

**ANALISIS PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, KUALITAS PRODUK,  
KOMITMEN PELANGGAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN DENGAN  
KEPERCAYAAN PELANGGAN SEBAGAI VARIABEL MODERASI  
(Survei tentang UD Gas Elpiji Restuaji Surakarta)**

***ANALYSIS ON THE INFLUENCES OF SERVICE QUALITY, PRODUCT QUALITY,  
AND CUSTOMER COMMITMENT ON CUSTOMER LOYALTY AND  
CUSTOMER TRUST AS A MODERATING VARIABLE  
(A Survey in UD Gas Elpiji Restuaji Surakarta)***

Oleh :  
Y. Djoko Suseno<sup>1)</sup> dan Alwi Suddin<sup>2)</sup>

<sup>1,2)</sup> Program Studi Magister Manajemen Universitas Slamet Riyadi Surakarta  
e-Mail <sup>1)</sup> Djokosuseno7@gmail.com  
<sup>2)</sup> a. [Suddin@yahoo.co.id](mailto:Suddin@yahoo.co.id)

**ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis (1) Menganalisis signifikansi pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas UD Gas elpiji Restuaji Surakarta. (2) Menganalisis signifikansi pengaruh kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan UD Gas elpiji Restuaji Surakarta. (3) Menganalisis signifikansi pengaruh komitmen pelanggan terhadap loyalitas pelanggan UD Gas elpiji restuaji Surakarta. (4) Menganalisis kepercayaan pelanggan dalam memoderasi pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan UD Gas elpiji restuaji Surakarta (5) Menganalisis kepercayaan pelanggan dalam memoderasi pengaruh kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan UD Gas elpiji Restuaji Surakarta (6) Menganalisis kepercayaan pelanggan dalam memoderasi pengaruh komitmen pelanggan terhadap loyalitas pelanggan UD Gas elpiji Restuaji Surakarta.

Lokasi penelitian di Wilayah Surakarta dan sekitarnya. Populasi penelitian sebanyak 100 orang yang sekaligus dijadikan sebagai sampel penelitian. Dengan teknik populasi atau sensus. Jenis data menggunakan data kualitatif dan data kuantitatif. Sumber data menggunakan dokumentasi, observasi dan kuesioner. Teknik analisis menggunakan uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, regresi linier berganda, uji t, uji F, Koefisien determinasi dan uji selisih mutlak.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan UD Gas Restuaji Surakarta, yang ditunjukkan dengan  $P\text{ value } 0,000 < 0,05$  Kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan UD Gas elpiji Restuaji Surakarta yang ditunjukkan  $p\text{ value } 0,000 < 0,05$ , Komitmen Pelanggan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan UD Gas elpiji Restuaji Surakarta, yang ditunjukkan Kepercayaan pelanggan memoderasi pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan UD Gas elpiji Restuaji Surakarta, yang ditunjukkan  $p\text{ value } 0,000 < 0,05$ . Kepercayaan pelanggan memoderasi pengaruh kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan UD Gas elpiji Restuaji Surakarta, yang ditunjukkan  $p\text{ value } 0,000 < 0,05$  Kepercayaan pelanggan memoderasi pengaruh komitmen pelanggan terhadap loyalitas pelanggan UD Gas elpiji Restuaji Surakarta, yang ditunjukkan  $p\text{ value } 0,000 < 0,05$

Kata kunci : *Kualitas Pelayanan, Kualitas produk, Komitmen pelanggan, kepercayaan pelanggan dan loyalitas pelanggan.*

## ABSTRACT

*This research aims to: (1) analyze the significance of influence of service quality on loyalty in UD Gas Restuaji Surakarta, (2) analyze the significance of influence of product quality on customer loyalty in UD Gas Restuaji Surakarta, (3) analyze the significance of influence of customer commitment on customer loyalty in UD Gas Restuaji Surakarta, (4) analyze the customer trust in moderating the influence of service quality on customer loyalty in UD Gas Restuaji Surakarta, (5) analyze the customer trust in moderating the influence of product quality on customer loyalty in UD Gas Restuaji Surakarta UD Gas Restuaji Surakarta, and (6) analyze the customer trust in moderating the influence of customer commitment on customer loyalty in UD Gas Restuaji Surakarta UD Gas Restuaji Surakarta.*

*The location of research is in Surakarta and around it. The research population is as many as 100 people who are also made as the research sample using the population technique and census. Kind of data used qualitative and quantitative data. The data source used documentation, observation, and questionnaire. The technique of analysis used the validity test, reliability test, classical assumption test, multiple linear regression, t test, F test, coefficient of determination, and absolute difference test.*

*The results of the research showed that the service quality significantly influenced the customer loyalty in UD Gas Restuaji Surakarta UD Gas Restuaji Surakarta which showed by P value  $0,000 < 0,05$ . The product quality significantly influenced the customer loyalty in UD Gas Restuaji Surakarta UD Gas Restuaji Surakarta which showed by P value  $0,000 < 0,05$ . The customer commitment significantly influenced the customer loyalty in UD Gas Restuaji Surakarta UD Gas Restuaji Surakarta which showed by the customer trust moderated the influence of service quality on the customer loyalty in UD Gas Restuaji Surakarta UD Gas Restuaji Surakarta which showed by P value  $0,000 < 0,05$ . The customer trust moderated the influence of the customer commitment on the customer loyalty in UD Gas Restuaji Surakarta UD Gas Restuaji Surakarta which showed by P value  $0,000 < 0,05$ .*

*Keywords: Service quality, Product quality, Customer commitment, Customer trust and Customer loyalty.*

## PENDAHULUAN

Pada era globalisasi batasan Negara relatif longgar dan terjadi peningkatan lalu lintas barang dan jasa serta modal dan manusia, hal ini karena dipicu oleh adanya perubahan teknologi komunikasi dan informasi. Sejalan dengan perkembangan ekonomi teknologi dan budaya di era modern ini, penggunaan Gas Elpiji menjadi kebutuhan yang dianggap penting bagi sebagian masyarakat khususnya kebutuhan rumah tangga.

Perusahaan dalam mengeluarkan produk Gas Elpiji sebaiknya disesuaikan dengan selera konsumen yang selalu membutuhkan dalam memperlancar kebutuhan dapur rumah tangga. Maka dari itu sangat penting bagi perusahaan untuk mengetahui karakteristik konsumen agar dapat memuaskan konsumennya. Perilaku konsumen dapat didefinisikan sebagai Kegiatan-kegiatan individu yang secara langsung terlibat dapat mendapatkan dan mempergunakan barang-barang dan jasa-

jasa, termasuk didalamnya proses pengambilan keputusan pada persiapan dan peentuan kegiatan tersebut” Basu Sawasta, 2005:105) Dengan memahami perilaku konsumennya, maka perusahaan dapat menyediakan produk atau jasa dibutuhkan oleh konsumennya.

Dal;am menarik konsumen, pemilik bisnis berusaha sebaik mungkin memberikan segala yang terbaik untuk memenuhi loyalitas pelanggan. Pentingnya loyalitas Pelangan dalam pemasaran tidak diragukan lagi. Loyalitas pelanggan mempunyai peranan penting dalam sebuah perusahaan, memmpertahankan pelanggan berarti mampu mempertahankan kelangsungan hidup sebuah perusahaan.

Loyalitas Pelanggan, merupakan tiket menuju sukses semua bisnis. Pihak-pihak yang dikategorikan sebagai pelanggan setia memakai adalah mereka yang sangat puas dengan produk tertentu sehingga mempunyai antusiaasme untuk memperkenalkannya kepada siapapun yang mereka kenal. Selajutnya pada tahap berikutnya pelanggan yang loyalitas tersebut akan memperluas kesetiaan mereka kepada produk buatan produsen yang sama. Pada akhirnya mereka adalah konsumen yang setia kepada produsen tertentu untuk selamanya ( Sait, 2000)

Loyalitas pelanggan mencerminkan niat berperilaku konsumen atas produk atau jasa perilaku mana berkemungkinan menghasilkan pembelian ulang dimasa mendatang atau pembaharuan kontrak jasa atau sebaliknya. Perilaku itu juga aeberapa mungkin pelanggan akan beralih ke penyedia layanan atau merek lainnya, serta seberapa mungkin pelanggan akan memamerikan informasi yang positif kepada pihak lain. (Hadi, 2002) Dalam jangka panjang kesetiaan pelanggan menjadi tujuan bagi perencanaan pasar strategik. Selain itu juga dijadikan dasar untuk membangun keunggulan bersaing yang berkelanjutan (Nunryadi, 2003)

Kualitas Pelayanan :*Service* merupakan bagian yang paling penting dari kegiatan pemasran produk. Pihak konsumen menuntut pula bagaimana pelayanan purna jual dari produk yang dibelinya (Triyana, 2000) Menurut Mowen (Prabowo, 2002) pengertian kualitas pelayanan merupakan evaluasi konsumen tetang kesempurnaan kinerja layanan. Kualitas pelayanan bersifat dinamis yaitu berubah menurut tuntutan pelanggan. Loyalitas pelanggan adalah positif seseorang akan suatu produk tertentu lewat pemakian/pengguna kembali produk/jasa yang sama. Hal ini dapat dijelaskan bahwa loyalitas pelanggan

berkaitan dengan kesetiaan seseorang terhadap suatu produk/jasa yang ditunjukkan oleh kecenderungan konsumen untuk mengulangi penggunaan/pemakaian terhadap produl/jasa tersebut.

**Kualitas Produk** : didefinisikan sebagai sesuatu yang dapat ditawarkan ke dalam pasar untuk diperhatikan, dimiliki, dipakai atau dikonsumsi sehingga dapat memuaskan keinginan atau kebutuhan (Kotler, 2000) Sebuah produk adalah sesuatu yang dimiliki nilai di pasar sasaran (*target market*) dimana kemampuannya memberikan manfaat dan kepuasan (Hadi, 2002) Setiap consume pasti akan menyukai produk dengan kulaitas, kinerja dan pelengkap inovatif yang terbaik. Jika kualitas produk yang dihasilkan oleh perusahaan dapat memnuhi kepuasan selera pelanggan, maka produk-produk perusahaan akan selalu diminati dan dicari pelanggan (Probawo, 2003)

**Komitmen Pelanggan**: Mengartikan komitmen sebagai suatu keyakinan oleh seorang partner pertukaran bahwa hubungan yang terus-menerus denga partner lain adalah begitu pentingnya sehingga memerlukan usaha maksimal untuk memeliharanya.(Hermawan, 2004) Komitmen didefinisikan sebagai sikap dan tingkah laku yang mencerminkan

keeratan hubungan antara dua pihak yang semakin mendekati keduanya menjadi satu kesatuan bagian. Komitmen adalah hasrat abadi untuk memrpertahankan sebuah nilai hubungan komitmen merupakan salah satu aspek dalam hubungan pemasaran yang merupakan komitmen merupakan salah satu aspek dalam hubungan pemasaran yang meruapakna keinginan untuk membangun hubungan yang kelanjutan dan bernilai (Hermawan, 2004)

Komitmen menciptakan kondisi tertentu, yang kemudian akan mendorong tindakan untuk memastikan kelanjutan hubungan. Dengan demikian komitmen berorientasi jangka panjang (Heidi Ganesan dalam indarjo, 2003)

**Kepercayaan Pelanggan** : Kepercayaan timbul dari suatu poses yang lama, Apabila kepercayaan timbul antara pelanggan dan perusahaan, maka usaha untuk membina hubungan kerjasama akan lebih mudah. Kepercayaan ditunjukkan oleh suatu kredibilitas yang diperoleh dari pihak lain karena memiliki keahlian yang dihekendaki untuk melakukan suatu tugas Kepercayaan juga dapat diperoleh karena melakukan sesuatu hal yang terbaik kepada pihak lain melalui suatu hubungan . Tingkat kepercayaan dapat diukur melalui beberapa faktor, antara lain

kejujuran dalam bertransaksi, tanggung jawab perusahaan terhadap konsumen.

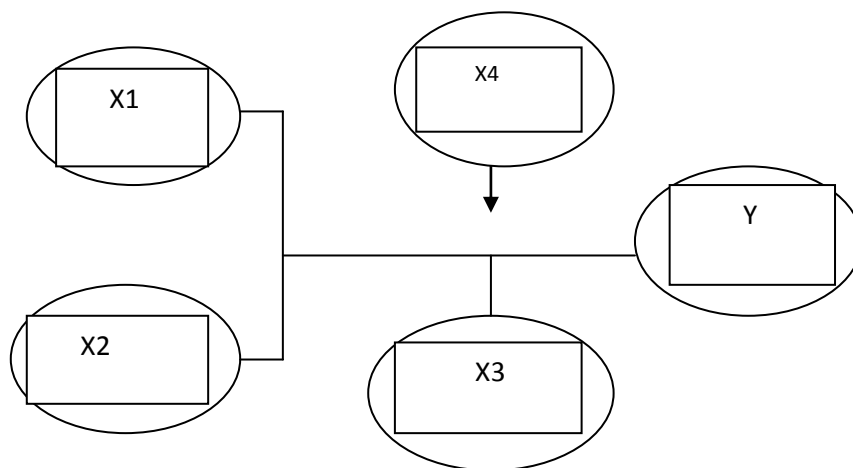
Dari pemaparan latar belakang yang singkat tersebut, tentunya dapat meimbulkan cara pandang atau persepsi yang berbeda tentang apa yang dilihat atau didalammnya antara pengguna Gas Elpiji. Dari segi kualitas pelayanan, kulaitas produk dan komitmen pelanggan, maka penulis tertarik untuk mengangkat dalam sebuah judul penelitian : **ANALISIS PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, KUALITAS PRODUK, KOMITMEN PELANGGAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN DENGAN KEPERCAYAAN PELANGGAN SEBAGAI VARIABEL MODERASI**’.

**LUARAN**

Luaran penelitian dan kontribusi penelitian ini: Luaran penelitian ini adalah artikel yang dipublikasikan pada jurnal nasional yang terakreditasi yaitu **JURNAL SISTEM PERBANAS, STIE PERBANAS SURABAYA**. Luaran tambahan berupa **Buku Ajar Manajemen Perbankan**

Kontribusi penelitian ini adalah memberikan pemahaman teoritis dan metodologis tentang berbagai faktor yang berdampak terhadap perilaku pembelian konsumen khususnya mengenai pembelian Gas Elpiji. Memberikan acuan bagi penelitian dalam pengembangan penelitian tentang strategi marketingnya.

### **KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS**



**GAMBAR 1  
KERANGKA PEMIKIRAN**

Keterangan:

Variabel Independen : Kualitas pelayanan (x1) , Kualitas produk (x2), Komitmen Pelanggan (x3)

Variabel dependen : Loyalitas pelanggan ( Y )

Variabel Moderasi : Kepercayaan pelanggan (x4)

H1 :.Kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas Pelanggan UD Gas Elpiji

Restu aji Surakarta

H2:..Kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Pelnggan UD Gas Elpiji

Restu aji Surakarta

H3:.. Komitmen Pelanggan berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan UD Gas

elpiji Restu Aji Surakarta

H4:.. Kepercayaan Pelanggan memoderasi pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas

pelanggan UD Gas elpiji Restu Aji Surakarta.

H5: Keperyaaan Pelanggan memoderasi pengaruh kualitas produk terhadap loyalitas

pelanggan UD Gas elpiji Restu Aji Surakarta.

H6:.. Kepercayaan Pelanggan memoderasi pengaruh komitmen Pelanggan terhadap loyalitas pelanggan UD Gas elpiji Restu aji Surakarta.

## **METODE PENELITIAN**

Metode penelitian menggunakan metode survey, jenis data yang digunakan adalah data kualitatif dan data kuantitatif, sumber data yang digunakan data primer dan data skunder. Populasi dalam penelitian ini adalah para pelanggan rumah tangga yang membeli/memakai gas elpiji Restuaji Surakarta. Sugiyono, 2010 jumlah sampel yang digunakan sebanyak 100 responden, dengan teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian adalah metode *Accidental sampling*. Metode pengumpulan data yang digunakan : kuesioner, observasi dan dokumentasi.

Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner, observasi dan dokumentasi. Uji instrument penelitian menggunakan uji validitas dengan korelasi product moment. Peson dan uji reliabilitas menggunakan cronbach alpha. Uji asumsi klasik menggunakan uji Multikolieritas, Uji hetroskedastisitas, Uji Normalitas dan uji Autokorelasi. Analisis data menggunakan analisis jalur Selisih Mutlak.

## **DEFINISI OPERASIONAL DAN PENGEMBANGAN ALAT UKUR**

Variabel penelitian adalah suatu atribut atau sifat nilai dari obyek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu

yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan ditarik kesimpulannya ( Sugiyono, 2010)

#### Variabel terikat (dependent variables)

Variabel terikat adalah variabel yang menjadi pusat perhatian utama peneliti. Hakekat

sebuah masalah mudah terlihat dengan mengenali berbagai variabel terikat yang digunakan dalam sebuah model. Variabilitas dari atau factor inilah yang berusaha untuk dijelaskan oleh seorang peneliti (Ferdinand, 2008)

Dalam penelitian yang menjadi variabel terikat adalah Loyalitas Pelanggan (Y)

Indikator : adalah, Niat untuk berkunjung lagi, berani membayar lebih, membeli lebih merekomendasikan kepada orang lain, berbicara positif terhadap produk atau perusahaan, tidak terpengaruh daya tarik pesaing lain.

#### Variabel bebas ( Independent variables)

Kualitas pelayanan : yang baik menggunakan biaya operasional lebih efisien, karena permintaan akan barang dan jasa dapat meningkat dan hasil adalah loyalitas pelanggan semakin

terpenuhi, serta dapat meningkatkan partisipasi masyarakat/elanggan dalam mekanik (Farida Jasfar, 2005: 106) Indikator kualitas pelayanan antara lain: keandalan, ketanggapan, perhatian, jaminan dan, produk fisik.

Kualitas Produk: Kualitas adalah suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa manusia ,proses dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan (Fandy Tjiptono dan Anastasia Diana, 2005: 4)

Indikator yang digunakan untuk mengukur kualitas produk adalah : bahan baku produk, manfaat produk, jaminan keamanan produk, model produk, dan informasi tentang produk.

Komitmen Pelanggan Komitmen adalah hasrat abadi untuk mempertahankan sebuah nilai hubungan. Komitmen merupakan salah satu aspek dalam hubungan pemasaran yang merupakan keinginan untuk membangun hubungan yang berkelanjutan dan bernilai (Hermawan, 2004) Menurut Indarjo (2002)

Indikator : Afektif commitment, Harapan kelanjutan hubungan,

harapan yang pasti, kemauan untuk berinvestasi.

Kepercayaan Pelanggan: kepercayaan ditunjukkan oleh suatu kredibilitas yang diperoleh dari pihak lain karena memiliki keahlian yang dikehendaki untuk melakukan suatu tugas. Kepercayaan yang dapat diperoleh karena melakukan sesuatu hal yang terbaik kepada pihak lain melalui hubungan. (Hermawan, 20014

Indikator :Tingkat kepercayaan dapat diukur melalui beberapa indikator, antara lain tingkat kejujuran dalam bertransaksi, tanggung jawab perusahaan terhadap konsumen

Penelitian ini menggunakan data yang bersumber dari data primer, yaitu data yang diperoleh secara langsung dari responden melalui jawaban kuesioner. Teknik pengumpulan data menggunakan skala Likert lima poin yaitu : mulai dari sangat setuju ( SS =5) Setuju (S = 4), Netral (N =3), ,Tidak Setuju (TS = 2) dan Sangat Tidak Setuju (STS=1) Pengujian validitas instrument dilakukan dengan menggunakan rumus Korelasi Pearson. Kreteria pengujiannya menggunakan tingkat signifikansi  $\alpha = 0,05$ . Butir instrumrn dinyatakan valid jika menghasilkan  $p\ value < 0,05$ . Pengujian

reliabilitas menggunakan rumus Cronbach Alpha dengan bantuan *Software SPSS 21 for Windows*. Menurut Nunally suatu konstruk dikatakan reliabel apabila hasil pengujian menghasilkan *Cronbach Alpha*  $> 0,60$  sebaliknya suatu konstruk dinyatakan tidak reliabel apabila menghasilkan *Cronbach Alpha*  $< 0,60$

Teknik analisis data menggunakan :

#### 1.Uji asumsi Klasik

##### a...Uji Multikolieritas

Untuk mrnguji apakah model regresi ada atau tidak korelasi antar variabel

bebas. Jika nilai *tolerance*  $> 0,10$  dan *VIF*, tidak terjadi multikoliaritas.

##### b .Uji Heteroskedastisitas

Untuk menguji apakah model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari

residual satu pengamatan ke pengamatan lain. Digunakan uji Glesjer. *P Value*  $>$

0,05 tidak terjadi hetriskedastisitas, jika *p value*  $< 0,05$  terjadi heteroskedastisitas.

##### c.. Uji Normalitas

Digunakan uji Kolmogorov, yaitu jika  $p > 0,05$  sebesar data didistribusi normal jika *p value*  $< 0,05$  sebaran dan



data tidak berdistribusi normal, (Iman Gozhali. 2013:106)

d.. Uji Autokorelasi

Untuk menguji apakah antar residual terdapat korelasi. Dengan uji *runs test*,

bila *p value* > 0,05 tidak terjadi outokorelasi, jika *p value* < 0,05 terjadi

**HASIL PENELITIAN**

1..Karakteristik responden

Adapun karakteristik responden yang dijadikan sampel penelitian adalah seperti tabel 1 berikut:

Tabel 1. Gambaran Umum Karakteristik REsponden

Karakteristik	Keterangan	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
Jenis kelamin	Pria	45	45,00
	Wanita	55	55,00
	Total	100,0	100.
Tingkat Pendidikan	SD	-	0,00
	SMP	4	3,00
	SMA	27	27,00
	Akademi	28	26,00
	S1	35	38,00
	S2	6	6,00
	Lainnya	-	-
	Total	100	100
Tingkat pekerjaan	TNI	15	15,00
	PNS	13	13,00
	Swasta	14	14,00
	Pedagang	23	23,00
	Wiraswasta	20	20,00
	Lain-lain	15	15,00
		Total	100
Tingkat Usia	< 30 tahun	43	43,00
	35 – 45 tahun	38	38,00
	> 45 tahun	19	19,00
	Total	100	100

2. Hasil Uji Instrumen

Hasil uji validitas mengenai variabel yaitu kualitas Pelayanan (x1) sebanyak 5 item kuesioner dinyatakan

valid karena *p-value* <0,05, kualitas produk (x2) sebanyak 5 item kuesioner dinyatakan valid karena *p-value* , 0,05 dan komitmen pelanggan (x3) sebanyak 5

item kuesioner dinyatakan valid karena  $p$ -value  $< 0,05$  Kepercayaan pelanggan (x4) sebanyak 5 item kuesioner dinyatakan valid karena  $p$ -value  $< 0,05$  Loyalitas pelanggan (Y) sebanyak 5 item kuesioner dinyatakan valid karena  $p$ -value  $< 0,05$

Hasil uji reliabilitas mengenai variabel kualitas pelayanan (x1) sebesar 0,649), kualitas produk sebesar 0,696, komitmen pelanggan sebesar (0,669) dan kepercayaan pelanggan sebesar 0,663 loyalitas pelanggan ( Y) sebesar 0,693

menunjukkan nilai yang reliable karena nilai Cronbach's Alpha  $> 0,60$ .

### 3. Hasil Uji Asumsi Klasik

Untuk mengetahui apakah model regresi linier ganda dalam penelitian ini benar-benar menunjukkan hubungan yang signifikan dan representative atau BLUE (Best Liner Unbiased Estimator ) dilakukan pengujian asumsi klasik dengan hasil seperti tabel 2 di bawah ini..

Tabel 2 : Hasil Uji Asumsi Klasik

Uji Asum Klasik Kesimpulan	Hasil Uji	
Uji Multikolinearitas	Tolerance : ((0,357),(0,517),(0,580), ( 0,580) (0,427) $> 0,1$	Tak ada
Uji Heteroskedastisitas	VIF ( 2.804) ( 1,934) (1,724,( 2.344) $< 10$ p( 0,57) P (0,73) p(0,136)p(0,0,067) $> 0,05$	Tidak terjadi
Uji Autokorelasi	p ( 0,109, p (0,158) p ( 0,212) $> 0,05$	Tidak ada
Uji Normalitas	P (0,083) $> 0,05$ p (( 0,076) $> 0,05$	Residual

Sumber : Pengelolaan data sekunder 2017

Tabel 3 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

Variabel	B	t	Sig
Constant	2.145	1.032	
X1	0.092	0,777	0,0617
X2	0,819	1.134	0,0000
X3	0,138	0,313	0,2120
X4	0,144	0,975	0,3323

Adjusted R Square = ,679  
 F- hitung = 30,929  
 Sig F = 0,0000

4. Analisis Regresi Linier Berganda.

Analisis ini digunakan untuk menguji pengaruh variabel bebas yaitu kualitas pelayanan ( $x^1$ ), Kualitas produk ( $x^2$ ), Komitmen Pelanggan ( $x^3$ ) terhadap variabel terikat yaitu Loyalitas pelanggan (y).

Berdasarkan hasil analisis regresi linier berganda diperoleh persamaan garis regresi sebagai berikut:

$$Y = 2.146 + 0,820 X1 + 0,819 X2 + 0,332 X3 + 0.144 + e$$

Interprestasi dari persamaan regresi tersebut adalah :

a. : 2,146 artinya jika kualitas pelayanan ( $X^1$ ) kualitas produk ( $x^2$ ), Komitmen pelanggan ( $x^3$ ) sama dengan nol, maka loyalitas pelanggan (Y) adalah.

b.  $B1 = 0.820$  artinya pengaruh variabel kualitas pelayanan ( $x^1$ ) terhadap loyalitas pelanggan positif, artinya apabila kualitas pelayanan ditingkatkan, maka dapat meningkatkan loyalitas pelanggan (Y), dengan asumsi variabel kualitas pelayanan ( $x^2$ ) dianggap tetap.

c.  $B2 = 0.819$  artinya pengaruh variabel kualitas produk ( $x^2$ ) terhadap loyalitas pelanggan positif, artinya apabila kualitas produk diperhatikan maka dapat meningkatkan loyalitas pelanggan (y), dengan asumsi variabel komitmen pelanggan ( $x^3$ ) dianggap tetap.

d.  $B3 = 0,332$  artinya pengaruh variabel komitmen pelanggan ( $x^3$ ) terhadap loyalitas pelanggan positif artinya apabila komitmen pelanggan ditingkatkan maka dapat meningkatkan loyalitas pelanggan (Y) dengan asumsi variabel

kepercayaan pelanggan dianggap tetap.

- e.  $B_4 = 0,144$  artinya pengaruh variabel kepercayaan pelanggan ( $x_4$ ) terhadap loyalitas pelanggan positif artinya apabila kepercayaan pelanggan ditingkatkan maka dapat meningkatkan loyalitas pelanggan ( $Y$ ) dianggap tetap.

Adapun hasil analisis uji t adalah :

- a. Pengujian signifikan pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan/ Hasil analisis diperoleh  $p$ -value sebesar  $0,771 > 0,05$  maka  $H_0$  ditolak berarti ada pengaruh yang signifikan kualitas pelayanan ( $x_1$ ) terhadap loyalitas pelanggan ( $Y$ ) sehingga hipotesis yang menyatakan bahwa Ada pengaruh yang signifikan kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan UD Gas Elpiji Restuaji Surakarta terbukti kebenarannya.
- b. Pengujian signifikan pengaruh kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan. Hasil analisis diperoleh  $p$ -value sebesar  $10,552 > 0,05$  maka  $H_0$  ditolak berarti ada pengaruh yang signifikan kualitas produk ( $x_2$ ) terhadap loyalitas pelanggan ( $Y$ ) sehingga hipotesis yang

menyatakan bahwa ada pengaruh yang signifikan kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan UD Gas Elpiji Restuaji Surakarta terbukti kebenarannya.

- c. Pengaruh signifikan pengaruh komitmen pelanggan terhadap loyalitas pelanggan Hasil analisis diperoleh  $p$ -value sebesar  $0,323 > 0,05$  maka  $H_0$  ditolak berarti ada pengaruh yang signifikan komitmen pelanggan ( $x_3$ ) terhadap loyalitas pelanggan ( $Y$ ) sehingga hipotesis yang menyatakan bahwa ada pengaruh yang signifikan komitmen pelanggan terhadap loyalitas pelanggan UD Gas Elpiji Restuaji Surakarta terbukti kebenarannya.
- d. Pengaruh signifikan pengaruh kepercayaan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan. Hasil analisis diperoleh  $p$ -value sebesar  $0,144 > 0,05$  maka  $H_0$  ditolak berarti ada pengaruh yang signifikan kepercayaan pelanggan ( $x_4$ ) terhadap loyalitas pelanggan ( $Y$ ) sehingga hipotesis yang menyatakan bahwa ada pengaruh yang signifikan kepercayaan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan UD Gas Elpiji Restuaji Surakarta . terbukti kebenarannya.

## 5 Uji F ( Uji Ketepatan Model

Hasil analisis diperoleh *p-value* sebesar  $0,000 < 0,05$  maka  $H_0$  ditolak berarti model yang digunakan untuk menguji pengaruh variabel bebas yaitu kualitas pelayanan, ( $x^1$ ) kualitas produk, ( $x^2$ ) komitmen pelanggan ( $x^3$ ) terhadap variabel terikat yaitu loyalitas pelanggan (Y) sudah tepat. model)

Hasil analisis diperoleh *p-value* sebesar  $30,929 > 0,05$  maka  $H_0$  maka  $H_0$  ditolak berarti model yang digunakan untuk menguji pengaruh variabel bebas yaitu kualitas pelayanan ( $x^1$ ) dan kualitas produk ( $x^2$ ), komitmen pelanggan ( $x^3$ ) Kepercayaan pelanggan ( $x^4$ ) terhadap variabel terikat yaitu loyalitas pelanggan (Y) sudah tepat.

## 6. Koefisien Determinasi

Dari hasil perhitungan diperoleh nilai adjusted R Square = 0,679 berarti diketahui bahwa pengaruh yang diberikan oleh variabel bebas yaitu : kualitas pelayanan ( $x^1$ ) ,kualitas produk ( $x^2$ ) ,komitmnrn pelanggan, kepercayaan pelanggan ( $x^4$ ) terhadap variabel terikat yang yaitu loyalitas pelanggan (Y) sebesar 67,9 % sedangkan sisanya (  $100\% - 679\% = 36,1\%$  ) dipengaruhi oleh factor-faktor lain diluar variabel yang diteliti.

## 7 Uji Selissih Mutlak

Uji nilai selisih mutlak bertujuan untuk menguji apakah kepercayaan pelanggan ( $x^4$ ) memoderasi pengaruh kualitas pelayanan ( $x^1$ ) , Kualitas produk ( $x^2$ ) ,komitmen pelanggan ( $x^3$ ) terhadap loyalitas pelanggan (Y) Berdasarkan hasil analisis data diperoleh koefisien regresi nilai absolute perbedaan antara Z  $x^1$  Z  $x^4$  sebesar sebesar dan  $x^1$  dan  $x^4$  sebesar 0,045 dengan *p-value* sebesar 0,034. Dengan 0,034, 0,030, 0,024  $< 0,05$ . Dengan demikian maka dapat disimpulkan bahwa variabel kepercayaan pelanggan memoderasi pengaruh variabel kualitas pelayanan ( $x^4$ ) terhadap loyalitas pelanggan (Y).

Adapun hasil analisis uji t adalah :

a. Pengujian signifikansi pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan. Hasil

analisis diperoleh *p-value* sebesar  $0,00 < 0,05$  maka  $H_0$  ditolak berarti ada pengaruh yang signifikan kualitas pelayanan ( $x^1$ ) terhadap loyalitas pelanggan, sehingga hipotesis yang menyatakan bahwa : ada pengaruh yang signifikan kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan pada UD Gas elpiji restuaji Surakarta : terbukti kebenarannya.

b. Pengujian signifikansi pengaruh kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan.

Hasil analisis diperoleh  $p$  – value sebesar  $.. < 0,05$  maka  $H_0$  ditolak berarti ada pengaruh yang signifikan kualitas produk ( $x^2$ ) terhadap loyalitas pelanggan (Y), sehingga hipotesis yang menyatakan bahwa “ Ada pengaruh yang signifikan kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan UD Gas Elpiji Surakarta, terbukti kebenarannya.

c. Pengujian signifikansi pengaruh komitmen pelanggan terhadap Loyalitas pelanggan.

Hasil analisis diperoleh  $p$ - value sebesar  $0,000 < 0,05$  maka  $H_0$  ditolak berarti ada pengaruh yang signifikan kualitas pelayanan ( $x^1$ ), Kualitas produk ( $x^2$ ), Komitmen pelanggan ( $x^3$ ) terhadap loyalitas pelanggan, sehingga hipotesis yang menyatakan bahwa ada “ pengaruh yang signifikan kualitas pelayanan, kualitas produk, komitmen pelanggan terhadap loyalitas pelanggan UD Gas elpiji Restuji Surakarta, terbukti kebenarannya.

Tabel 6 Hasil Uji Nilai Selisih Mutlak

Variabel	Koefisien	t	sig
(Constant)	2.753	1.595	0.041
Zscore : Kualitas Pel	0,048	0,268	0,036
Zsrore Kualitas Produk	0,180	1,074	0,015
Zsroe : Komitmen Pelang	0.228	1,460	0,030

Sumber : Data penelitian diolah 2017

Dari analisis di atas maka hipotesis yang menyatakan :

1. Ada pengaruh yang signifikan kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan UD Gas elpiji Restuaji Surakarta.
2. Ada pengaruh yang signifikan kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan UD Ga elpiji Restuaji Surakarta.
3. Ada pengaruh yang signifikan komitmen pelanggan terhadap loyalitas pelanggan UD Gas elpiji Restuaji Surakarta.

loyalitas pelanggan UD Gas elpiji Restuaji Surakarta.

4. Kepercayaan pelanggan memoderasi pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan UD Gas Elpiji Restuaji Surakarta
5. Kepercayaan pelanggan memoderasi pengaruh kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan UD Gas elpiji Restuaji Surakarta.
6. Kepercayaan pelanggan memoderasi pengaruh komitmen pelanggan terhadap loyalitas pelanggan UD Gas Elpiji Restuaji Surakarta.

Berdasarkan hasil analisis tersebut menunjukkan bahwa Kepercayaan pelanggan memoderasi ,pengaruh variabel kualitas pelayanan , kualitas produk dan komitmen pelanggan Terhadap lolyaltas pelanggan UD Gas Elpiji Restuaji Surakarta., Sehingga hipotesis yang menyatakan bahwa : “ Ada pengaruh yang signifikan kualitas pelayanan ,kualitas produk, komitmen pelanggan terhadap loyalitas pelanggan UD Gas elpiji Restuaji Surakarta terbukti kebenarannya. Terbukti kebenarannya.

## KESIMPULAN

Hasil penelitian diperoleh kesimpulan Pengujian pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan diperoleh kesimpulan ada pengaruh yang signifikan kualitas pelayanan ( $x^1$ ) terhadap loyalitas pelanggan (Y), sehingga hipotesis yang menyatakan bahwa “ aAda pengaruh yang signifikan kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan UD Gas Elpiji Restuaji Surakarta terbukti kebenarannya. Pengujian pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan. Pengujian pengaruh kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan diperoleh kesimpulan ada pengaruh yang signifikan kualitas produk ( $x^2$ ) terhadap loyalitas pelanggan (Y) sehingga hipotesis yang menyatakan bahwa “ Ada pengaruh yang signifikan kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan UD Gas Elpiji Restuaji Surakarta terbukti kebenarannya. Pengujian pengaruh komitmen pelanggan terhadap loyalitas pelanggan diperoleh kesimpulan ada pengaruh yang signifikan komitmen pelanggan ( $x^3$ ) terhadap loyalitas pelanggan (Y) sehingga hipotesis yang menyatakan bahwa “Ada pengaruh yang signifikan komitmen pelanggan UD Gas Elpiji Restuaji Surakarta terbukti kebenarannya.

Hasil analisis diperoleh kesimpulan bahwa variabel Kepercayaan pelanggan ( $x^4$ ) memoderasi pengaruh variabel kualitas pelayanan ( $x^1$ ), kualitas produk ( $x^2$ ), Komitmen pelanggan ( $x^3$ ) terhadap loyalitas pelanggan (Y) dengan demikian hipotesis penelitian yang berbunyi “ Kepercayaan pelanggan memoderasi pengaruh kualitas pelayanan, kualitas produk, komitmen pelanggan terhadap loyalitas pelanggan pada UD Gas Elpiji Restuaji Surakarta terbukti kebenarannya.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Augusty Ferdinand, MBA 2006, *Metode Penelitian Manajemen*, Badan Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang.
- Akmad Mardalis, 2006, “Meraih Loyalitas Pelanggan” *Jurnal BENEFIK*. Vol 9 (2) Desember, Hal. 111- 119
- Arifianto, Yuniar, 2006, *Analisis pengaruh kualitas pelayanan, kualitas produk, kepercayaan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan dengan kualitas komitmen pelanggan sebagai variabel moderasi*, Tesis, Pascasarjana, Universitas Diponegoro, Semarang.
- Assegaff, M. 2000 *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Pada Perusahaan Penerbangan P T Garuda )* *Jurnal Ekonomi dan Bisnis* Vol 10, No 2. JuliHal 171-186
- Bloemer, J. dan Ruyter, K. (1997) “ *On the Relationship between Store Image, Store Satisfaction and Store Loyalty* “ *European Journal of Marketing* Vol.32 No 5/6.p.499-513.
- Bharadwaj, S.G. Varadarajan, P.R Fahy, J, 2000 *Sustainable Competitive Advantage in Service Industries A. Conceptual Model and Research Propositions*, *Journal of Marketing*, 57,83-100
- Chang, Nai-Jen dan Fong, Cher- Min, 2010, “ *Green Product Quality, Green Corporate Image, Green Customer Satisfaction, And Green Customer Loyalty*” *African Journal of Business Management*, Vol 4 (13), 4 Oktober, pp. 2836-2844)
- Cheng, Shih-1, 2011, *Comparison of Competing Models between Attitudinal Loyalty and Behavioral loyalty* “ *International Journal of Business and Social Science*, Vo 2 (10) June, pp. 149-166
- Iman Ghazali, 2005 *Analisis Multivariate dengan program SPSS*, Semarang Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hanlon, B. Target, B. 2011 “ *Samples and Populations*” *Article Department of Statistics University of Wisconsin Madison*, September, pp, 1-21



- Hutasoit, C.S. 2011 *Pelayanan Publik Teori dan Apikasi* Jakarta MAGNA Script Publising
- Istanto, John Hendra dan Tyra Maria Josephine 2011 *Analisis Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Rumah Makan K"* Jurnal Ekonomi dan Informasi Akuntansi Vol 1 No 3
- Kotler, Philip 1998 *Manajemen Pemasaran Analisis Perencanaan Implementasi dan Pengendalian* Jakarta : Prehalindo.
- Kaithatu. Thomas Stefanus 2008 *Analisis Kesenjangan Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Konsumen Pengunjung Hotel Bintang 4 Tunjungan Surabaya.* Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan Vol 10 No.1
- Mosabah, R., Mohammad, O dan Ramayah, T, 2010 "Service Quality, Customer Satisfaction and Loyalty; A Test of Mediation ", Journal International Business Resaearch, Vol.3(4), Oktober, pp. 72-80
- Risch, Ernest H, 1998, *Retail Merchindising*, Bantam Books, New York.
- Suharsimi, 2006 *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek* , Jakarta Rineka Cipta.
- Prasetyo, Bambang dan Lina Miftahul Jannah, 2005 *Metode penelitian kuantitatif Teori dan Aplikasi* . Jakarta PT Raja Grafindo Persada.
- Yohanes Djoko Suseno, 2005 *Metode Penelitian Bisnis dan Aplikasi* Fakultas Ekonomi UNISRI Surakarta
- Windarti, Gusti Ayu Oka. 2012 *Pengaruh Kualitas Pelayanan Jasa Terhadap Kepuasan Nasabah Pada PT Bank Negara Indonesia (Pesero) Kantor Cabang Utama (KCU) Palembang* Jurnal Ekonomi dan Akuntan Vol.2, No 1.