

ANALISIS PENGARUH KEPERCAYAAN DAN KEPUASAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PADA PT. AYU INDAH TOUR AND TRAVEL CABANG PAMBON, KECAMATAN BRONDONG, KABUPATEN LAMONGAN TAHUN 2021

Ratna Dilla¹, Muhammad Yusuf², Handaru Indrian Sasmito Adi³
Pendidikan Ekonomi, Universitas PGRI Ronggolawe Tuban
Email: ratnadillabrondong@gmail.com¹, ucupabubakar@gmail.com²,
handaru.indriansa89@gmail.com³

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kepercayaan dan kepuasan terhadap loyalitas pelanggan pada PT. Ayu Indah Tour and Travel Cabang Pambon. Data penelitian ini diperoleh dari kuesioner langsung dengan pihak terkait sesuai tujuan penelitian. Teknik analisisnya menggunakan regresi sederhana dan regresi berganda dengan uji hipotesis, yaitu uji F dan uji t. Jumlah sampel sebesar 90 karyawan dengan menggunakan metode proporsive sampling. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kepercayaan dan kepuasan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada PT. Ayu Indah Tour and Travel Cabang Pambon. Secara parsial, variabel kepercayaan merupakan variabel yang berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan. Dari penelitian ini diperoleh nilai R Square sebesar 0,570 atau 57,0%. Nilai ini mengandung arti bahwa pengaruh kepercayaan (X1), kepuasan (X2) terhadap loyalitas pelanggan (Y) sebesar 57,0% sisanya sebesar 43% dipengaruhi oleh variabel lain di luar penelitian ini.

Berdasarkan hasil pengujian dapat diketahui bahwa kepercayaan (X1) memiliki pengaruh loyalitas pelanggan (Y). Hal ini terbukti dari nilai t hitung Nilai thitung pada variabel kepercayaan 5.512 dimana nilai tersebut lebih besar dari ttabel 1,663 dengan nilai signifikan 0.000 lebih kecil dari signifikan 0,05. Hal ini menyatakan bahwa H0 ditolak dan H1 diterima. Dapat disimpulkan bahwa kepercayaan berpengaruh secara parsial terhadap loyalitas pelanggan pada PT. Ayu Indah Tour and Travel Cabang Pambon. Berdasarkan hasil pengujian dapat diketahui bahwa Nilai thitung pada variabel kepuasan adalah 5.049 dimana nilai tersebut lebih besar dari ttabel 1,663 dengan nilai signifikan 0.000 lebih kecil dari signifikan 0,05. Hal ini menyatakan bahwa H0 ditolak dan H1 diterima. Dapat disimpulkan bahwa kepuasan secara parsial terhadap loyalitas pelanggan pada PT. Ayu Indah Tour and Travel Cabang Pambon.

Berdasarkan hasil pengujian dapat diketahui bahwa Fhitung sebesar 57.643 dimana nilai tersebut lebih besar dari pada Ftabel 3,21. Dengan nilai signifikan $0.000 < 0,05$. Hal ini menyatakan bahwa H0 ditolak dan H1 diterima. Dapat disimpulkan bahwa kepercayaan dan kepuasan secara simultan berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan pada PT. Ayu Indah Tour and Travel Cabang Pambon.

Kata Kunci: Kepercayaan, Kepuasan, Loyalitas Pelanggan

PENDAHULUAN

Di era Perkembangan dunia bisnis yang begitu cepat menuntut perusahaan untuk semakin ketat dan kreatif agar dapat bertahan dan tetap melakukan kegiatan usahanya. Untuk melakukan kegiatan persaingan terutama para pelaku sektor transportasi jasa melakukan usaha-usaha dengan memberikan keunggulan dan menawarkan kualitas layanan yang bermutu yang dapat memberikan kepercayaan dan kepuasan bagi para pelanggannya. Selain salah satu strategi yang tepat untuk bertahan dari persaingan tinggi dalam dunia usaha bisnis

saat ini adalah dengan mempertahankan loyalitas pelanggan.

Menurut Deng et al (2010) bahwa loyalitas pelanggan mengacu pada komitmen pelanggan untuk melakukan pembelian berulang yang konsisten terhadap merek atau layanan yang disukai, terlepas dari upaya situasional yang mendukung serta peran untuk memengaruhi terjadinya pengalihan (switching behavior). Loyalitas pelanggan merupakan faktor yang sangat penting untuk diperhatikan bagi seorang pemasar dalam kegiatan bisnis. Seorang pemasar sangat

mempertahankan pelanggannya dalam waktu yang lama. Pelanggan yang loyal akan memberikan dampak positif bagi perusahaan. Dengan kata lain pelanggan yang loyal terhadap suatu produk maka akan sangat setia dan puas terhadap produk tersebut.

Kepuasan merupakan perasaan seseorang yang berasal dari perbandingan antara kesan terhadap kinerja (atau hasil) suatu produk atau harapan-harapannya. Jika kinerja berada dibawah harapan, pelanggan tidak puas. Jika kinerja memenuhi harapan, pelanggan puas.

Dari beberapa perusahaan berfokus pada kepuasan tinggi karena para pelanggan yang hanya merasa puas mudah untuk berubah pikiran bila mendapat tawaran yang lebih baik. Pihak perusahaan harus memperhatikan pelanggan ketidakpuasan pelanggan yang disebabkan oleh harapan pelanggan yang tidak sesuai dengan yang diharapkan pelanggan sehingga pelanggan merasa tidak puas.

Jika Perusahaan dinyatakan bijaksana kalau mengukur kepuasan pelanggannya secara teratur, karena kunci untuk mempertahankan pelanggan adalah kepuasan. Pelanggan yang sangat puas umumnya lebih setia, membeli lebih banyak ketika perusahaan memperkenalkan jasa baru dan meningkatkan yang ada, membicarakan hal-hal yang menyenangkan tentang perusahaan.

Tidak banyak memberi perhatian pada pesaing dan sedikit biaya untuk melayani pelanggan ketimbang pelanggan baru karena transaksinya bersifat rutin.

ketika konsumen mempercayai sebuah perusahaan mereka akan lebih suka melakukan pembelian ulang dan membagi informasi pribadi yang berharga kepada perusahaan tersebut (Prasaranphanich 2007:231).

PT. Ayu indah ini merupakan salah satu perusahaan yang bergerak dibidang tour and travel yang termasuk dalam jenis usaha kecil menengah yang bisa menentukan perkembangan perekonomian bangsa juga bisa mengurangi pengangguran yang terjadi, terutama di Kecamatan Brondong. Perusahaan ini melayani jasa perjalanan yang melayani persewaan mobil, dan bus pariwisata juga

melayani jasa penjualan tiket berbagai macam penerbangan.

PT. Ayu indah Tours and Travel menyadari bahwa pelanggan itu adalah raja sehingga selalu memberikan pelayanan yang sebaik mungkin kepada pelanggan dengan selalu ramah dan dengan bahasa yang mudah dimengerti oleh konsumen. Selalu memberikan informasi yang dibutuhkan pelanggan dan memenuhi semua kepuasan dan kepercayaan dalam pelanggan dalam hal jasa yang disediakan perusahaan supaya sesuai dengan keinginan dari pelanggan. Dari kepuasan dan kepercayaan pelanggan dapat dirasakan setelah pelanggan membandingkan pengenalan dalam melakukan penyewaan barang atau jasa dari penjual atau penyedia barang atau jasa dengan harapan produk atau jasa yang dibeli atau yang disewanya dapat memenuhi rasa puas dari mereka sendiri.

Berikut ini merupakan hasil wawancara dari perusahaan PT. Ayu Indah Tour and Travel Cabang Pambon menyatakan bahwa pertumbuhan bisnis Tour and Travel di Cabang pambon mengalami penurunan pada Tahun 2021 berjumlah 1.172 pelanggan. Artinya bahwa pada tahun 2021 banyak kendala yaitu pelanggan masih keberatan dengan harga tarif bus, adanya dampak penyebaran wabah virus corona (Covid-19) sehingga terdapat pengurangan pelanggan. Kurangnya keamanan dan kenyamanan penumpang bus pada PT. Ayu indah

Berdasarkan berbagai latar belakang yang telah dijelaskan di atas, maka penulis untuk meneliti mengenai loyalitas pelanggan di PT. Ayu indah Tour and Travel dan untuk mengevaluasi betapa pentingnya kepercayaan dan kepuasan pelanggan pada PT. Ayu indah tour and Travel dalam upaya untuk meningkatkan loyalitas pelanggan yang nantinya akan berpengaruh pada kelangsungan hidup perusahaan maka perlu dilakukan penelitian dengan judul : **“Pengaruh Kepercayaan dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Pelanggan Di PT. AYU INDAH Tour and Travel Cabang Pambon, Kecamatan Brondong, Kabupaten Lamongan”**

A. Rumusan Masalah

Bedasarkan latar belakang masalah di atas maka rumusan masalahnya sebagai berikut:

1. Apakah kepercayaan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan di PT. Ayu Indah Tour And Travel Cabang Pambon Kecamatan. Brondong Kabupaten Lamongan ?
2. Apakah kepuasan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan di PT. Ayu Indah Tour And Travel Cabang Pambon Kecamatan. Brondong Kabupaten Lamongan ?
3. Apakah kepercayaan dan kepuasan secara simultan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan di PT. Ayu Indah Tour And Travel Cabang Pambon Kecamatan. Brondong Kabupaten Lamongan ?
4. Apakah kepercayaan dan kepuasan yang berpengaruh paling dominan terhadap loyalitas pelanggan pada PT. Ayu Indah Tour And Travel Cabang Pambon Kecamatan. Brondong Kabupaten Lamongan ?

B. Tujuan Penelitian

Sesuai dengan masalah yang dikemukakan sebelumnya, tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mendeskripsikan pengaruh kepercayaan terhadap loyalitas pelanggan di PT. Ayu Indah Tour and Travel Cabang Pambon Kecamatan. Brondong Kabupaten Lamongan
2. Untuk mendeskripsikan pengaruh kepuasan terhadap loyalitas pelanggan di PT. Ayu Indah Tour And Travel Cabang Pambon Kecamatan. Brondong Kabupaten Lamongan
3. Untuk mengkaji pengaruh kepercayaan dan kepuasan terhadap loyalitas pelanggan di PT. Ayu Indah Tour And Travel Cabang Pambon

Kecamatan. Brondong
Kabupaten.Lamongan

4. Untuk mengetahui pengaruh kepercayaan dan kepuasan yang paling dominan terhadap loyalitas pelanggan di PT. Ayu Indah Tour and Travel Cabang Pambon Kecamatan Brondong Kabupaten. Lamongan

METODOLOGI PENELITIAN

1) Jenis penelitian

Penelitian ini merupakan jenis penelitian kuantitatif. penelitian kuantitatif merupakan penelitian yang menekankan pada pengujian teori yang melalui pengukuran variabel penelitian dengan bentuk angka-angka. Metode penelitian ini yaitu dengan menggunakan metode korelasional. Penelitian korelasi merupakan suatu penelitian yang digunakan untuk menentukan hubungan antara dua variabel atau lebih tanpa ada upaya untuk mengetahui variabel tersebut sehingga tidak terdapat manipulasi variabel.

2) Lokasi dan Waktu penelitian

a. Lokasi penelitian

Penelitian ini dilakukan di perusahaan PT. Ayu Indah Tour and Travel yang terletak di Dusun Pambon, Desa Brengkok, Kecamatan, Brondong, Kabupaten, Lamongan.

Pemilihan lokasi dilakukan sengaja karena dengan pertimbangan kesediaan perusahaan untuk memberikan informasi yang diperlukan sesuai dengan penelitian.

b. Waktu penelitian

Penelitian ini dilakukan selama bulan-bulan yaitu dihitung sejak penelitian ini telah disetujui untuk diteliti lebih lanjut.

3) Populasi Dan Sampel

a. Populasi

Populasi merupakan wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.

Jadi populasi bukan hanya orang tetapi juga obyek dan benda-benda alam yang lain. Populasi juga bukan sekedar jumlah yang ada pada obyek atau subyek yang dipelajari tetapi

meliputi seluruh karakteristik sifat yang dimiliki oleh subyek atau obyek itu.

Populasi dalam penelitian ini adalah pelanggan perusahaan PT. Ayu indah tour and travel Desa Pambon, Kecamatan Brondong, Kabupaten Lamongan sebanyak 1,172 orang.

b. Sampel

Menurut (Sugiyono, 2013:149) menyatakan Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Untuk menentukan berapa minimal sampel yang dibutuhkan, jika ukuran populasi diketahui maka dapat digunakan rumus slovin sebagai berikut (Sugiono, 2010:87)

$$n = \frac{N}{1 + N(e)^2}$$

Keterangan :

n : jumlah sampel yang diperlukan
 N : ukuran populasi

E : Standar kesalahan sampel (sampling error), biasanya 10% Populasi berjumlah 1,172 orang, sehingga jumlah sampel adalah :

$$n = \frac{1,172}{1 + 1,172(0,1)^2}$$

$$= \frac{1,172}{1 + 1,172 \times 0,01}$$

$$= \frac{1,172}{1,012}$$

$$= 115,81 \approx 116$$

4) Jenis Dan Sumber Data

a. Data primer

Data primer adalah data yang langsung dari sumber data yang dikumpulkan secara khusus dan berhubungan langsung dengan permasalahan yang diteliti. Pada penelitian ini data primer yang diperlukan dalam penelitian ini dengan metode survey menggunakan kuesioner yang terstruktur yang diberikan langsung kepada pelanggan PT. Ayu Indah Tour and Travel cabang pambon.

b. Data Sekundur

Data sekunder adalah data yang tidak didapatkan secara langsung oleh peneliti tetapi diperoleh dari

data yang dimiliki oleh perusahaan, studi kepustakaan, jurnal penelitian, majalah-majalah, serta penelusuran internet situs website yang berhubungan dengan permasalahan yang sedang diteliti.

5) Teknik Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan metode angket berupa kuesioner dan dokumentasi, kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangka pertanyaan atau pernyataan tertulis secara terstruktur yang disebarkan kepada seluruh responden untuk dijawabnya dengan tujuan memperoleh data mengenai objek penelitian.

Sedangkan dokumentasi merupakan ditujukan untuk memperoleh data langsung dari tempat penelitian, meliputi buku-buku yang relevan, laporan kegiatan, foto-foto.

6) Instrumen/ Parameter Penelitian Instrumen penelitian ini yang digunakan dalam penelitian berupa angket atau kuesioner yang dibuat oleh peneliti.

sistem yang digunakan dalam penelitian ini dimaksud untuk menghasilkan data yang akurat yaitu dengan menggunakan skala *likert*. Skala likert digunakan untuk mengukur suatu sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang suatu fenomena sosial. pada penelitian ini peneliti menggunakan jenis instrumen angket atau kuesioner dengan pemberian skor sebagai berikut :

1. SS : Sangat setuju Diberi skor 5
 2. S : Setuju Diberi skor 4
 3. RG : Ragu-ragu Diberi skor 3
 4. TS : Tidak setuju Diberi skor 2
 5. STS : Sangat tidak setuju Diberi skor 1
- Agar mendapatkan sebuah hasil penelitian yang valid atau tidaknya data sangat menentukan bermutu atau tidaknya data tersebut bergantung kepada instrumen yang digunakan yakni asas validitas dan realibilitas.

7) Teknik Analisis Data

Teknik analisis data dalam penelitian ini adalah berupa analisis regresi linier berganda dengan menggunakan *software* SPSS 16.0.

Dalam proses pertama kali mengumpulkan data adalah melakukan penentuan indikator penelitian dan membuat butir-butir pernyataan dan melakukan uji coba instrumen. Dalam uji coba ini kuesioner dibagikan kepada 90 pelanggan. Dan di uji menggunakan uji validitas dan uji reliabilitas. Hasil uji validitas instrumen pada butir-butir pernyataan semua valid. Sedangkan hasil uji reliabilitas bahwa nilai

reliabilitas variabel Kepercayaan (X1) adalah 0,812. Untuk nilai reliabilitas Kepuasan (X2) adalah 0,882. Dan nilai reliabilitas variabel Loyalitas Pelanggan (Y) adalah 0,893. Dengan ini disimpulkan bahwa nilai *Cronbach's Alpha* masing-masing variabel > 0,6 yang artinya hasil penelitian tersebut *reliable*.

Selain uji validitas dan reliabilitas. Penelitian ini menggunakan uji asumsi klasik yang meliputi (1) uji normalitas, bahwa nilai Asymp. Sig (2- tailed) adalah 0,356 menunjukkan bahwa data tersebut berdistribusi normal dikarenakan nilai signifikansinya lebih besar dari 0,05. (2) uji multikolinearitas bahwa nilai VIF untuk kedua variabel independen adalah 1,363 kurang dari 10, nilai *tolerance* kedua variabel independen 0,734 juga lebih besar dari 0,1. Berdasarkan dari hasil tersebut dapat ditarik kesimpulan bahwa semua variabel yang terdiri dari kepercayaan dan kepuasan tidak terdapat gejala multikolinearitas.

(3) uji heteroskedastisitas bahwa titik-titik menyebar dan tidak teratur. Hal ini disimpulkan bahwa tidak terjadi adanya gejala heteroskedastisitas dalam penelitian ini.

Dalam penelitian ini juga menggunakan uji hipotesis dimana uji hipotesis meliputi uji regresi berganda, uji t dan uji F.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Regresi berganda

Hasil analisis regresi berganda diperoleh hasil-hasil penelitian dari 90 responden

pada PT. Ayu Indah Tour and Travel Cabang Pambon, Kecamatan Brondong,

Kabupaten Lamongan. Data tersebut bisa dilihat pada tabel berikut ini :

Tabel 1.
Hasil Analisis Regresi Berganda
Coefficients^a

| Model | Unstandardized | | t | Sig. |
|-------|----------------|--------------|-------|------|
| | Coefficients | Standardized | | |
| | B | Std. Error | Beta | |
| 1 | (Constant) | | 1.396 | |
| 2.460 | | .568 | .572 | |
| | Kepercayaan | .535 | .097 | .452 |
| 5.512 | | .000 | | |
| | Kepuasan | .383 | .076 | .414 |
| 5.049 | | .000 | | |

persamaan regresi di atas dapat dijelaskan sebagai berikut :

- Nilai konstanta sebesar 1.396 nilai konstanta tersebut menunjukkan nilai yang positif. Dapat diartikan apabila tidak dipengaruhi variabel independen kepercayaan dan kepuasan, maka keputusan Loyalitas Pelanggan akan tetap ada sebesar 1.396
- Nilai koefisien regresi untuk variabel kepercayaan menunjukkan nilai positif sebesar 0.535. Hal ini berarti kepercayaan pelanggan memberikan arah yang positif terhadap loyalitas pelanggan pada pelanggan PT. Ayu Indah Tour and Travel dan jika kepercayaan ditingkatkan satu satuan maka loyalitas pelanggan akan meningkat sebesar 0.535.
- Nilai koefisien regresi untuk variabel kepuasan menunjukkan nilai positif sebesar 0.383. Hal ini berarti bahwa kepuasan pelanggan memberikan arah yang positif terhadap loyalitas pelanggan pada pelanggan PT. Ayu Indah Tour and Travel dan jika kepuasan pelanggan ditingkatkan satu satuan maka loyalitas pelanggan akan meningkat sebesar 0.383.

Tabel 2. Uji t Coefficients^a

| Model | Unstandardized Coefficients | | T |
|-------|-----------------------------|------------|-------|
| | Standardized Coefficients | Beta | |
| | B | Std. Error | Sig. |
| 1 | (Constant) | | 1.396 |
| .568 | | .572 | 2.460 |
| | Kepercayaan | .535 | .097 |
| 5.512 | | .000 | .452 |

Kepuasan .383 .076 .414
 5.049 .000

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan bahwa penelitian uji t adalah sebagai berikut :

- a. Nilai thitung pada variabel kepercayaan 5.512 dimana nilai tersebut lebih besar dari ttabel 1,663 dengan nilai signifikan 0.000 lebih kecil dari signifikan 0,05. Hal ini menyatakan bahwa H₀ ditolak dan H₁ diterima. Dapat disimpulkan bahwa kepercayaan berpengaruh secara parsial terhadap loyalitas pelanggan pada PT. Ayu Indah Tour and Travel Cabang Pambon.
- b. Nilai thitung pada variabel kepuasan adalah 5,049 dimana nilai tersebut lebih besar dari ttabel 1,663 dengan nilai signifikan 0.000 lebih kecil dari signifikan 0,05. Hal ini menyatakan bahwa H₀ ditolak dan H₁ diterima. Dapat disimpulkan bahwa kepuasan secara parsial terhadap loyalitas pelanggan pada PT. Ayu Indah Tour and Travel Cabang Pambon.

Tabel. 3 uji F

| ANOVA ^b | | | |
|--------------------|----------------|----|---------|
| Model | Sum of Squares | df | |
| Mean Square | F | | |
| Sig. | | | |
| 1 Regression | 967.313 | 2 | 483.656 |
| | 57.643 | | .000a |
| Residual | 729.976 | 87 | 8.391 |
| Total | 1697.289 | 89 | |

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat bahwa Fhitung sebesar 57.643 dimana nilai tersebut lebih besar dari pada Ftabel 3,21. Dengan nilai signifikan 0.000 < 0,05. Hal ini menyatakan bahwa H₀ ditolak dan H₁ diterima. Dapat disimpulkan bahwa kepercayaan dan kepuasan secara simultan berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan pada PT. Ayu Indah Tour and Travel Cabang Pambon.

PEMBAHASAN

1. Pengaruh Kepercayaan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada PT. Ayu Indah Tour and Travel Cabang Pambon

Dari penelitian variabel kepercayaan ini diperoleh hasil analisis statistik deskriptif dari jawaban responden melalui angket variabel kepercayaan menunjukkan bahwa kepercayaan termasuk kategori **Baik**. Dari rumusan masalah pada bab sebelumnya, bahwa dari hasil uji hipotesis dengan melakukan uji t, menyatakan bahwa kepercayaan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas pelanggan. hal ini disebabkan karena nilai thitung dari data uji t sebesar 5,512, sedangkan nilai ttabel adalah 1,663.

Untuk mengetahui nilai ttabel dicari pada distribusi r tabel statistik dengan signifikan 5% dengan menggunakan rumus derajat bebas (df)= n (jumlah responden)-k(jumlah variabel)-1 (90-2-1) = 87, dimana nilai thitung harus lebih besar dari ttabel dengan sig < 0,05. Dilihat dari uji t pada variabel kepercayaan adalah 5,512 > 1,663 dengan sig 0,000 < 0,05. Hal ini dapat diartikan bahwa kepercayaan secara individual mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada PT. Ayu Indah Tour and Travel Cabang Pambon.

2. Pengaruh Kepuasan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada PT. Ayu Indah Tour and Travel Cabang Pambon.

Dari penelitian variabel kepuasan ini diperoleh hasil analisis statistik deskriptif dari jawaban responden melalui angket variabel kepercayaan menunjukkan bahwa kepercayaan termasuk kategori **Baik**. Dari rumusan masalah pada bab sebelumnya, bahwa dari hasil uji hipotesis dengan melakukan uji t, menyatakan bahwa kepuasan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas pelanggan. hal ini disebabkan karena nilai thitung dari data uji t sebesar 5,509, sedangkan nilai ttabel adalah 1,663.

Untuk mengetahui nilai ttabel dicari pada distribusi r tabel statistik dengan signifikan 5% dengan menggunakan rumus derajat bebas (df)= n (jumlah responden)-k(jumlah

variabel)-1 (90-2-1) = 87, dimana nilai thitung harus lebih besar dari ttabel dengan $\text{sig} < 0,05$. Dilihat dari uji t pada variabel kepercayaan adalah $5,512 > 1,663$ dengan $\text{sig} 0,000 < 0,05$. Hal ini dapat diartikan bahwa kepuasan secara individual mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada PT. Ayu Indah Tour and Travel Cabang Pambon.

3. **Pengaruh Kepercayaan Dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada PT. Ayu Indah Tour and Travel Cabang Pambon.** Dari hasil variabel kepercayaan dan kepuasan ini menunjukkan dari rumusan masalah pada bab sebelumnya, bahwa dari hasil uji hipotesis dengan melakukan uji F, menyatakan variabel kepercayaan dan variabel kepuasan terhadap loyalitas pelanggan terdapat pengaruh positif dan signifikan secara simultan terhadap loyalitas pelanggan. Hal ini disebabkan karena nilai Fhitung adalah 57,643 sedangkan nilai Ftabel adalah 3,21. Untuk mengetahui Ftabel dicari pada distribusi r tabel statistik dengan signifikan 5% dengan rumus $F_{\text{tabel}} = k(\text{jumlah variabel}) : n(\text{jumlah responden}) - k$ dan angka yang dimasukkan adalah $(2 : 90 - 2) = 44$. Dimana Fhitung harus lebih besar daripada Ftabel dengan signifikan $< 0,05$.

Dilihat dari hasil uji F adalah $57,643 > 3,21$ dengan signifikan $0,000 < 0,05$. Hal ini dapat diartikan bahwa kepercayaan dan kepuasan secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada PT. Ayu Indah Tour and Travel Cabang Pambon. Loyalitas Pelanggan pada hakikatnya merupakan hasil interaksi antara berbagai faktor diantaranya kepercayaan dan kepuasan.

4. **Pengaruh Yang Paling Dominan Antara Kepercayaan Dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada PT. Ayu Indah Tour and Travel Cabang Pambon.**

Dari hasil penelitian ini menunjukkan dari rumusan masalah pada bab sebelumnya, bahwa dari hasil uji hipotesis dengan melakukan uji regresi berganda, uji t dan uji F. Untuk mengetahui variabel mana yang paling dominan adalah dengan membandingkan nilai beta. Jika nilainya semakin kisan 0 hingga 1 maka variabel tersebut yang paling dominan. Dalam penelitian ini variabel yang berpengaruh paling dominan terhadap loyalitas pelanggan adalah kepercayaan. Hal ini disebabkan karena nilai beta pada uji regresi berganda adalah 0,452. Artinya nilai beta punya kisaran 0 hingga 1, Dimana semakin mendekati 1 maka semakin berdampak besar signifikansinya dari 0,05.

KESIMPULAN

- a. Maka dapat diambil kesimpulan bahwa kepercayaan terhadap loyalitas pelanggan. Dengan nilai thitung $5,512 > \text{ttabel } 1,663$. Hal ini menunjukkan bahwa nilai kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada PT. Ayu Indah Tour and Travel Cabang Pambon
- b. Maka dapat diambil kesimpulan bahwa kepuasan terhadap loyalitas pelanggan. Dengan nilai thitung $5,509 > \text{ttabel } 1,663$. Hal ini menunjukkan bahwa nilai kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada PT. Ayu Indah Tour and Travel Cabang Pambon.
 - c. Maka dapat diambil kesimpulan bahwa kepercayaan dan kepuasan terhadap loyalitas pelanggan. Dengan nilai Fhitung $57,643 > \text{Ftabel } 3,21$. Hal ini menunjukkan bahwa nilai kepercayaan dan kepuasan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada PT. Ayu Indah Tour and Travel Cabang Pambon.
 - d. Maka dapat diambil kesimpulan bahwa kepercayaan dan kepuasan yang paling dominan adalah

kepercayaan. Dengan nilai beta 0,452 dimana nilai tersebut dinyatakan yang paling kisaran 0 hingga 1

SARAN

- a. PT. Ayu Indah Tour and Travel Cabang Pambon perlu meningkatkan kepercayaan dan kepuasan kepada konsumen, sebaiknya pihak travel memberikan informasi yang jelas serta menambah karyawan agar konsumen tidak terlalu lama menunggu informasi demi kepercayaan dan kepuasan.
- b. Ada pula konsumen yang beranggapan ketika melakukan perjalanan yang diberikan kurang sesuai dengan yang diharapkan mereka. Tetapi ada juga konsumen yang beranggapan merasa puas dengan pelayanan yang diberikan kepada PT. Ayu Indah Tour and Travel. Hal ini menjadi masukan bagi PT. Ayu Indah Tour and Travel untuk terus meningkatkan kepercayaan dan kepuasan kepada konsumen agar pelayanan menjadi lebih baik lagi dan konsumen selalumerasa percaya dan puas.
- c. Perlunya dilakukan penelitian lain mengenai pengaruh kepercayaan dan kepuasan terhadap loyalitas pelanggan dengan memberikan tambahan variabel-variabel lain, dan objek yang berbeda ataupun sampel yang lebih luas.

DAFTAR PUSTAKA

- Akbar & Parvez (2009:26). Impact For Service Quality, Trust And Customer Satisfaction On Costomer loyalty. *ABAC Journal*. Vol. 29 No. 1. Januari, 24-38
- Alrubaiee & al-nazer (2010). Investigate The Impact Of Relationship Marketing Orientation On Customer loyalty: The Customer's Perspective. *International journal of marketing...*, Vol. 2 No. 1, pp 155-174
- Deng et al (2010). Understanding Customer Satisfaction And loyalty:

An Empirical Study Of Mobile Instant Message In China. *International journal of information management*, Vol. 30, No. 4, pp: 289-300

Ghozali, (2008). *Structural Equation Modelling*, Edisi II, Universitas Diponegoro, Semarang.

Ghozali, (2011 : 105-106). *Aplikasi Nalisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Ghozali, (2009). *Aplikasi Analisis Multivariate* dengan program SPSS. Penerbit: Universitas Diponegoro. Semarang

Ghozali, (2006). *Aplikasi Analisis Multivariate* dengan program SPSS (Edisi ke 4). Semarang: Bandung Penerbit Universitas Diponegoro

Hurriyati, Ratih. (2010). *Bauran Pemasaran Dan Loyalitas Konsumen*. Bandung: ALFABETHA.

Irawan (2004:37). 10 Prinsip Kepuasan Pelanggan. Cetakan Kelima. Jakarta: Elex Media Komputindo

Ishaq et al. (2014). Role Of Corporate Image, Product Quality And Customer Value In Customer Loyalty: Intervening Effect Of Customer Satisfaction. *Journal of basic and applied scientific resarch*. 4 (4): 89-97.

Khan, (2012). Determinants of Customer Satisfaction in Fast Food Industry, *Internasional Journal of Management and Strategy*, vol. 3.

Kotler, P. & Keller, K.L. (2010). *Manajemen Pemasaran Jilid 2-13/E*. Jakarta: Erlangga

Prasaranphanich, (2007:231), *Perilaku Konsumen, Analisis Model Keputusan*, Penerbitan Universitas Atma Jaya Yogyakarta, Yogyakarta.

Philip Kotler, 2002, Manajemen Pemasaran, Edisi Millenium, Jilid 2, PT Prenhallindo, Jakarta

Sangadji dan sopiah (2013:201). *Prilaku Konsumen: Pendekatan Praktis Disertai: Himpunan Jurnal Penelitian*. Yogyakarta: Penerbitan Andi.

Santoso, (2012). *Panduan Lengkap SPSS Versi 20*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.

Sugiarto, Sitinjak. (2006). Lisrel. Edisi Pertama. Cetakan Pertama Yogyakarta: Penerbit Graha Ilmu.

Sugiono, (2013), *metodelogi penelitian kuantitatif, kualitatif dan R&D*. (Bandung: ALFABETA)

Sugiono. (2010). *Statistika Untuk Penelitian*. Bandung: Alfabeta

Willam N. (2003) Analisis Kebijakan Publik. Gadjah Mada.

Yamit (2013). Manajemen Kualitas Produk & Jasa. Yogyakarta: Ekonisia