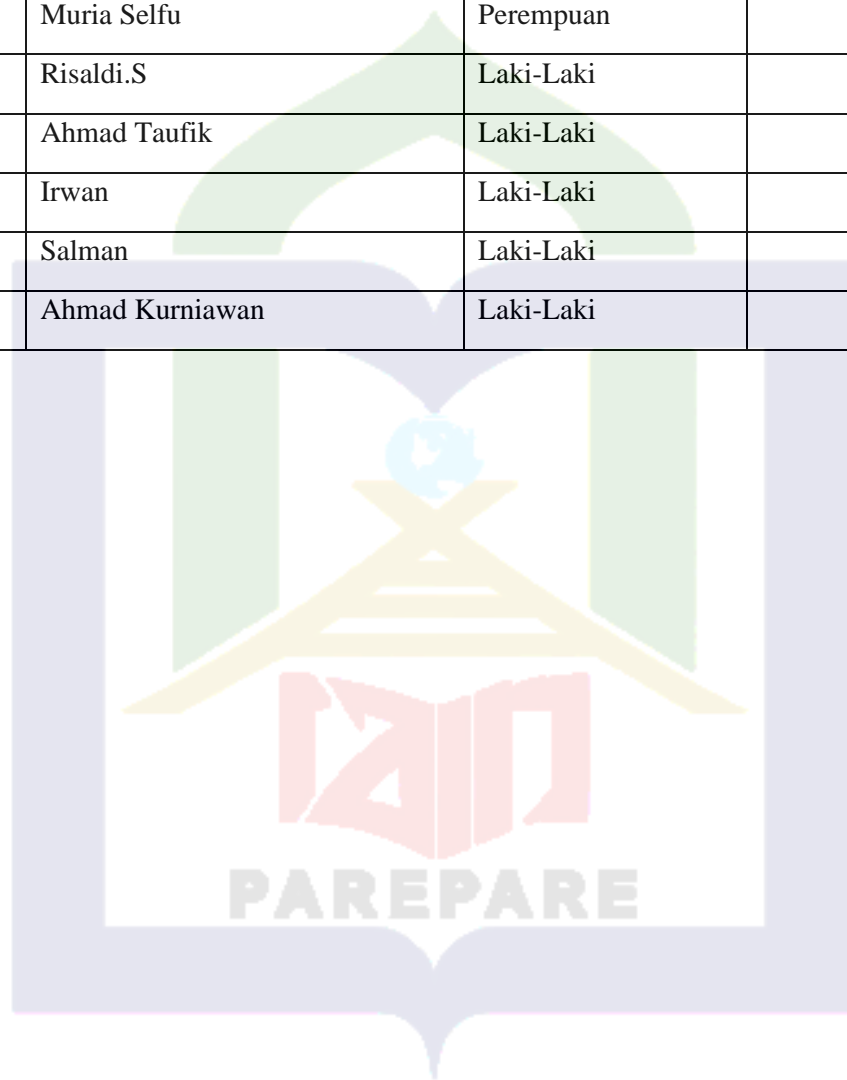
Dekan

 Muzdalifah Muhammadun

Lampiran 6 Data responden

No	Nama	Jenis Kelamin	Usia
1	Iqbal	Laki-Laki	23
2	Aktar	Laki-Laki	21
3	Nadya	Perempuan	22
4	Jumrah Tahir	Perempuan	23
5	Ayu Alifkah	Perempuan	22
6	Mukmin	Laki-Laki	28
7	Yuliana	Perempuan	46
8	Fattah	Laki-Laki	23
9	Ino	Laki-Laki	23
10	Hj. Anggraeni	Perempuan	25
11	Putri	Perempuan	22
12	Resnamayangsari	Perempuan	17
13	Anchi	Perempuan	26
14	Radha	Perempuan	23
15	Ida Kurniati	Perempuan	22
16	Nur Rezky Asriadi	Perempuan	22
17	Widya Faradilla Warapsari	Perempuan	18
18	Tasyamardiah	Perempuan	18
19	Dyah Megawati Putri	Perempuan	18
20	Marini Anar	Perempuan	22
21	Hamsahasrahman	Laki-Laki	24
22	Nita Tri Putri Sainal	Perempuan	22
23	Amelia	Perempuan	24
24	Suhardi Surya	Laki-Laki	24

25	Alfayet Hijrahturahmani	Laki-Laki	22
26	Abd. Wahid	Laki-Laki	24
27	Riska Sahada	Perempuan	24
28	Meisya	Perempuan	24
29	Hariati	Perempuan	23
30	Muh ikhwal	Laki-Laki	25
31	Nining	Perempuan	22
32	Nirwana	Perempuan	23
33	Supianti Monsong	Perempuan	26
34	Amel	Perempuan	26
35	Putri Namira	Perempuan	22
36	Magfiranda Ramli	Perempuan	23
37	Dwiatisyah Rahmadhany	Perempuan	23
38	Aswar Anugrah A	Laki-Laki	26
39	Wahyudi	Laki-Laki	20
40	Hairah	Perempuan	22
41	Nurhalizanahman	Perempuan	24
42	Lismajid	Perempuan	23
43	Nur khalisah	Perempuan	21
44	Fitrah	Perempuan	22
45	Nur Lita Bahtiar	Perempuan	23
46	Andi Putri Zahirah Adani	Perempuan	23
47	Nadia	Perempuan	20
48	Kurniawati.G	Perempuan	22
49	Atirah Ramadhani	Perempuan	21
50	Mukkarama Burhanuddin	Perempuan	21

51	Zahra	Perempuan	22
52	Hurera Mahatva Susia	Perempuan	23
53	Anugrah	Perempuan	23
54	Shepiana Rusdi	Perempuan	23
55	Muria Selfu	Perempuan	21
56	Risaldi.S	Laki-Laki	21
57	Ahmad Taufik	Laki-Laki	23
58	Irwan	Laki-Laki	20
59	Salman	Laki-Laki	20
60	Ahmad Kurniawan	Laki-Laki	22



Lampiran 7 Deskripsi hasil jawaban responden

a. Jawaban responden untuk variabel kualitas layanan (X)

No	KUALITAS LAYANAN (X)						TOTAL
	X.1	X.2	X.3	X.4	X.5	X.6	
1	3	3	3	3	3	3	18
2	4	4	4	4	3	3	22
3	3	4	3	2	5	4	21
4	4	4	4	3	3	4	22
5	5	5	5	4	4	5	28
6	5	5	5	5	5	5	30
7	4	4	4	4	3	4	23
8	4	4	4	4	4	5	25
9	5	5	5	5	4	4	28
10	3	4	3	4	4	4	22
11	4	5	4	3	5	5	26
12	4	4	4	5	5	5	27
13	3	4	4	3	5	5	24
14	4	3	3	4	3	4	21
15	4	4	4	4	4	4	24
16	3	4	3	4	3	5	22
17	3	4	4	4	3	3	21
18	3	3	3	5	4	4	22
19	3	4	3	3	3	3	19
20	4	4	4	4	4	4	24
21	4	4	3	3	4	3	21
22	4	4	4	4	4	4	24
23	5	5	3	3	5	3	24
24	4	4	4	4	4	4	24
25	3	3	4	3	3	3	19
26	4	4	4	4	4	5	25
27	4	5	4	4	4	5	26
28	4	4	5	5	5	5	28
29	5	5	5	5	5	5	30
30	4	4	4	4	4	4	24
31	4	3	3	3	4	4	21
32	5	5	5	5	5	5	30

33	4	4	4	4	4	4	24
34	4	4	4	3	4	4	19
35	4	4	4	4	4	4	24
36	5	4	5	4	4	4	21
37	5	5	5	5	5	5	30
38	3	3	3	3	3	3	18
39	4	4	4	4	4	4	24
40	4	5	5	4	4	5	23
41	4	4	5	4	4	5	22
42	5	5	5	5	5	5	30
43	5	5	4	5	5	5	24
44	5	5	5	5	5	5	30
45	4	5	5	5	3	4	22
46	4	4	4	4	3	4	19
47	4	4	4	4	4	4	24
48	5	5	5	5	5	5	30
49	4	5	5	5	3	5	23
50	3	3	4	3	3	3	16
51	4	3	3	3	4	4	17
52	4	4	4	2	2	3	15
53	5	5	5	5	5	5	30
54	3	4	3	4	3	3	17
55	4	4	4	4	4	4	24
56	4	4	3	5	3	5	20
57	5	5	5	5	5	5	30
58	5	5	5	5	5	5	30
59	5	5	5	5	5	5	30
60	4	4	4	4	4	4	24

b. Jawaban responden untuk variabel loyalitas konsumen (Y)

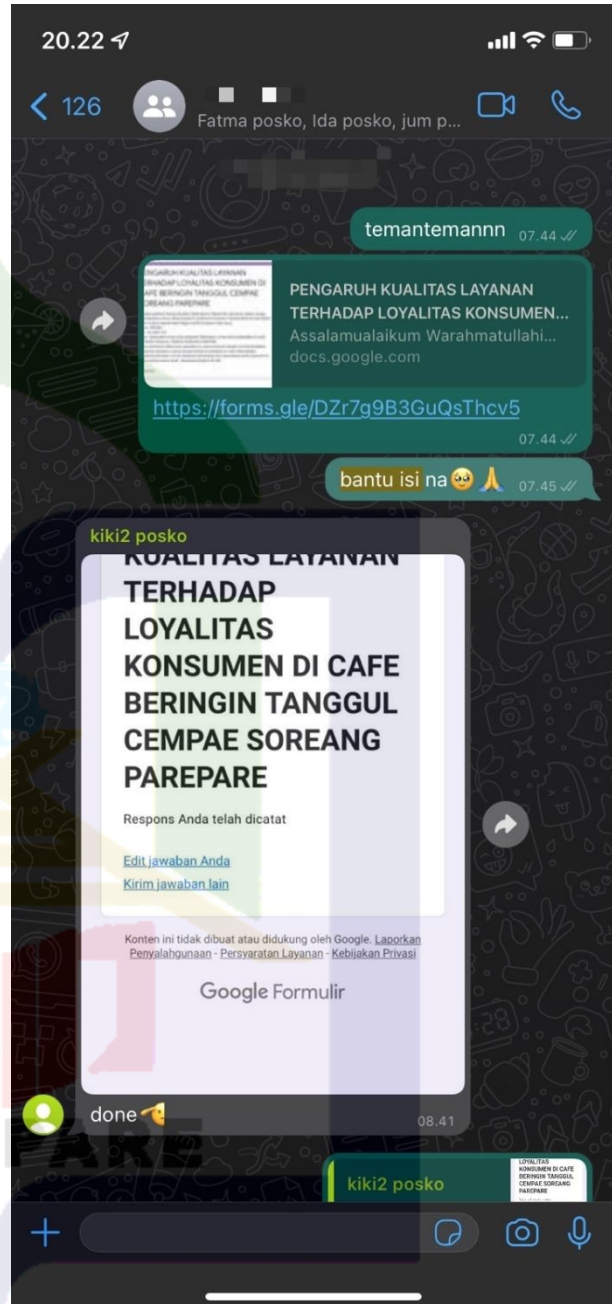
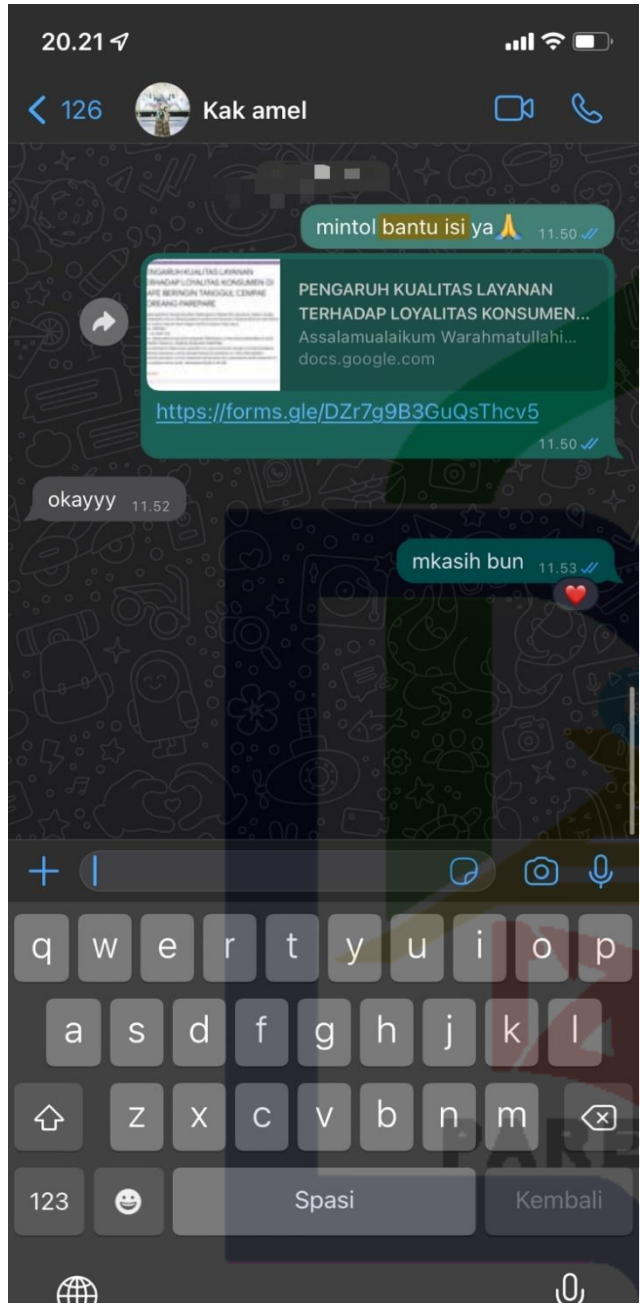
No	LOYALITAS KONSUMEN (Y)					TOTAL
	Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y.5	
1	3	2	3	5	5	18
2	4	2	4	4	4	18
3	4	2	5	4	4	19
4	4	3	4	4	4	19
5	5	5	4	5	4	23
6	5	5	5	5	5	25
7	4	4	4	3	4	19
8	5	4	4	4	4	21
9	5	5	5	5	5	25
10	4	2	3	4	4	17
11	5	5	5	5	5	25
12	5	3	5	5	4	22
13	5	5	5	5	5	25
14	3	2	3	4	4	16
15	4	4	4	4	4	20
16	5	3	5	4	4	21
17	4	3	4	3	4	21
18	4	3	5	4	4	20
19	3	1	3	3	3	13
20	4	4	4	4	4	20
21	4	4	4	4	4	20
22	4	4	4	4	4	20
23	5	3	4	4	4	20
24	4	4	4	4	4	20
25	3	3	4	4	4	18
26	2	4	3	4	4	17
27	5	3	4	4	4	20
28	5	4	4	4	4	21
29	5	5	5	5	5	25
30	4	4	4	4	4	20
31	3	3	3	4	4	17
32	5	5	5	5	5	25
33	4	4	4	4	4	20
34	4	4	4	4	4	20

35	4	3	4	4	4	19
36	4	3	4	4	4	19
37	5	5	5	5	5	25
38	3	3	3	4	3	16
39	3	3	4	4	4	18
40	5	3	4	4	4	20
41	4	4	4	4	4	20
42	5	5	5	5	5	25
43	4	4	5	4	4	21
44	5	5	5	5	5	25
45	4	3	4	4	4	19
46	4	3	4	4	4	19
47	4	3	4	4	4	19
48	5	5	5	5	5	25
49	5	3	5	4	5	22
50	4	3	4	4	4	19
51	5	3	5	5	3	21
52	4	2	4	3	2	15
53	5	5	5	5	5	25
54	4	3	3	4	4	18
55	4	4	4	4	4	20
56	4	5	4	4	4	21
57	5	5	5	5	5	25
58	5	5	5	5	5	25
59	5	5	5	5	5	25
60	4	4	4	4	4	20

PAREPARE

Lampiran 8 Dokumentasi :





BIODATA PENULIS



Regina nama panggilan gina. Saya lahir di kota Parepare 26 Oktober 2000. Anak ke 2 dari 4 bersaudara, dari pasangan Bpk Junadi dan Ibu Yuliana. Saat ini penulis tinggal di Btn Pondok Indah Soreang Kota Parepare. Pendidikan yang di tempuh penulis yaitu SD Negeri 10 Parepare 2012, SMP Negeri 1 Parepare lulus tahun 2015, dan SMK Negeri 3 Model Parepare tahun 2018. Hingga Kemudian melanjutkan Studi ke jenjang S1 di Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Kota Parepare dan memilih program studi ekonomi syariah. Dengan judul penelitian *“Pengaruh kualitas layanan terhadap loyalitas konsumen di cafe beringin tanggul cempae soreang Parepare.*