

**EFFECT OF SERVICE LOCATION AND QUALITY OF CONSUMER
LOYALTY IN PT. NETRAL LINTAS PERSADA TRAVEL RENGAT DISTRICT,
INDRAGIRI HULU REGENCY**

By : Mulfi Ari
NIM. 15.10.089.530.226

Management Study Program
Indragiri College of Economics
mulfimulfiok@gmail.com

Abstract

The Research Location used as the object of this research is PT. Neutral Lintas Persada Travel, Rengat District, Indragiri Hulu Regency. Research Objectives To Find Out The Effect Of Location And Service Quality On Consumer Loyalty At PT. Neutral Lintas Persada Travel, Rengat District, Indragiri Hulu Regency.

The study was conducted with quantitative methods, namely research that describes the influence of Location and Service Quality on Consumer Loyalty at PT. Neutral Lintas Persada Travel, Rengat District, Indragiri Hulu Regency. By analyzing data using multiple regression, correlation coefficients and Hypothesis tests which will be assisted using SPSS version 22.

From the results of data processing obtained a coefficient of 0.855, this means that variations in the rise or fall of consumer loyalty at PT. Travel Neutral Persada Travel Rengat District Indragiri Hulu District by 85.5% determined the location and service quality variables. While the remaining 14.5% is determined by other factors not examined in this study. Simultaneous test results (Test F) show that the calculated value $f_{282,272} > f_{table} 3.09$ then based on data testing criteria it can be seen that H_a is accepted and H_o is rejected, meaning that the Location and Quality of service together (simultaneously) affect consumer loyalty. Partial test results (Test t) Location (X1) obtained $t_{count} 6.494 > t_{table} 1.985$ based on data testing criteria can be seen that H_a is accepted and H_o is rejected means that Location partially influences consumer loyalty. Partial test results (t test) Quality of service (X2) obtained $t_{count} 6.920 > t_{table} 1.985$, based on data testing criteria, it can be seen that H_a is accepted and H_o is rejected, meaning that service quality partially influences consumer loyalty.

keywords : Consumer Loyalty, Location, Service Quality

**PENGARUH LOKASI DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP
LOYALITAS KONSUMEN PADA PT.NETRAL LINTAS PERSADA
TRAVEL KECAMATAN RENGAT KABUPATEN INDRAGIRI HULU.**

Oleh : Mulfi Ari
NIM. 15.10.089.530.226

Program Studi Manajemen
Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indragiri
mulfiarioke@gmail.com

Abstrak

Adapun Lokasi Penelitian yang dijadikan Objek Penelitian Ini adalah PT. Netral Lintas Persada Travel Kecamatan Rengat Kabupaten Indragiri Hulu. Tujuan Penelitian Untuk Mengetahui Pengaruh Lokasi dan Kualitas pelayanan terhadap Loyalitas Konsumen Pada PT. Netral Lintas Persada Travel Kecamatan Rengat Kabupaten Indragiri Hulu.

Penelitian dilakukan dengan metode kuantitatif, yaitu penelitian yang menggambarkan tentang pengaruh Lokasi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Konsumen Pada PT. Netral Lintas Persada Travel Kecamatan Rengat Kabupaten Indragiri Hulu. Dengan menganalisis data menggunakan regresi berganda, koefisien korelasi dan uji Hipotesis yang nantinya dibantu dengan menggunakan SPSS versi 22.

Dari hasil pengolahan data diperoleh koefisien sebesar 0,855 ini memberikan arti bahwa variasi naik atau turunnya Loyalitas konsumen pada PT. Netral Lintas Persada Travel Kecamatan Rengat Kabupaten Indragiri Hulu sebesar 85,5% ditentukan variabel Lokasi dan Kualitas pelayanan. Sedangkan sisanya sebesar 14,5% lagi ditentukan faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Hasil uji simultan (Uji F) menunjukkan bahwa nilai f hitung $282,272 > f$ tabel 3.09 maka berdasarkan kriteria pengujian data dapat diketahui bahwa H_a diterima dan H_o ditolak, artinya Lokasi dan Kualitas pelayanan secara bersama-sama (simultan) berpengaruh terhadap Loyalitas konsumen. Hasil uji parsial (Uji t) Lokasi (X_1) diperoleh t hitung $6,494 > t$ tabel 1,985 berdasarkan kriteria pengujian data dapat diketahui bahwa H_a diterima dan H_o ditolak artinya Lokasi secara parsial berpengaruh terhadap Loyalitas konsumen. Hasil uji parsial (Uji t) Kualitas pelayanan (X_2) diperoleh t hitung $6,920 > t$ tabel 1,985, berdasarkan kriteria pengujian data dapat diketahui bahwa H_a diterima dan H_o ditolak artinya Kualitas pelayanan secara parsial berpengaruh terhadap Loyalitas konsumen.

Kata Kunci: Loyalitas Konsumen, Lokasi, Kualitas Pelayanan

1. PENDAHULUAN

Transportasi merupakan salah satu aspek penting dalam kehidupan manusia karena transportasi berkontribusi besar pada kehidupan dalam kaitannya dengan aktivitas manusia sehari-hari. Di era modern ini, kegiatan yang dilakukan oleh masyarakat lebih banyak dan semakin beragam jenisnya. Untuk menunjang berbagai aktivitas tersebut transportasi memainkan peranannya untuk menunjang kebutuhan perpindahan dari satu tempat ke tempat lain. Dengan adanya transportasi maka masyarakat dapat dengan mudah mengakses berbagai daerah baik dalam jarak dekat maupun jarak jauh yang umumnya tidak dapat ditempuh dengan berjalan kaki.

Jasa travel adalah perusahaan yang bergerak dibidang transportasi dan mengurus berbagai kebutuhan konsumen yang berhubungan dengan perjalanan seperti penyediaan tiket, penginapan, paspor, dan sebagainya.

Kota Rengat termasuk salah satu kota yang memiliki banyak usaha yang bergerak dibidang jasa transportasi seperti bus, mini bus, travel, angkutan khusus, dan lain – lain. Salah satu sektor yang cukup berkembang adalah usaha yang bergerak dibidang jasa angkutan khusus seperti travel, tempat usaha tersebut akan saling bersaing memberikan yang terbaik bagi pengguna jasa baik dari segi lokasi tempat penataannya maupun segi pelayanan agar menarik konsumen yang pada akhirnya akan menggunakan jasa yang ditawarkan, sehingga jika kepuasan pengguna jasa tersebut dapat tercapai, dan kemudian akan membentuk loyalitas konsumen atau pengguna jasa.

PT. Netral Lintas Persada Travel merupakan salah satu perusahaan yang bergerak di bidang jasa transportasi, perusahaan ini berlokasi di simpang kancil Jl. Sultan Ibrahim kelurahan Kampung Besar Kota kecamatan Rengat kabupaten Indragiri Hulu. PT. Netral Lintas Persada Travel ini menawarkan jasa angkutan dari kota Rengat menuju kota Pekanbaru menggunakan mobil mewah, adapun jenis mobil yang digunakan adalah mobil Fortuner, Hyundai, dan Inova. PT. Netral Lintas Persada Travel memiliki 12 orang supir yaitu 5 orang supir tetap dan 7 orang supir cadangan. PT. Netral Lintas Persada Travel juga memiliki 3 orang kasir, masing –

masing kasir memiliki jadwal yang berbeda yaitu pagi, sore, dan malam. Pada perusahaan selain pelayanan pada pelanggan dalam bentuk fisik, juga dibutuhkan pelayanan non fisik, yaitu kemampuan berkomunikasi dari setiap karyawan yang bertugas. Kemampuan berkomunikasi yang dimaksud dalam hal ini adalah bagaimana karyawan tersebut membantu setiap pembeli yang datang berkunjung, sehingga mempermudah pembeli dalam mendapatkan pelayanan sesuai kebutuhannya. Selain itu, karyawan juga harus memiliki sikap empati, ramah, dan sopan, serta dapat memberikan pelayanan dengan cepat kepada setiap pengunjung. PT. Netral Lintas Persada Travel sebagai salah satu dari banyak jasa transportasi di Rengat yang harus menghadapi dinamika persaingan yang ketat dengan percetakan lainnya. Dengan semakin meningkatnya persaingan, maka semakin penting peranan lokasi yang strategis dan kualitas pelayanan terhadap konsumen dalam meningkatkan penjualan pada jasa yang ditawarkan sehingga perusahaan dapat bertahan, bersaing serta menguasai pasar.

Tabel Jadwal Keberangkatan pada PT. Netral Lintas Persada Travel pada Tahun 2019.

No	Jadwal	Tujuan
1	06:00 WIB	Rengat – Pekanbaru
2	09:00 WIB	Rengat – Pekanbaru
3	10: 00 WIB	Rengat – Pekanbaru
4	14:00 WIB	Rengat – Pekanbaru
5	16:00 WIB	Rengat – Pekanbaru
6	20:00 WIB	Rengat – Pekanbaru
7	08:00 WIB	Pekanbaru – Rengat
8	09:00 WIB	Pekanbaru – Rengat
9	10: 00 WIB	Pekanbaru – Rengat
10	14:00 WIB	Pekanbaru – Rengat
11	16:00 WIB	Pekanbaru – Rengat
12	20:00 WIB	Pekanbaru – Rengat

Sumber : PT. Netral Lintas Persada Travel, tahun 2019

Untuk melihat data realisasi dari target jumlah konsumen selama tahun 2013 s/d 2018 pada PT. Netral Lintas Persada Travel dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel Target Jumlah Konsumen PT. Netral Lintas Persada Travel tahun 2013 s/d 2018

No	Tahun	Target	Realisasi	Persentase (%)
1	2013	20.880	6.070	29%
2	2014	20.880	6.075	29%
3	2015	23.040	6.090	26%
4	2016	23.040	7.050	31%
5	2017	23.040	7.100	31%
6	2018	27.436	7.105	26%

Sumber : PT. Netral Lintas Persada Travel, Tahun 2019

Dari tabel diatas, dapat dilihat bahwa realisasi dari target jumlah konsumen tiap tahun selama enam tahun terakhir belum mencapai target yang diinginkan. Pada tahun 2013 dan 2014 realisasi dari target jumlah konsumen pada PT. Netral Lintas Persada Travel hanya mencapai 29%. Namun pada tahun 2015 realisasi dari target jumlah konsumen menurun menjadi 26%. Pada pertengahan tahun 2015 PT. Netral Lintas Persada Travel menambah satu unit mobil dan target konsumen meningkat menjadi 23.040, sehingga pada tahun 2016 dan 2017 realisasi dari target jumlah konsumen PT. Netral Lintas Persada Travel mengalami kenaikan yaitu 31%. Pada pertengahan tahun 2018 PT. Netral Lintas Persada Travel menambah dua unit mobil dan target konsumen menjadi 27.436. namun realisasi dari target jumlah konsumen menurun menjadi 26%.

Dari data diatas, dapat kita lihat bahwa selama enam tahun terakhir PT. Netral Lintas Persada Travel belum mencapai target yang ditentukan. Berdasarkan latar belakang masalah diatas maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul : “ PENGARUH LOKASI DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN PADA PT. NETRAL LINTAS PERSADA TRAVEL KECAMATAN RENGAT KABUPATEN INDRAGIRI HULU.”

2. TINJAUAN PUSTAKA

A. Loyalitas Konsumen

Loyalitas secara umum dapat diartikan kesetiaan seseorang atas suatu produk, baik barang maupun jasa tertentu. Loyalitas konsumen memiliki peran penting bagi perusahaan atau suatu usaha, mempertahankan konsumen berarti mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan.

Konsumen adalah setiap orang pemakai barang dan atau jasa yang tersedia dalam masyarakat, baik bagi kepentingan diri sendiri, keluarga, orang lain, maupun makhluk hidup lain dan tidak untuk diperdagangkan.

Individu konsumen dan pembeli berbentuk organisasi yang menukarkan sumber daya untuk berbagai macam barang dan jasa. (Setiadi, 2013:8)

Secara harfiah loyal berarti setia, atau loyalitas dapat diartikan sebagai suatu kesetiaan. Kesetiaan ini diambil tanpa adanya paksaan, tetapi timbul dari kesadaran sendiri pada masa lalu. Usaha yang dilakukan untuk menciptakan kepuasan konsumen lebih cenderung mempengaruhi sikap konsumen. Sedangkan konsep loyalitas konsumen lebih menerangkan kepada perilaku pembelinya.

“Loyalitas konsumen adalah komitmen pelanggan terhadap suatu merek, toko atau pemasok berdasarkan sifat yang sangat positif dalam pembelian jangka panjang”. (Tjiptono, 2008:123)

Dengan loyalitas pelanggan, prioritas yang diutamakan adalah menjaga hubungan baik dan berkelanjutan dengan para pelanggan. (Assauri, 2012:7)

Signifikansi loyalitas pelanggan sangat terkait dengan kelangsungan perusahaan dan terhadap kuatnya pertumbuhan perusahaan dimasa yang akan datang. (Hamdani, et.al, 2011:195)

Faktor-faktor yang menentukan adanya motif loyalitas, yaitu: (Kurniasih, 2012:38)

1. Lokasi penjualan yang strategis.
2. Pelayanan yang baik.
3. Tempat persediaan yang mudah tercapai dan tidak ramai.
4. Harga.
5. Penggolongan barang.

6. Servis yang di tawarkan.
7. Toko yang menarik.

Loyalitas konsumen memiliki peran penting bagi perusahaan atau suatu usaha, mempertahankan konsumen berarti mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan, hal tersebut menjadi alasan utama bagi perusahaan untuk menarik dan mempertahankan konsumen sebagai pelanggan.

Indikator loyalitas konsumen adalah sebagai berikut : (Hurryati, 2010:130)

- 1) Melakukan pembelian ulang.
- 2) Melakukan pembelian diluar lini produk.
- 3) Merekomendasikan produk.
- 4) Menunjukkan kekebalan dari daya tarikan produk sejenis dari pesaing.

Berdasarkan penjelasan diatas dalam membangun dan meningkatkan loyalitas pelanggan, perusahaan harus memperhatikan faktor - faktor yang mempengaruhinya, agar bertambahnya jumlah konsumen yang loyal pada jasa yang ditawarkan.

B. Lokasi

Lokasi merupakan variabel penting yang dapat mengungkapkan berbagai hal tentang gejala atau fenomena yang dipelajari. Pemilihan lokasi yang strategis merupakan kerangka kerja yang perspektif bagi pengembangan suatu kegiatan yang bersifat komersil. Menentukan lokasi tempat setiap bisnis merupakan suatu tugas penting bagi pemasar, karena keputusan yang salah dapat mengakibatkan kegagalan sebelum bisnis dimulai.

“Lokasi adalah tempat perusahaan beroperasi atau tempat perusahaan melakukan kegiatan untuk menghasilkan barang atau jasa yang mementingkan segi ekonominya”. (Alma, 2009:48)

Tempat terjadinya transaksi (*outlet: hypermarket, supermarket, factory outlet, rumah sakit, puskesmas, klinik, dan lain-lain*) mempunyai arti penting karena lingkungan tempat jasa akan disampaikan dan cara jasa disampaikan merupakan bagian nilai dan manfaat jasa yang dipersepsikan pelanggan. (Supriyanto, et.al, 2010:202)

Semua aktivitas yang ditujukan untuk menciptakan, memelihara atau mengubah sikap dan perilaku terhadap tempat tertentu disebut pemasaran tempat. (Ginting, 2012:138)

Keputusan lokasi sangat penting karena berkaitan dengan potensi penjualan dan keuntungan, daya saing dan kesinambungan usaha. (Fahmi, 2016:86)

Pada abad ke-21 terdapat dua *market* yaitu *market places*, tampak secara fisik seperti kita bekerja ditoko, pasar swalayan, mal, dan pasar tradisional kemudian *market space*, berwujud maya, tak terlihat, misalnya Anda membeli buku atau apa saja melalui internet. (Supranto, et.al, 2010:44)

Pemasaran tempat adalah merupakan kegiatan-kegiatan yang dijalankan untuk menciptakan, mempertahankan atau mengubah sikap dan atau perilaku terhadap tempat tertentu. (Sunyoto, 2013:134)

Indikator lokasi adalah sebagai berikut : (Fure, 2013:276)

- 1) Ketersediaan lahan parkir
- 2) Memiliki tempat yang cukup luas
- 3) Banyak dilalui alat transportasi
- 4) Lokasi yang strategis

Berdasarkan penjelasan diatas dapat disimpulkan bahwa pemilihan lokasi mempunyai fungsi yang strategis karena dapat ikut menentukan tercapainya tujuan badan usaha.

C. Kualitas Pelayanan

Kualitas atau mutu adalah tingkat baik buruknya atau taraf atau derajat sesuatu.

“kualitas pelayanan adalah pelayanan yang diberikan kepada pelanggan sesuai dengan standar pelayanan yang telah dilakukan sebagai pedoman dalam memberikan layanan”. (Kolter, et.al, 2009:116).

Ada beberapa faktor dari kehandalan dari sebuah perusahaan penyedia jasa antara lain : (Adam, 2015:14)

1. Kemampuan perusahaan penyedia jasa untuk menepati janji sesuai dengan pelayanan tertentu yang telah dijanjikan.

2. Keinginan perusahaan penyedia jasa untuk menyelesaikan masalah yang dihadapi pelanggan dengan tulus dan sungguh-sungguh.
3. Kemampuan perusahaan penyedia jasa untuk memberikan pelayanan yang tepat dan akurat sehingga langsung dapat dirasakan manfaatnya.
4. Terdapat keinginan perusahaan penyedia jasa untuk memberikan pelayanan yang sesuai dengan keinginan pelanggan.
5. Kemampuan perusahaan penyedia jasa untuk semaksimal mungkin menghindari kesalahan yang dapat terjadi didalam memberikan pelayanan.

Ciri pokok pelayanan adalah tidak kasat mata (tidak dapat diraba) dan melibatkan upaya manusia (karyawan) atau peralatan lain yang disediakan oleh perusahaan penyelenggara pelayanan. (Ratminto, et.al, 2010:2)

Petugas pelayanan tidak hanya harus mampu bertindak sebagai komunikator dan mediator, tetapi sekaligus harus mampu menanamkan citra yang positif bagi perusahaan dan juga harus memiliki kemampuan membantu perusahaan dalam memahami bahwa pelanggan adalah aset yang penting yang harus dipelihara dan dipertahankan keberadaannya. (Limakrisna, at.al, 2012: 97)

Indikator kualitas pelayanan adalah sebagai berikut: (Fure, 2013:277)

1. Pelayanan dalam menanggapi permintaan pelanggan dengan baik
2. Melayani dengan sepenuh hati
3. Menunjukkan perhatian yang besar dalam memberikan layanan
4. Memberikan pelayanan yang cepat dalam merespon permintaan pembeli.

Berdasarkan pengertian diatas bahwa kualitas pelayanan adalah salah satu tolak ukur dalam menentukan loyalitas seorang pengguna jasa, karena melalui kualitas pelayanan dapat dinilai kinerja dan puas atau tidaknya konsumen dengan layanan yang diberikan oleh penyedia jasa.

3. METODE PENELITIAN

Dalam penulisan ini, penulis melakukan penelitian langsung pada PT. Netral Lintas Persada Travel Kecamatan Rengat Kabupaten Indragiri Hulu. Penelitian dilakukan selama 6 (enam) bulan. Jenis data yang digunakan data kualitatif karena data penelitian berupa kuisioner dengan sumber data primer, data yang diperoleh berupa hasil dari Rekapitulasi jawaban responden pada kuisioner.

Teknik pengumpulan data menggunakan dua metode yaitu wawancara dan kuisioner. Data diperoleh dengan menggunakan SPSS yaitu dengan uji instrumen yang terbagi menjadi uji validitas dan uji reliabilitas, kemudian uji asumsi klasik yang terbagi menjadi uji normalitas, uji multikolinieritas, uji heteroskedastisitas, serta uji regresi linier berganda, koefisien korelasi, koefisien determinasi, dan uji hipotesis yang meliputi uji F dan uji t.

4. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan uji validitas dapat dilihat semua pertanyaan berjumlah 12 butir pertanyaan dengan nilai r hitung $>$ nilai r tabel atau nilai sig $<$ 0,05, dapat disimpulkan bahwa semua pertanyaan adalah valid. Dari hasil uji reliabilitas dapat dilihat semua nilai reliabilitas dengan menggunakan metode Cronbach's Alpha, semua nilai r hitung $>$ r tabel, sehingga dapat disimpulkan bahwa semua pertanyaan variabel telah reliabel, dan dapat digunakan kedalam analisis lebih lanjut. Dari hasil uji normalitas dapat dilihat distribusi data mengikuti garis diagonal, artinya data mengikuti kriteria data normal. Uji multikolinieritas, dapat diketahui nilai VIF sebesar $3,409 < 10$ dengan nilai tolerance sebesar $0,293 > 0,10$ sehingga dapat disimpulkan bahwa model regresi dalam penelitian ini tidak terjadi gejala kolerasi antar variabel. Uji heteroskedastisitas, terlihat bahwa titik-titik menyebar secara acak tidak membentuk pola tertentu yang jelas, serta tersebar diatas dan dibawah angka nol (0) pada sumbu Y. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa model regresi dalam penelitian ini bebas heteroskedasitas. Hasil analisis regresi linier berganda diperoleh $Y = 0,676 + 0,455 X_1 + 0,501 X_2$ yang artinya, Nilai konstanta 0,676 menunjukkan bahwa apabila semua nilai variabel lokasi (X_1), kualitas pelayanan (X_2) = 0 maka nilai variabel loyalitas konsumen (Y) adalah sebesar 0,676. Nilai koefisien Lokasi ($b_1=0,455$) menunjukkan bahwa apabila nilai variabel lokasi meningkat sebesar satu satuan, maka nilai variabel loyalitas konsumen (Y) akan meningkat sebesar 0,455 satuan. Nilai koefisien Kualitas pelayanan ($b_2=0,501$) menunjukkan bahwa apabila nilai variabel Kualitas pelayanan meningkat sebesar satu satuan, maka nilai

variabel loyalitas konsumen (Y) akan meningkat sebesar 0,501 satuan. Berdasarkan pengujian menggunakan SPSS. Nilai R atau korelasi yang terlihat dari tabel adalah 0,924 artinya mempunyai hubungan sangat kuat serta searah antara Lokasi dan Kualitas pelayanan dengan Loyalitas konsumen, maksudnya apabila Lokasi dan Kualitas pelayanan meningkat maka Loyalitas konsumen juga akan meningkat, dan di peroleh nilai R square atau koefisien determinasi yang terlihat dari tabel adalah 0,855 artinya variabel Loyalitas konsumen dapat dijelaskan oleh variabel Lokasi dan Kualitas pelayanan sebesar 85,5% sedangkan sisanya sebesar 14,5% dijelaskan oleh variabel-variabel bebas lainnya yang tidak diteliti.

a. Uji F

Tabel Uji Simultan (Uji F)

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	444.633	2	222.316	282.272	.000 ^b
	Residual	75.609	96	.788		
	Total	520.242	98			

a. Dependent Variable: Loyalitas_konsumen

b. Predictors: (Constant), Kualitas_pelayanan, Lokasi

Sumber : Data Olahan 2019

Berdasarkan dari perhitungan dengan menggunakan SPSS versi 22 hasil analisis varians (ANOVA) diperoleh nilai F hitung sebesar 282,272 dengan tingkat signifikan sebesar 0,05 sedangkan F tabel dapat di cari pada tabel F dengan df pembilang = jumlah variabel – 1 atau 3 – 1 = 2, dan df penyebut = n – k – 1 atau 99 – 2 – 1 = 96, (n = jumlah responden/sampel dan k = jumlah variabel independen), dengan alfa 5%, maka dapat diperoleh f tabel sebesar 3,09. Ketentuan keputusan:

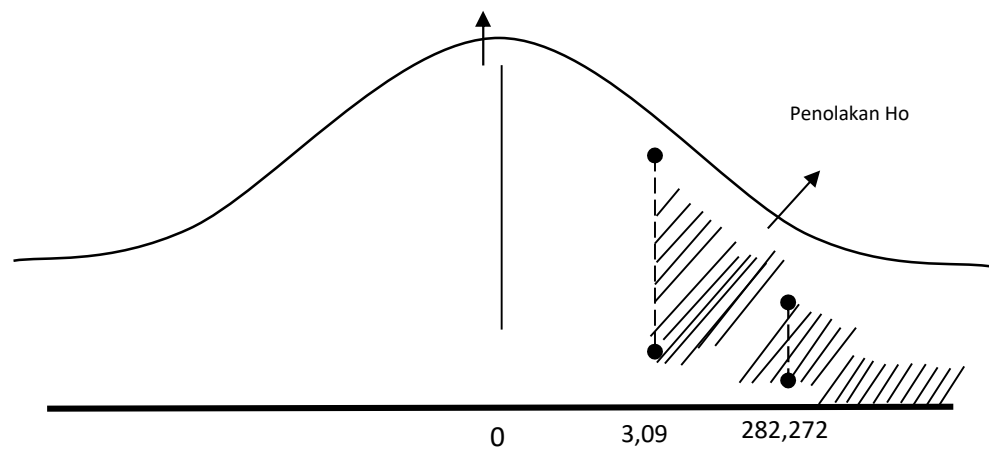
Jika F hitung < F tabel maka Ho ditolak

Jika F hitung > F tabel maka Ha diterima.

Karena F hitung > F tabel (282,272 > 3.09) dan tingkat signifikannya 0.00 lebih kecil dari 5% maka dapat di ambil kesimpulan bahwa Ha diterima, artinya ada pengaruh secara signifikan antara variabel-variabel bebas (lokasi dan kualitas pelayanan) secara simultan terhadap loyalitas konsumen.

Gambar Kurva daerah penerimaan dan penolakan Ho Uji F

Daerah Penerimaan



b. Uji t

Untuk menguji pengaruh antara masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikat secara parsial atau per variabel dilakukan uji t. Dapat dilihat pada tabel 30 berikut:

Tabel Uji Parsial (Uji T)

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Correlations		
	B	Std. Error	Beta			Zero-order	Partial	Part
1 (Constant)	.676	.483		1.399	.165			
Lokasi	.455	.070	.467	6.494	.000	.884	.552	.253
Kualitas_ pelayanan	.501	.072	.497	6.920	.000	.889	.577	.269

a. Dependent Variable: Loyalitas_konsumen
 Sumber: Data Olahan, 2019

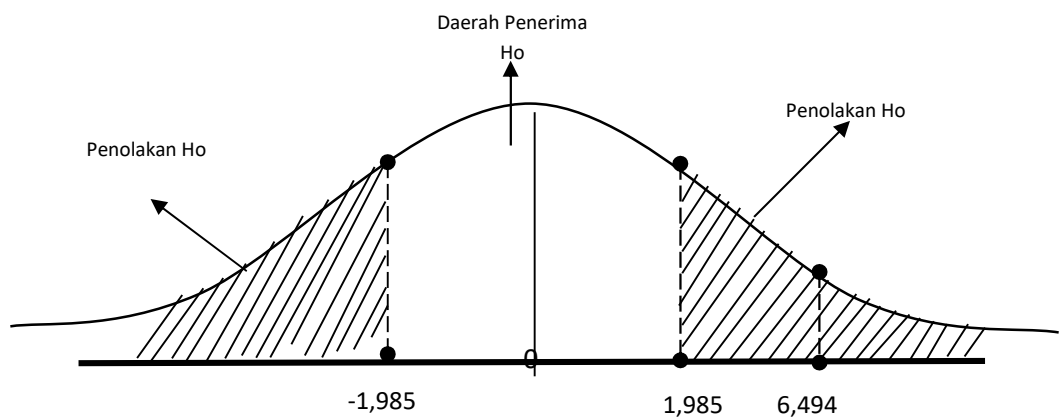
Untuk mengetahui pengaruh masing-masing faktor terhadap loyalitas konsumen pada barang atau jasa pada PT. Netral Lintas Persada Travel maka dilakukan uji t.

Alat Uji yang dipakai untuk menerima atau menolak hipotesis adalah dengan uji statistik t dua arah, dengan ketentuan apabila hasil t hitung > t tabel maka Ho ditolak dan Ha diterima, sebaliknya ho diterima dan ha ditolak jika t hitung < t tabel.

$$\begin{aligned} \text{Los (a) (level of significance)} &= 5\% = 0,05 \\ \text{T tabel} &= t_{\alpha/2; n-2} = 0,05 / 2 ; 99 - 2 \\ &= 0,025 ; 97 \\ &= 1,985 \end{aligned}$$

Nilai t hitung dari faktor lokasi adalah 6,494 sedangkan nilai t tabel adalah 1,985 dengan tingkat signifikan 0,000 yang lebih kecil dari taraf signifikan 5%. Karena $t \text{ hitung} > t \text{ tabel}$ ($6,494 > 1,985$), hal ini menunjukkan bahwa variabel lokasi (X1) mempunyai pengaruh terhadap loyalitas konsumen pada PT. Netral Lintas Persada Travel.

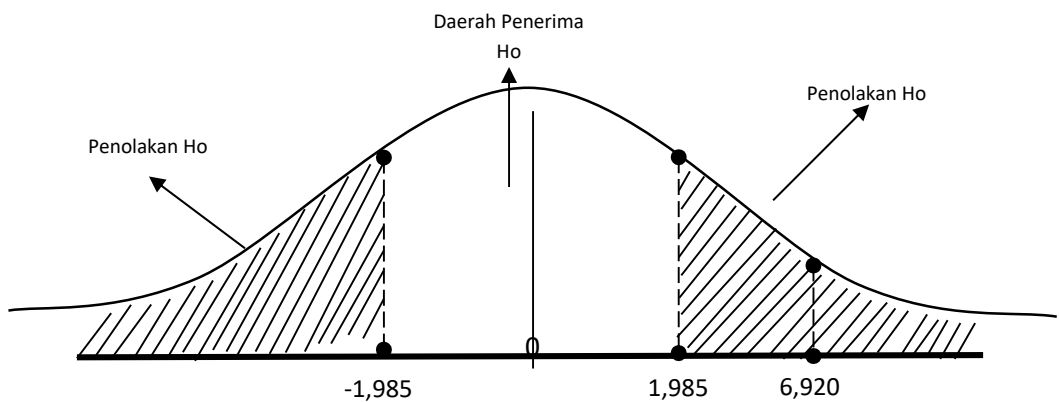
Gambar Kurva Normal Uji t Untuk Variabel Lokasi



Sumber : Data Olahan, 2019

Nilai t hitung dari kualitas pelayanan pada PT. Netral Lintas Persada Travel adalah 6,920, sedangkan t tabel adalah 1,985 dengan tingkat signifikan 0,000 yang lebih kecil dari taraf signifikan 5%. Karena $t \text{ hitung} > t \text{ tabel}$ ($6,920 > 1,985$), hal ini menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan (X2) mempunyai pengaruh terhadap loyalitas konsumen pada PT. Netral Lintas Persada Travel kecamatan Rengat Kabupaten Indragiri Hulu.

Gambar Kurva Normal Uji t Untuk Variabel Kualitas Pelayanan



Sumber : Data Olahan, 2019

5. KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Hasil uji parsial (Uji t) Lokasi (X1) diperoleh t hitung 6,494 > t tabel 1,985, berdasarkan kriteria pengujian data dapat diketahui bahwa H_a diterima dan H_o ditolak artinya lokasi secara parsial berpengaruh terhadap loyalitas konsumen.
2. Hasil uji parsial (Uji t) Kualitas pelayanan (X2) diperoleh t hitung 6,920 > t tabel 1,985, berdasarkan kriteria pengujian data dapat diketahui bahwa H_a diterima dan H_o ditolak artinya kualitas pelayanan secara parsial berpengaruh terhadap loyalitas konsumen.
3. Hasil uji simultan (Uji F) menunjukkan bahwa nilai f hitung 282,272 > f tabel 3,09 maka berdasarkan kriteria pengujian data dapat diketahui bahwa H_a diterima dan H_o ditolak, artinya lokasi dan kualitas pelayanan secara bersama-sama (simultan) berpengaruh terhadap loyalitas konsumen.
4. Hasil uji R atau korelasi menunjukkan bahwa nilai R atau korelasi 0,924 artinya mempunyai hubungan sangat kuat serta searah antara lokasi dan Kualitas pelayanan dengan loyalitas konsumen, maksudnya apabila lokasi dan kualitas pelayanan meningkat maka loyalitas konsumen juga akan meningkat.

B. SARAN

1. Bagi PT. Netral Lintas Persada Travel kecamatan Rengat Kabupaten Indragiri Hulu disarankan untuk mengembangkan faktor lokasi, seperti memperluas ruang tunggu dan memperbaiki tempat parkir, agar usaha yang dijalankan dapat berkembang.
2. Bagi PT. Netral Lintas Persada Travel kecamatan Rengat Kabupaten Indragiri Hulu disarankan untuk mengembangkan faktor Kualitas pelayanan seperti memberikan pelatihan pelayanan kepada kasir dan supir agar konsumen merasa puas dan nyaman sehingga mereka loyal dan usaha yang dijalankan dapat berkembang.

3. Bagi PT. Netral Lintas Persada Travel kecamatan Rengat Kabupaten Indragiri Hulu disarankan agar tetap memperhatikan faktor-faktor yang lain selain kedua faktor tersebut agar usaha yang dijalankan dapat terus berkembang.
4. Bagi peneliti selanjutnya diharapkan untuk tidak terpaku pada kedua faktor dalam penelitian ini yaitu lokasi dan kualitas pelayanan, namun dapat menambah faktor-faktor lain yang mungkin dapat mempengaruhi loyalitas konsumen.

6. DAFTAR PUSTAKA

- Adam, Muhammad, 2015, *Manajemen Pemasaran Jasa*, Alfabeta, Bandung.
- Alma, Buchari, 2009, *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*, Cetakan kedelapan, Alfabeta, Bandung.
- Assauri, Sofjan, 2012, *Strategic Marketing*, PT. Rajagrafindo Persada, Depok.
- Fahmi, Ibrahim, 2016, *Perilaku Konsumen Teori dan Aplikasi*, Alfabeta, Bandung.
- Fure, Hendra, 2013, *Lokasi, Keberagaman Produk, Harga, dan Kualitas Pelayanan Pengaruhnya Terhadap Minat Beli pada Pasar Traditional Bersehati Calaca*, Jurnal EMBA, Vol.1 No.3.
- Ginting, Nembah F. Hartimbul, 2012, *Manajemen Pemasaran*, CV. Yrama Widya, Bandung.
- Hamdani dan Lupiyoadi, Rambat, 2018 *Manajemen Pemasaran Jasa*, Salemba Empat, Jakarta Selatan.
- Hurriyati, Ratih, 2010, *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*, ALFABETHA, Bandung.
- Kotler dan Keller, 2009, *Manajemen Pemasaran*, Jilid I, Edisi ke 12, Erlangga, Jakarta.
- Kurniasih, Indah Dwi, 2012, *Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Variabel Kepuasan (Studi pada Bengkel Ahass 0002-Astra Motor Siliwangi Semarang)*, Jurnal Administrasi Bisnis Vol. 1 No. 1.

- Limakrisna, Nandan dan Susilo, Wilhelmus Hary, 2012, *Manajemen Pemasaran Teori dan Aplikasi dalam Bisnis*, Mitra Wacana Media, Jakarta.
- Ratminto dan Winarsih, Atik Septi, 2010, *Manajemen Pelayanan, Pustaka Pelajar*, Yogyakarta.
- Setiadi, Nugroho, 2013, *Perilaku Konsumen*, PT. Karisma Putra Utama, Jakarta.
- Sunyoto, Danang, 2013, *Manajemen Pemasaran Pendekatan Konsep, Kasus, dan Psikologi Bisnis*, P.T Buku Seru, Jakarta.
- Supranto, Johannes dan Limakrisna, Nandan, 2010, *Pemasaran untuk Pemimpin Sektor Publik dan Organisasi Nirlaba yang Visioner*, Selemba Empat, Jakarta.
- Supriyanto dan Ernawati, 2010, *pemasaran Industri Jasa Kesehatan*, CV. Andi Offset, Yogyakarta.
- Tjiptono, Fandy, 2008, *Strategi Bisnis Pemasaran*, Andi Offset, Yogyakarta.