ABSTRAK

Penelitian ini berjudul : "Pengaruh Figur Kyai dan Kualitas Layanan Terhadap Pengguna Jasa di Yayasan Al-Jihad Surabaya". Pada saat ini persaingan di dunia usaha menjadi ketat, baik usaha di bidang produk maupun jasa. Loyalitas konsumen menjadi aset yang berharga bagi para pelaku usaha. Sebagai lembaga yang bergerak di bidang jasa, dan juga karena persaingan yang kompetitif, pelayanan menjadi hal penting yang harus diperhatikan dalam menjalankan usaha di bidang jasa. Selain kualitas layanan adanya kelompok referensi juga yang berperan dalam mempertahankan konsumen. Yayasan Al-Jihad merupakan salah satu lembaga yang bergerak di bidang jasa. Selain dengan meningkatkan kualitas layanan adanya figur kyai sebagai kelompok referensi juga berperan dalam mempertahankan loyalitas pengguna jasa di Yayasan Al-Jihad.

Objek dalam penelitian ini adalah Figur Kyai (X1), Kualitas Layanan (X2) dan Loyalitas (Y). Jenis penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah figur kyai dan kualitas layanan mempunyai pengaruh pada loyalitas. Untuk membuktikan hipotesis tersebut maka digunakan analisis linier berganda dengan uji F dan t. Jumlah sampel dalam penelitian ini sebanyak 372 responden dengan menggunakan teknik *simple random sampling*. Teknik pengumpulan data dengan penyebaran kuesioner, wawancara dan dokumentasi. Sedangkan untuk pengujian instrumen menggunakan uji validitas, reliabilitas dan uji asumsi klasik.

Berdasarkan hasil perhitungan statistik diketahui bahwa nilai F_{hitung}>F_{tabel} yang dihasilkan sebesar 93,324 dengan F_{tabel} = 3,02. Jadi F_{hitung}>F_{tabel} dengan tingkat signifikansi sebesar 0,000 kurang dari 5%. nilai t_{hitung} yang dihasilkan 10,629 dengan t_{tabel} = 1,649. Jari t_{hitung}>t_{tabel} dengan tigkat signifikansi yang dihasilkan kurang dari 5% (sig = 0,000). Dengan demikian variabel figur kyai (X1) dan kualitas layanan (X2) berpengaruh positif dan signifikan secara parsial maupun simultan terhadap loyalitas(Y). Selain itu berdasarkan nilai R Square sebesar 0,0332 atau 33,2% dapat diketahui bahwa variabel loyalitas dapat dijelaskan oleh varibel figur kyai dan kualitas layanan adalah sebesar 33,2%. Dan sisanya sebesar 66,8% dijelaskan oleh faktor-faktor lain di luar penelitian. Dari tabel di atas, juga dapat dilihat bahwa nilai beta tertinggi yaitu figur kyai sebesar 0,455 dibandingkan dengan variabel kualitas layanan sebesar 0,303, hal ini menunjukkan bahwa figur kyai merupakan variabel independen yang paling dominan mempengaruhi loyalitas pengguna jasa di Yayasan Al-Jihad.

Berdasarkan hasil penelitian didapatkan bahwa figur kyai dan kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas baik secara parsial maupun simultan. Untuk membangun loyalitas dari konsumen, perusahaan harus memiliki hubungan yang baik dengan konsumen sehingga perusahaan dapat lebih memahami kebutuhan, keinginan dan harapan-harapan para konsumennya.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id