



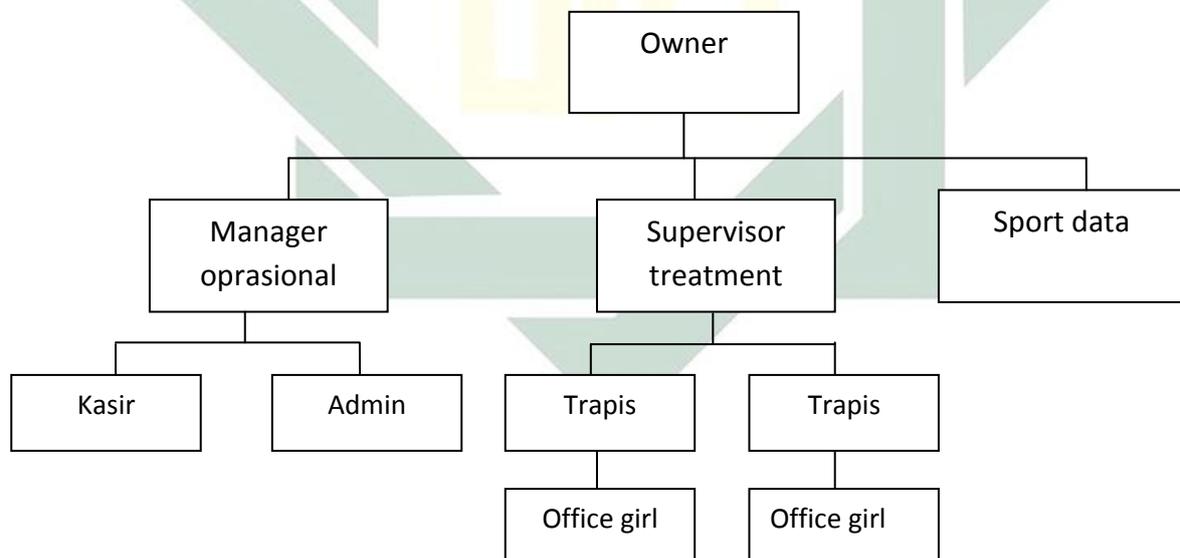


300.000; untuk menarik minat konsumen salon alfafa memberikan beberapa penawaran seperti *discount*, melakukan promosi melalui media sosial dan memberikan hadiah kepada pelanggan saat ada *event-event* tertentu.

Dalam rangka untuk meningkatkan kualitas pelayanan setiap minggu diadakan evaluasi kegiatan. Selain itu karyawan salon alfafa mengikuti *seminar*, dan pelatihan untuk menambah ilmu dan keahlian. Salon alfafa Salon & Spa Muslimah, terletak di Jl. Raya Menur 29D Surabaya. Jam operasional salon alfafa pada hari senin sampai minggu.

bagan 4.1

## Struktur organisasi

































Menjelaskan indikator *recommend friend* dengan pertanyaan “Anda akan mengajak teman, saudara dan rekan kerja untuk melakukan perawatan di alfafa salon dan spa muslimah”.sebesar 1,2% atau satu responden meberikan jawaban tidak setuju. Sebanyak 6 responden atau 7,2% memberikan jawaban ragu, 23,8% atau 20 responden memberikan jawaban sangat setuju dan sebanyak 57 responden atau 23,8% menjawab setuju.

### **3. Pengujian Validitas Dan Realibilitas**

#### **a. Pengujian Validitas**

Setelah semua angket dibagikan, langkah selanjutnya adalah melakukan tabulasi data, kemudian dilakukan uji validitas kemabali terhadap data yang diperoleh. Uji validitas ini dilakukan untuk menunjukkan sejauh mana alat ukur mampu mengukur apa yang ingin diukur.

Uji validitas dapat dilakukan dengan menggunakan alat bantu *SPSS 23 for windows*. Jika nilai signifikansi  $> 0,05$  maka tidak terjadi hubungan yang signifikan. Sedangkan apabila nilai signifikansi  $< 0,05$  maka terjadi hubungan yang signifikan. Instrumen penelitian dikatakan vali apabila nilai koefisien *korelasi product moment*  $> r_{\text{tabel}}$ , dimana nilai  $r_{\text{tabel}}$  dilihat dari tabel nilai  $r_{\text{tabel}}$  *product moment*. Berikut merupakan hasil uji validitas data :







2. Nilai konstanta 1,696 berarti nilai loyalitas pelanggan akan konstan sebesar 1,696 apabila tidak dipengaruhi oleh variabel kualitas pelayanan dan *brand image*. Sehingga dengan demikian variabel kualitas pelayanan dan *brand image* berperan penting terhadap meningkatkan dan menurunkan likuiditas loyalitas pelanggan.
3. Koefisien regresi variabel kualitas pelayanan ( $X_1$ ) sebesar 0,132 memberikan arti bahwa kualitas pelayanan memberikan pengaruh yang positif terhadap loyalitas pelanggan. Jika variabel independen lainnya nilainya tetap dan kualitas pelayanan mengalami peningkatan satu satuan maka nilai  $Y$  akan mengalami peningkatan sebesar 0,132. Kualitas pelayanan semakin meningkat maka loyalitas pelanggan akan mengikuti.
4. Koefisien regresi variabel *brand image* ( $X_2$ ) sebesar 0,994, artinya jika variabel independen lain nilainya tetap dan *brand image* mengalami kenaikan satu satuan maka variabel  $Y$  mengalami peningkatan sebesar 99,4%. Koefisien bernilai positif artinya terjadi hubungan yang positif antara *brand image* dengan loyalitas pelanggan.

### C. Uji Hipotesis

Pengujian hipotesis yang dilakukan dalam penelitian ini bertujuan untuk melihat hubungan variabel independen dengan variabel dependen. Pengujian hipotesis ini terdiri dari hipotesis secara serempak (simultan) dan sendiri-sendiri (simultan). Penjelasan dibawah ini akan menjelaskan hasil pengujian tersebut.











pengaruh terhadap loyalitas pelanggan dan tidak terdapat nilai yang signifikan terhadap loyalitas.

Menurut Kotler, pelanggan sering kali menarik kesimpulan mengenai suatu kualitas jasa atau pelayanan berdasarkan penilaian mereka terhadap tempat atau lokasi, orang, peralatan dan harga yang mereka lihat sebelum mereka untuk memutuskan melakukan pembelian kembali dimasa yang mendatang. Seseorang baru akan bisa melakukan penilaian terhadap kualitas ketika mereka sudah merasakan kualitas tersebut dan apa yang mereka pikir sesuai dengan kenyataan yang ada. Variabel kualitas pelayan tidak mempunyai hubungan signifikan terhadap loyalitas pelanggan bisa jadi dikarenakan pelanggan terlebih dahulu menetapkan harapan yang tinggi. Hal ini juga dijelaskan dalam pengukuran kualitas jasa model SERVQUAL didasarkan asumsi bahwa konsumen membandingkan kinerja atribut jasa (kehandalan, bukti fisik, daya tanggap, jaminan, empati, dan *technical quality*) dengan standar ideal untuk masing-masing atribut tersebut.

Penelitian yang dilakukan oleh Rizky Fajar Kusumo yang berjudul “Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan sebagai variabel media”, menunjukkan kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan. Penelitian ini tidak sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Rizky. Hal tersebut terjadi karena pelanggan tidak hanya memperhatikan kualitas pelayanan saja, melainkan juga melihat faktor-faktor lain. Faktor lain yang membuat pelanggan menjadi loyal



