

## PENGARUH KUALITAS LAYANAN DAN KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN SMA MENTARI BANGSA

Nicholas Sergio<sup>1)</sup>, Sutarno Sutarno<sup>2)</sup>, Dewi Anggraini<sup>3)</sup>

<sup>1), 2), 3)</sup> Politeknik Cendana, Medan, Indonesia

<sup>1)</sup> Nicholas\_Sergio@gmail.com

<sup>2)</sup> Sutarnoss123@gmail.com

<sup>3)</sup> Dewifar.27@gmail.com

Korespondensi author: Nicholas\_Sergio@gmail.com

### ARTICLE HISTORY

Received [26 April 2024]

Accepted [31 Desember 2024]

**Kata kunci** : Kualitas Pelayanan, Kepuasan Konsumen, Loyalitas Konsumen

### ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui Pengaruh Kualitas Layanan Dan Kepuasan Konsumen Terhadap Loyalitas Konsumen SMA Mentari Bangsa. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan metode deskriptif, jenis penelitian ini adalah data kuantitatif, data primer yang diperoleh melalui kuesioner. Populasi penelitian yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah seluruh siswa SMA Mentari Bangsa yang berjumlah sebanyak 247 siswa. Dikarenakan seluruh jumlah populasi yang hanya berjumlah 247 siswa akan digunakan sebagai sampel, maka teknik pengambilan sampel yang akan digunakan adalah teknik Slovin dengan tingkat kepercayaan 90% dan tingkat error 10% dimana didapatkan sebanyak 71 sampel penelitian. Teknik analisis yang digunakan adalah analisis linier sederhana dan uji statistik yaitu uji-t (parsial) dengan menggunakan *software* SPSS (*statistical package for the social sciences*). Hasil pengujian yang menunjukkan bahwa Kualitas Layanan secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Konsumen SMA Mentari Bangsa. Kepuasan Konsumen secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Konsumen SMA Mentari Bangsa. Kualitas Layanan dan Kepuasan Konsumen secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Konsumen SMA Mentari Bangsa

### ABSTRACT

*The purpose of this research is to determine the influence of service quality and consumer satisfaction on consumer loyalty at Mentari Bangsa High School. The method used in this research is descriptive method, this type of research is quantitative data, primary data obtained through questionnaires. The research population that will be used in this research is all Mentari Bangsa High School students, totaling 247 students. Because the entire population of only 247 students will be used as a sample, the sampling technique that will be used is the Slovin technique with a confidence level of 90% and an error rate of 10% where 71 research samples were obtained. The analysis technique used is simple linear analysis and statistical tests, namely t-test (partial) using SPSS (statistical package for the social sciences) software. The test results show that Service Quality partially has a positive and significant effect on Consumer Loyalty at Mentari Bangsa High School. Consumer Satisfaction partially has a positive and significant effect on Consumer Loyalty at Mentari Bangsa High School. Service Quality and Consumer Satisfaction simultaneously have a significant effect on Consumer Loyalty at Mentari Bangsa High School.*

**Keywords:** Service Quality, Consumer Satisfaction, Consumer Loyalty.

## 1. PENDAHULUAN

Dunia yang semakin terintegrasi menjadi satu kesatuan yang utuh melalui globalisasi telah menjadi kenyataan. Berbagai negara membentuk aliansi bersama untuk bergabung dalam satu kekuatan besar dalam menghadapi persaingan yang semakin kompetitif. Globalisasi di satu sisi memberikan harapan bagi kemajuan suatu negara, namun di sisi lain globalisasi justru menimbulkan persaingan yang sangat dinamis di antara banyak negara. Globalisasi serta arus keterhubungan dan perubahannya banyak mempengaruhi lingkungan pendidikan. Pendidikan adalah usaha terencana dalam proses pembinaan dan pembelajaran peserta didik agar mampu tumbuh dan berkembang menjadi manusia yang mandiri, bertanggung jawab, kreatif, berilmu, sehat, dan berakhlak mulia, baik jasmani maupun rohani. Guru memiliki peran yang sangat strategis, karena keberadaannya sangat erat kaitannya dengan keberhasilan dan mutu pendidikan.

Orang tua siswa sebagai pelanggan eksternal sekunder tentunya sangat berperan penting dalam menentukan pilihan lembaga sekolah untuk anaknya. Masing-masing orang tua siswa mempunyai kriteria sendiri dalam menentukan sekolah untuk anaknya. Umumnya yang menjadi pertimbangan untuk memilih sekolah adalah kurikulum dan program kegiatan yang akan diterapkan, sarana prasarana, kebijakan yayasan mengenai biaya pendidikan, staf pengajar, kepemimpinan kepala sekolah, prestasi yang dicapai sekolah, image masyarakat tentang sekolah tersebut, lokasi sekolah, dan lingkungan sekolah. Tetapi satu hal penting yang perlu mendapat perhatian khusus adalah mengenai kepuasan orang tua siswa terhadap layanan yang diberikan oleh sekolah. Dengan terciptanya kepuasan orang tua siswa, diharapkan akan terbentuk loyalitas orang tua siswa sebagai pelanggan terhadap tempat sekolah anaknya, sehingga mereka akan merasa bangga anaknya dapat bersekolah di sekolah tersebut dan bahkan mereka akan mempromosikan sekolah tersebut ke rekan-rekannya atau orang lain. Loyalitas pelanggan lebih efektif dari pada promosi lewat media apapun dalam menambah jumlah siswa sekolah tersebut.

Secara harfiah, Loyalitas memiliki arti kata yang sama dengan setia. Dalam dunia bisnis, konsumen yang loyal atau setia merupakan idaman bagi setiap pelaku usaha. Pasalnya, konsumen yang loyal tidak akan segan membeli produk secara terus menerus bahkan mereka mungkin saja akan mengenalkan produk atau brand usaha pada kerabat atau teman terdekatnya. Untuk menjaga loyalitas seorang konsumen, terdapat banyak hal yang harus diperhatikan, akan tetapi yang menjadi utamanya adalah layanan dan kepuasan konsumen itu sendiri. Kualitas Pelayanan dapat diartikan sebagai upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampaian dalam mengimbangi harapan konsumen. Kualitas Pelayanan dapat diketahui dengan cara membandingkan persepsi para konsumen atas pelayanan yang nyata-nyata mereka terima atau peroleh dengan pelayanan yang sesungguhnya mereka harapkan atau inginkan terhadap atribut-atribut pelayanan suatu perusahaan. Kepuasan Konsumen diartikan sebagai upaya pemenuhan sesuatu atau membuat sesuatu yang memadai. Pada dasarnya, Kepuasan Konsumen itu suatu keadaan dimana kebutuhan, keinginan, dan harapan konsumen dapat terpenuhi melalui jasa atau produk yang dikonsumsi. Konsumen yang puas akan mengkonsumsi produk tersebut secara terus-menerus, mendorong konsumen akan loyal terhadap suatu produk dan jasa tersebut dan dengan senang hati mempromosikan produk dan jasa tersebut dari mulut ke mulut.

SMA Mentari Bangsa merupakan sebuah sekolah swasta yang berlokasi di jalan Sulang Saling No 6-7, Medan. SMA Mentari Bangsa dikenal sebagai salah satu nasional plus school yang menawarkan berbagai mutu pendidikan terbaik untuk siswanya. Dengan banyaknya sekolah yang ada di kota Medan dan dapat dijadikan tempat alternatif pilihan untuk orang tua siswa membuat jumlah siswa SMA Mentari Bangsa semakin berkurang setiap tahunnya yang walaupun tidak signifikan, akan tetapi jika dibiarkan dalam jangka waktu lama akan memberikan dampak yang tidak baik untuk perkembangannya. Selain itu juga diketahui bahwa jumlah siswa baru yang mendaftar setiap tahunnya terus mengalami penurunan yang mana tidak menutup kemungkinan jumlah siswa akan semakin berkurang jika tidak dilakukan pembenahan.

Dari observasi yang dilakukan, dapat diketahui bahwa penurunan loyalitas orang tua siswa dalam menyekolahkan anaknya di SMA Mentari Bangsa disebabkan oleh kualitas layanan dan juga adanya ketidakpuasan orang tua siswa terhadap SMA Mentari Bangsa. Dalam hal kualitas pelayanan, beberapa orang tua siswa memberikan informasi bahwa layanan dari pihak administrasi terkadang kurang dapat berkomunikasi dengan sopan dalam melayani orang tua siswa, sedangkan untuk layanan dari guru sendiri terkadang juga kurang responsif dalam menjawab pertanyaan orang tua untuk mengetahui perkembangan anaknya di sekolah. Hal tersebut tentunya mengecewakan orang tua siswa. Dalam hal ketidakpuasan, diketahui bahwa tidak sedikit pula orang tua siswa yang sering memberikan kritikan dan masukan kepada pihak sekolah agar dapat melakukan pembenahan, baik dalam segi penyediaan fasilitas, cara pengajaran guru ataupun mengenai perkembangan dari anaknya yang terasa lambat dan masih belum dapat mempelajari banyak hal untuk masa

depannya. Berdasarkan latar belakang permasalahan yang diuraikan di atas peneliti tertarik mengadakan penelitian dengan judul “Pengaruh Kualitas Layanan Dan Kepuasan Konsumen Terhadap Loyalitas Konsumen SMA Mentari Bangsa.”

## **2. KAJIAN PUSTAKA**

### **Loyalitas Konsumen**

Loyalitas adalah urutan pengulangan atau pemilihan pembelian dari merek yang sama dalam semua kasus pembelian yang didasarkan pada komitmen yang mendalam untuk melakukan pembelian ulang produk atau jasa yang menjadi preferensi secara konsisten (Firmansyah, 2019). Loyalitas adalah komitmen konsumen terhadap suatu merek, toko atau pemasok, berdasarkan sikap yang sangat positif yang tercermin dalam pembelian berulang yang konsisten (Wahyoedi dan Suparso, 2019). Loyalitas Konsumen merupakan sebuah hasil yang didapatkan dari Kepuasan Konsumen akan sebuah produk barang atau jasa yang memberikan dampak positif bagi perusahaan seperti pembelian yang berulang- ulang (Sari dan Yasa, 2020).

### **Kualitas Pelayanan**

Kualitas Pelayanan adalah perbandingan antara tingkat layanan yang disampaikan perusahaan dibandingkan ekspektasi konsumen yang diwujudkan melalui pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampaiannya dalam mengimbangi atau melampaui harapan konsumen (Tjiptono dan Chandra, 2019). Kualitas Pelayanan merupakan hasil perbandingan antara harapan konsumen dengan kinerja aktual pelayanan dan juga salah satu elemen terpenting yang menjadi pertimbangan bagi konsumen dalam melakukan pembelian suatu produk (Sudarso, 2019). Kualitas Pelayanan adalah kemampuan pemberi layanan dalam melayani pengguna barang atau jasa tersebut (Mutiawati, et al. 2019). Kualitas Pelayanan adalah bagaimana tanggapan konsumen terhadap jasa yang di konsumsi atau dirasakannya (Santoso, 2019).

### **Kepuasan Konsumen**

Kepuasan Konsumen merupakan konsep pokok dalam teori dan praktik pemasaran kontemporer yang dipandang sebagai elemen utama yang menentukan keberhasilan sebuah organisasi pemasaran, baik organisasi bisnis maupun nirlaba (Tjiptono dan Diana, 2019). Kepuasan Konsumen merupakan hasil perbandingan yang dirasakan antara kinerja produk dengan kesesuaian harapan yang diinginkan konsumen setelah melakukan pembelian, jika produk sesuai atau melampaui harapan konsumen, maka konsumen akan merasa puas dan sebaliknya, jika konsumen tidak sesuai dengan harapan, maka konsumen tidak merasa puas (Djunaidi, 2020). Kepuasan merupakan hasil penilaian konsumen bahwa produk atau pelayanan telah memberikan tingkat kenikmatan dimana tingkat pemenuhan ini bisa lebih atau kurang (Sudaryono, 2019).

## **3. METODE PENELITIAN**

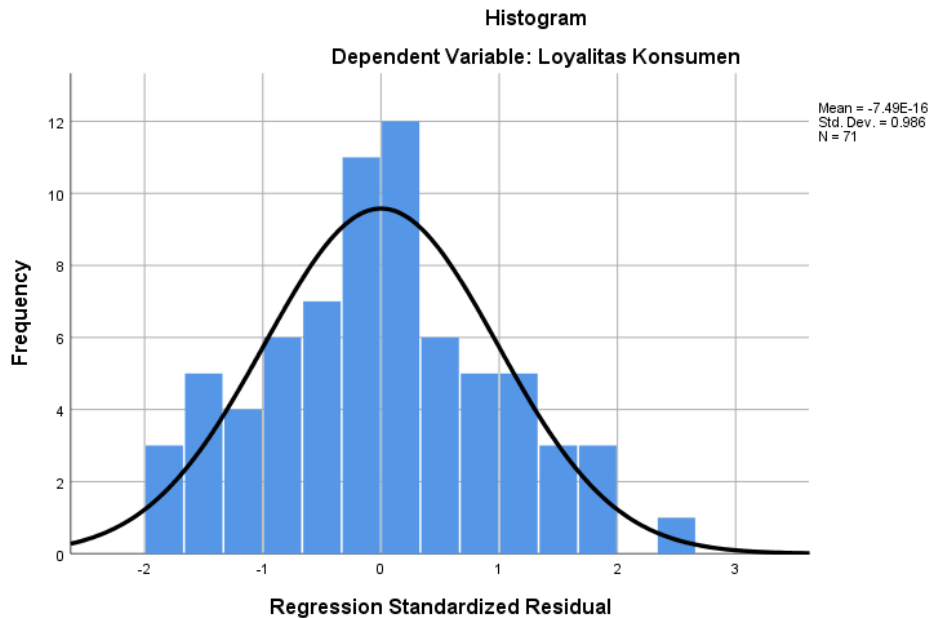
Dalam penelitian ini metode penelitian yang akan digunakan adalah metode deskriptif asosiatif, dimana deskriptif asosiatif merupakan penelitian yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh atau hubungan antara dua variabel atau lebih. sedangkan asosiatif adalah penelitian untuk mengetahui ada tidaknya hubungan antara beberapa variabel. Untuk menganalisis data deskriptif setiap variabel menggunakan skor ideal, sedangkan untuk analisis asosiatif menggunakan metode uji asumsi klasik, analisis regresi linier berganda dan koefisien determinasi. Populasi adalah keseluruhan subjek dan objek yang akan dijadikan sasaran penelitian. Populasi bukan sekedar jumlah objek atau subjek yang diteliti, tetapi mencakup seluruh ciri-ciri atau ciri-ciri yang dimiliki oleh subjek atau objek tersebut. Sedangkan sampel penelitian adalah bagian yang memberikan gambaran umum mengenai populasi. Sampel penelitian mempunyai karakteristik yang sama atau hampir sama dengan karakteristik populasi sehingga sampel yang digunakan dapat mewakili populasi yang diamati. Populasi penelitian yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah seluruh siswa SMA Mentari Bangsa yang berjumlah 247 siswa. Karena seluruh populasi yang akan dijadikan sampel hanya berjumlah 247 siswa, maka teknik pengambilan sampel yang akan digunakan adalah teknik Slovin dengan tingkat kepercayaan 90% dan tingkat kesalahan 10% dimana dari hasil perhitungan diperoleh total 71 sampel penelitian.

## **4. HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **Uji Normalitas**

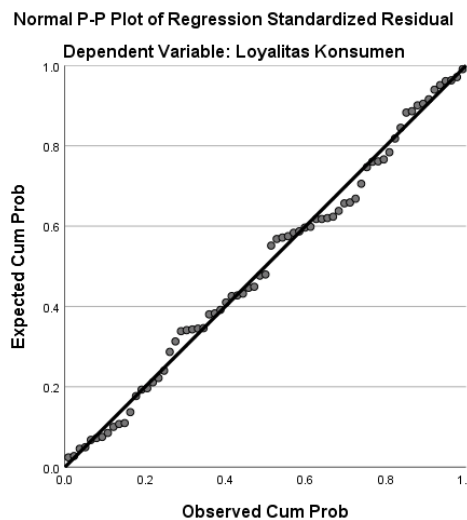
Uji normalitas bisa dilakukan dengan 2 cara yaitu dengan grafik histogram dan *normal probability plot of regression*. Jika data menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal maka grafik

histogramnya dan *normal probability plot of regression* menunjukkan pola distribusi normal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas. Jika data menyebar jauh garis diagonal dan/atau tidak mengikuti arah garis diagonal maka grafik histogram *normal probability plot of regression* tidak menunjukkan pola distribusi normal, maka model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas.



**Gambar 1**  
**Histogram Graphic**

Berdasarkan gambar di atas, terlihat bahwa garis membentuk lonceng, tidak ke kiri atau ke kanan. Hal ini menunjukkan bahwa data berdistribusi normal dan memenuhi asumsi normalitas.



**Gambar 2**  
**Normal Probability Plot of Regression Graphic**

Berdasarkan gambar di atas, terlihat bahwa data (titik) menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti garis diagonal. Sehingga dari gambar tersebut disimpulkan bahwa residual model regresi berdistribusi normal.

Salah satu uji normalitas adalah menggunakan *Kolmogorov Smirnov* dengan kriteria sebagai berikut:

1. Apabila nilai dari *Asymp. Sig.* > 0,05, data berdistribusi normal.
2. Apabila nilai dari *Asymp. Sig.* < 0,05, data tidak berdistribusi normal.

**Tabel 1**  
**One-Sample Kolmogorov Smirnov Test**

		Unstandardized Residual
N		71
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.79440733
Most Extreme Differences	Absolute	.062
	Positive	.062
	Negative	-.055
Test Statistic		.062
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 <sup>c,d</sup>

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. This is a lower bound of the true significance.

Sumber: Data diolah, 2024

Berdasarkan tabel di atas, hasil uji normalitas Kolmogorov-Smirnov membuktikan bahwa nilai signifikansi lebih besar dari 0,05 yaitu 0,200 maka dapat disimpulkan bahwa data tergolong berdistribusi normal.

### Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas digunakan untuk melihat hubungan antarvariabel independennya sehingga pada uji regresi linier sederhana tidak menggunakan uji multikolinieritas karena uji regresi sederhana hanya memiliki satu variabel independen. Dasar pengambilan keputusan pada uji multikolinieritas yaitu:

1. Tidak terjadi multikolinieritas apabila nilai *tolerance* lebih besar dari 0,1 dan nilai VIF (*Variance Inflation Factor*) lebih kecil dari 10.
2. Terjadi multikolinieritas apabila nilai *tolerance* lebih kecil dari 0,1 dan nilai VIF (*Variance Inflation Factor*) lebih besar atau sama dengan 10.

**Tabel 2**  
**Multicollinearity Test**  
**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	5.107	2.122		2.407	.019		
	Kualitas Layanan	.322	.075	.404	4.283	.000	.548	1.825
	Kepuasan Konsumen	.493	.095	.489	5.184	.000	.548	1.825

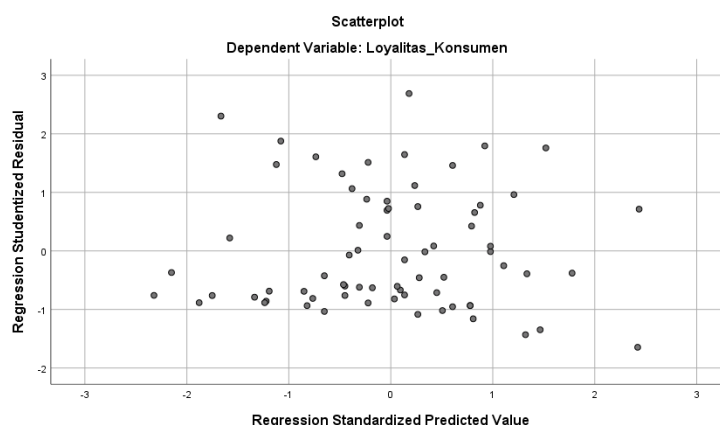
a. Dependent Variable: Loyalitas Konsumen

Sumber: Data diolah, 2024

Berdasarkan tabel di atas terlihat bahwa semua variabel memiliki nilai tolerance lebih dari 0,1 dan nilai VIF kurang dari 10 yang dapat disimpulkan bahwa tidak ditemukan masalah pada uji multikolinieritas.

### Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain. Metode pengukurannya menggunakan *Scatterplot* dimana apabila terdapat pola tertentu, seperti titik-titik yang membentuk pola tertentu yang teratur, maka mengidentifikasi telah terjadi heteroskedastisitas dan sebaliknya jika tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.



**Gambar 3**  
**Scatterplot Graphic**

Berdasarkan grafik scatterplot yang disajikan dapat dilihat bahwa titik-titik menyebar secara acak dan tidak membentuk pola yang jelas serta menyebar baik di atas maupun di bawah nol pada sumbu Y. Artinya tidak terdapat heteroskedastisitas dalam model regresi, sehingga model regresi dapat digunakan untuk memprediksi pencapaian berdasarkan masukan dari variabel bebas.

### Analisis Regresi Linier Berganda

Berdasarkan jumlah variabel bebasnya, maka regresi dibedakan menjadi 2 yaitu regresi linear sederhana dan regresi linear berganda. Untuk regresi linear sederhana hanya terdiri dari satu variabel bebas dan satu variabel terikat, sedangkan untuk regresi linier berganda terdiri dari 2 atau lebih variabel bebas dan satu variabel terikat.

**Tabel 4**  
**Multiple Linear Regression Analysis Test**  
**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	5.107	2.122		2.407	.019		
	Kualitas Layanan	.322	.075	.404	4.283	.000	.548	1.825
	Kepuasan Konsumen	.493	.095	.489	5.184	.000	.548	1.825

a. Dependent Variable: Loyalitas Konsumen

Sumber: Data diolah, 2024

Berdasarkan persamaan diatas, maka:

1. Konstanta ( $\alpha$ ) = 5,107 menunjukkan nilai konstanta, jika nilai variabel bebas ( $X_1$ ) yaitu Kualitas Layanan dan variabel ( $X_2$ ) yaitu Kepuasan Konsumen bernilai 0 maka Loyalitas Konsumen adalah tetap sebesar 5,107.
2. Koefisien  $X_1(b_1)$  = 0,322 menunjukkan bahwa variabel Kualitas Layanan ( $X_1$ ) berpengaruh positif terhadap Loyalitas Konsumen sebesar 0,322. Artinya setiap peningkatan Kualitas Layanan ( $X_1$ ) sebesar 1 satuan, maka Loyalitas Konsumen akan meningkat sebesar 32,2%.
3. Koefisien  $X_2(b_2)$  = 0,493 menunjukkan bahwa variabel Kepuasan Konsumen ( $X_2$ ) berpengaruh positif terhadap Loyalitas Konsumen sebesar 0,493. Artinya setiap peningkatan Kepuasan Konsumen ( $X_2$ ) sebesar 1 satuan, maka Loyalitas Konsumen akan menurun sebesar 49,3%.

### Koefisien Determinasi

*R Square* ( $R^2$ ) sering disebut dengan koefisien determinasi adalah mengukur kebaikan *goodness of fit* dari persamaan regresi yaitu memberikan proporsi atau persentase variasi total dalam variabel terikat yang dijelaskan oleh variabel bebas. Nilai  $R^2$  terletak antara 0 – 1 dan kecocokan model dikatakan lebih baik jika

$R^2$  semakin mendekati 1. Suatu sifat penting  $R^2$  adalah nilainya merupakan fungsi yang tidak pernah menurun dari banyaknya variabel bebas yang ada dalam model. Oleh karenanya, untuk membandingkan dua  $R^2$  dari dua model, harus memperhitungkan banyaknya variabel bebas yang ada dalam model. Ini dapat dilakukan dengan menggunakan *Adjusted R Square*.

**Tabel 5**  
**Model Summary<sup>b</sup>**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.817 <sup>a</sup>	.668	.658	2.835

a. Predictors: (Constant), Kepuasan Konsumen, Kualitas Layanan

b. Dependent Variable: Loyalitas Konsumen

Sumber: Data diolah, 2024

Berdasarkan pada tabel diatas mengenai pengujian koefisien determinasi, maka diperoleh nilai R Square ( $R^2$ ) atau koefisien determinasi yang diperoleh sebesar 0,658 artinya variabel Loyalitas Konsumen dapat dijelaskan oleh variabel Kualitas Layanan dan Kepuasan Konsumen sebesar 65,8% sedangkan sisanya 35,2% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang berasal dari luar model penelitian ini seperti harga, kualitas pendidikan, lokasi, suasana dan berbagai variabel lainnya.

### Uji Hipotesis Simultan (Uji F)

Uji statistik F pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel independen atau bebas yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel terikat. Berikut ini adalah langkah-langkah dalam uji statistik F pada tingkat kepercayaan 95% dengan derajat kebebasan  $df_1 = (k-1)$  dan  $df_2 = (n-k)$ . Kriteria: Jika  $F_{hitung} > F_{tabel}$ ,  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, Jika  $F_{hitung} < F_{tabel}$   $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak.

**Tabel 6**  
**ANOVA<sup>a</sup>**

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1100.968	2	550.484	68.482	.000 <sup>b</sup>
	Residual	546.610	68	8.038		
	Total	1647.577	70			

a. Dependent Variable: Loyalitas Konsumen

b. Predictors: (Constant), Kepuasan Konsumen, Kualitas Layanan

Sumber: Data diolah, 2024

Berdasarkan tabel di atas diperoleh bahwa nilai  $F_{hitung}$  (68,482)  $>$   $F_{tabel}$  (3,10) dengan signifikansi 0,00  $<$  0,05 sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara Kualitas Layanan dan Kepuasan Konsumen secara simultan terhadap Loyalitas Konsumen SMA Mentari Bangsa.

### Uji Hipotesis Parsial (Uji t)

Uji t adalah pengujian yang dilakukan untuk mengetahui hubungan variabel bebas terhadap variabel terikat secara parsial. Taraf signifikan adalah 5%. Kriteria: Jika  $t_{hitung} > t_{tabel}$ ,  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, Jika  $t_{hitung} < t_{tabel}$   $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak.

**Tabel 7**  
**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	5.107	2.122		2.407	.019		
	Kualitas Layanan	.322	.075	.404	4.283	.000	.548	1.825
	Kepuasan Konsumen	.493	.095	.489	5.184	.000	.548	1.825

a. Dependent Variable: Loyalitas Konsumen

Sumber: Data diolah, 2024

1. Pada variabel Kualitas Layanan ( $X_1$ ) terlihat bahwa nilai  $t_{hitung}$  (4,283) >  $t_{tabel}$  (1,995) dengan tingkat signifikan  $0,000 < 0,05$  sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh positif yang signifikan secara parsial antara Kualitas Layanan terhadap Loyalitas Konsumen SMA Mentari Bangsa.
2. Pada variabel Kepuasan Konsumen ( $X_2$ ) terlihat bahwa nilai  $t_{hitung}$  (5,184) >  $t_{tabel}$  (1,995) dengan tingkat signifikan  $0,000 < 0,05$  sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh positif yang signifikan secara parsial antara Kepuasan Konsumen terhadap Loyalitas Konsumen SMA Mentari Bangsa.

## PENUTUP

Berdasarkan hasil dan pembahasan penelitian, maka penulis membuat beberapa kesimpulan sebagai berikut ini :

1. Kualitas Layanan secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Konsumen SMA Mentari Bangsa.
2. Kepuasan Konsumen secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Konsumen SMA Mentari Bangsa.
3. Kualitas Layanan dan Kepuasan Konsumen secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Konsumen SMA Mentari Bangsa.

## DAFTAR PUSTAKA

- Arima, dkk (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Jasa Penerbangan Lion Air Kota Padang.
- Ghodang, Hironymus. (2020). *Metode Penelitian Kuantitatif: Konsep Dasar & Aplikasi Analisis Regresi dan Jalur Dengan SPSS*. Medan: Penerbit Mitra Grup.
- Herlina, V. (2019). *Panduan Praktis Mengolah Data Kuesioner Menggunakan SPSS*. Penerbit PT. Elex Media Komputindo. Jakarta.
- Hermawan, Iwan. (2019). *Metodologi Penelitian Pendidikan Kuantitatif, Kualitatif dan Mixed Methode*. Kuningan: Hidayat Quaran Kuningan.
- Marzuki, A, Crystha, A., & Pipit, F. R. (2020). *Praktikum Statistik*. Malang: Ahlimedia Press.
- Mutiawati, C., dkk. (2019). *Kinerja Pelayanan Angkutan Umum Jalan Raya*. Yogyakarta: Deepublish Publisher.
- Nagdalena, Ina. (2021). Tulisan Bersama Tentang Desain Pembelajaran SD. Sukabumi. Jejak Publisher.
- Priyatno, D. (2019). *SPSS Panduan Mudah Olah Data Bagi Mahasiswa & Umum*. Penerbit CV. Andi Offset, Yogyakarta.
- Riyanto, S., & Aglis, A. H. (2020). *Metode Riset Penelitian Kuantitatif di Bidang Manajemen, Teknik, Pendidikan dan Eksperimen*. Yogyakarta: Deepublish Publisher.
- Santoso, M. (2019). *Loyalitas Nasabah PDBANK PERKREDITANRAKYAT Wilayah Cirebon*. Yogyakarta: Deepublish Publisher.
- Sudarso, Adriansan. (2019). *Manajemen Pemasaran Jasa Perhotelan (Dilengkapi Dengan Hasil Riset Pada Hotel Berbintang di Sumatera Utara)*. Yogyakarta: Deepublish Publisher.
- Sudaryono. (2019). *Manajemen Pemasaran Teori dan Implementasi*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Wahyoedi, Soegeng dan Saporso. (2019). *Loyalitas Nasabah Bank Syariah: Studi Atas Religitas, Kualitas Pelayanan, Trust dan Loyalitas*. Yogyakarta: Deepublish Publisher.
- Wahyudi, S. T. (2019). *Statistika Ekonomi : Konsep, Teori dan Penerapan*. Penerbit UB Press. Jakarta.
- Yuliawati, Livia, Lovelia Monica Christy, Nurul Layliya, Jessie Janny Thenarianto dan Ika Raharja Salim. 2019. *Pertolongan Pertama Pada Waktu Kuantitatif: Panduan Praktis Menggunakan Softwar JASP*. Surabaya: Universitas Ciputra.
- Yusuf, M., dan Lukman, D. (2019). *Analisis Data Penelitian Teori & Aplikasi Dalam Bidang Perikanan*. Bogor: IPB Press.