

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif pada penelitian ini meliputi analisis karakteristik responden dan analisis deskriptif terhadap 4 variabel penelitian yaitu kualitas produk, kualitas pelayanan, kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan. Adapun penjelasan mengenai analisis deskriptif adalah sebagai berikut.

Karakteristik responden pada penelitian ini adalah jenis kelamin, umur, pendidikan terakhir, dan pekerjaan responden. Berikut adalah penyajian hasil deskriptif karakteristik responden.

1. Deskripsi Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Berdasarkan hasil angket dengan 100 responden, maka daftar jenis kelamin dapat dikelompokkan dan disajikan sebagai berikut:

Tabel 4.1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Frekuensi	Presentase(%)
Perempuan	62	62,0
Laki-Laki	38	38,0
Jumlah	100	100,0

Berdasarkan data tabel diatas maka dapat terlihat bahwa responden dengan jenis kelamin perempuan sebanyak 62 orang atau sebesar 62% dan responden dengan jenis kelamin laki-laki adalah sebanyak 38 orang atau sebesar 38%. dengan demikian, responden pada penelitian ini didominasi oleh responden perempuan.

2. Deskripsi Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin Umur

Deskripsi karakteristik responden berdasarkan umur disajikan pada tabel berikut:

Tabel 4.2. Karakteristik Responden Berdasarkan Umur

Umur(tahun)	Frekuensi	Persentase(%)
16 – 20	27	27,0
21 – 25	21	21,0
26 – 30	18	18,0
31 – 35	16	16,0
36 – 40	18	18,0
Jumlah	100	100,0

Dari tabel diatas dapat dilihat bahwa yang menjadi responden dalam penelitian ini adalah 27 orang berumur 16-20 tahun, responden yang berumur 21-25 tahun sebanyak 21 orang atau sebesar 21%, responden yang berumur 26-30 tahun sebanyak 18 orang atau sebesar 18%, responden yang berumur 31-35 tahun sebanyak 16 orang atau sebesar 16%, responden yang berumur 36-40 tahun sebanyak 18 orang atau sebesar 18%. Adapun responden terbanyak adalah yang berumur 16-20 tahun yaitu sebanyak 27 orang atau

27%, sedangkan responden yang paling sedikit adalah responden dengan 31-35 tahun sebanyak 16 orang atau sebesar 16%.

3. Pendidikan Terakhir

Analisis deskriptif responden dikelompokkan berdasarkan pendidikan terakhir responden adalah sebagai berikut:

Tabel 4.3. Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan

Pendidikan Terakhir	Frekuensi	Persentase(%)
SMP/ Sederajat	21	21,0
SMA/ Sederajat	52	52,0
S1	27	27,0
Total	100	100,0

Dari tabel di atas dapat dilihat bahwa responden yang lulus SMP/ sederajat sebanyak 21 orang atau sebesar 21%, responden yang tingkat pendidikannya lulus SMA/ sederajat sebanyak 52 orang atau sebesar 52%, responden yang tingkat pendidikannya lulus S1 (strata 1) sebanyak 27 orang atau sebesar 27%. Adapun responden terbanyak adalah dengan tingkat pendidikan SMA/ sederajat yaitu sebanyak 52 orang atau sebesar 52%, dan responden dengan tingkat pendidikan lulus SMP/ Sederajat adalah yang paling sedikit dengan jumlah 21 orang atau sebesar 21%.

4. Pekerjaan Responden

Karakteristik responden berdasarkan Jenis pekerjaan akan dikelompokkan dan dijelaskan pada tabel berikut:

Tabel 4.4. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan

Jenis Pekerjaan	Frekuensi	Persentase(%)
-----------------	-----------	---------------

Mahasiswa/pelajar	46	46,0
Karyawan	12	12,0
IRT	27	27,0
Guru	15	15,0
Total	100	100,0

Dari tabel diatas dapat dilihat bahwa karakteristik responden berdasarkan jenis pekerjaan sebagai Mahasiswa/pelajar adalah sebanyak 46 orang atau sebesar 46%, jenis pekerjaan karyawan adalah sebanyak 12 orang atau sebesar 12%, jenis pekerjaan ibu rumah tangga(IRT) adalah sebanyak 27 orang atau sebesar 27%, , dan jenis pekerjaan sebagai guru adalah sebanyak 15 orang atau sebesar 15%. Adapun karakteristik responden berdasarkan jenis pekerjaan yang terbanyak adalah sebagai mahasiswa/pelajar yaitu sebanyak 46 orang atau sebesar 46%, dan karakteristik responden berdasarkan jenis pekerjaan yang paling sedikit adalah sebagai karyawan yaitu sebanyak 12 orang atau 12%.

B. Analisis Uji Prasyarat Regresi

Uji yang prasyarat untuk mencapai uji regresi pada penelitian ini adalah uji normalitas, homogenitas, dan linearitas. Jumlah responden yang digunakan dengan menggunakan rumus Lameshow telah dijelaskan pada BAB terdahulu yaitu 100 responden dan kemudian digunakan untuk uji prasyarat regresi yang akan dijelaskan sebagai berikut.

1. Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk melihat apakah data yang diperoleh dari sampel berdistribusi normal atau tidak. Untuk mengetahui frekuensi normal atau tidak suatu data dapat dilihat dengan ketentuan sebagai berikut. Jika nilai probabilitas (*asym.sig*) > 0,05 maka berdistribusi dikatakan normal. Sebaliknya jika nilai probabilitas (*asym.sig*) < 0,05 maka berdistribusi dapat dikatakan tidak normal. Uji normalitas dalam penelitian ini menggunakan *Kolmogorov-Smirnov* dengan tingkat kepercayaan 5% atau 0,05. Output dari hasil olah data menggunakan *SPSS versi 2,2* adalah sebagai berikut.

Tabel 4.5. Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.64256594
Most Extreme Differences	Absolute	.051
	Positive	.048
	Negative	-.051
Test Statistic		.051
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200

Berdasarkan *output* yang diperoleh dari data 100 responden (N=100) dapat dilihat bahwa nilai *Asymp. Sig(2-tailed)* adalah sebesar 0,2. Apabila dibandingkan dengan nilai probabilitas (*Asymp. Sig.*) > 0,05; maka dapat ditarik kesimpulan bahwa variabel kualitas produk, keunikan produk, kualitas pelayanan, dan keputusan pembelian berdistribusi normal.

2. Linieritas

Uji linearitas ini adalah untuk mengetahui antara variabel bebas dan variabel terikat linier atau tidak. Kriteria pengujian linearitas adalah jika nilai signifikansi lebih besar dari 0,05, maka hubungan antara variabel bebas dan variabel terikat adalah linier. Sebaliknya jika nilai signifikansi menunjukkan angka dibawah 0,05 maka hubungan antara variabel bebas dan variabel terikat adalah tidak linier. Uji linieritas pada penelitian ini menggunakan aplikasi *SPSS versi 2,2* yang dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.6. Hasil Uji Linieritas menggunakan aplikasi SPSS 2,2

Variabel	Nilai Sig.	Keterangan
Kualitas Produk	0,599	Linier
Kualitas pelayanan	0,667	Linier
Kepuasan pelanggan	0,459	Linier

Berdasarkan Tabel Hasil Uji Linieritas menggunakan aplikasi *SPSS 2,2* diatas, dapat dilihat bahwa semua variabel independen mempunyai nilai signifikansi yang lebih besar dari 0,05. Untuk variabel kualitas produk memiliki nilai signifikansi 0,599, Untuk variabel kualitas pelayanan memiliki nilai signifikansi 0,667, dan untuk variabel kepuasan pelanggan memiliki nilai signifikansi 0,459. Hal ini menunjukkan bahwa setiap variabel independen berhubungan linear secara signifikan terhadap variabel dependen (loyalitas pelanggan).

C. Uji Asumsi Klasik

Tujuan pengujian asumsi klasik ini adalah untuk memberikan kepastian bahwa persamaan regresi yang didapatkan memiliki ketepatan dalam estimasi,

tidak bias dan konsisten. Pada penelitian ini uji asumsi klasik yang digunakan adalah uji multikolinearitas, uji autokorelasi, dan uji heteroskedastisitas yang dijelaskan sebagai berikut.

1. Uji Multikolinieritas

Tujuan digunakannya uji ini adalah untuk menguji apakah pada model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel independen. Jika terdapat atau terjadi korelasi, maka dinamakan terdapat problem multikolinieritas. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi di antara variabel independen. Untuk mendeteksi ada tidaknya multikolinieritas dapat dilihat dari nilai *tolerance* dan VIF. Apabila nilai *tolerance* diatas 0,1 dan nilai VIF di bawah 10 maka tidak terjadi multikolinieritas. Uji multikolinieritas pada penelitian ini menggunakan aplikasi *SPSS versi 2,2* yang dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.7. Hasil Uji Multikolinieritas dengan menggunakan aplikasi *SPSS 2,2*

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
(Constant)		
1 Kualitas Produk	.983	1.017
Kualitas Pelayanan	.997	1.003
Kepuasan Pelanggan	.986	1.014

Pada tabel hasil Hasil Uji Multikolinieritas dengan menggunakan aplikasi *SPSS 2,2* diatas dapat dilihat bahwa nilai *tolerance* tidak ada yang kurang dari 0,1 artinya tidak ada korelasi antar variabel independen. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa tidak terjadi multikolinieritas pada data tersebut. multikolinieritas juga dapat dilihat dari nilai VIF(*Variance Inflating Factor*). Bila

nilai VIF lebih kecil dari 5 maka tidak terjadi multikolinieritas. Dari Hasil Uji Multikolinieritas dengan menggunakan aplikasi *SPSS 2,2* diatas dapat dilihat bahwa nilai VIF kualitas produk, keunikan produk, dan kualitas pelayanan, semuanya lebih kecil dari 5, dengan demikian dapat disimpulkan bahwa model regresi pada penelitian ini memenuhi syarat untuk menjadi model regresi yang baik karena tidak terjadi korelasi antar variabel independen.

2. Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi linear ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan pengganggu pada periode sebelumnya. Jika terjadi korelasi, maka dinamakan ada problem autokorelasi. Uji autokorelasi yang dilakukan dengan uji *Durbin Waston*, dimana pengambilan keputusannya adalah jika nilai *Durbin Waston* lebih kecil dari dL atau lebih besar dari $(4-dL)$, maka terdapat autokorelasi, jika nilai *Durbin Waston* terletak antara dU dan $(4-dU)$, maka tidak ada autokorelasi, dan jika nilai *Durbin Waston* terletak antara dL dan dU atau diantara $(4-dU)$ dan $(4-dL)$, maka tidak menghasilkan kesimpulan yang pasti. Uji autokorelasi pada penelitian ini menggunakan aplikasi *SPSS versi 2,2* yang dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.8. Hasil Uji Autokorelasi

Model Summary ^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.198 ^a	.039	.009	1.668	1.957

a. Predictors: (Constant), Kepuasan Pelanggan, Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk

b. Dependent Variable: Loyalitas Pelanggan

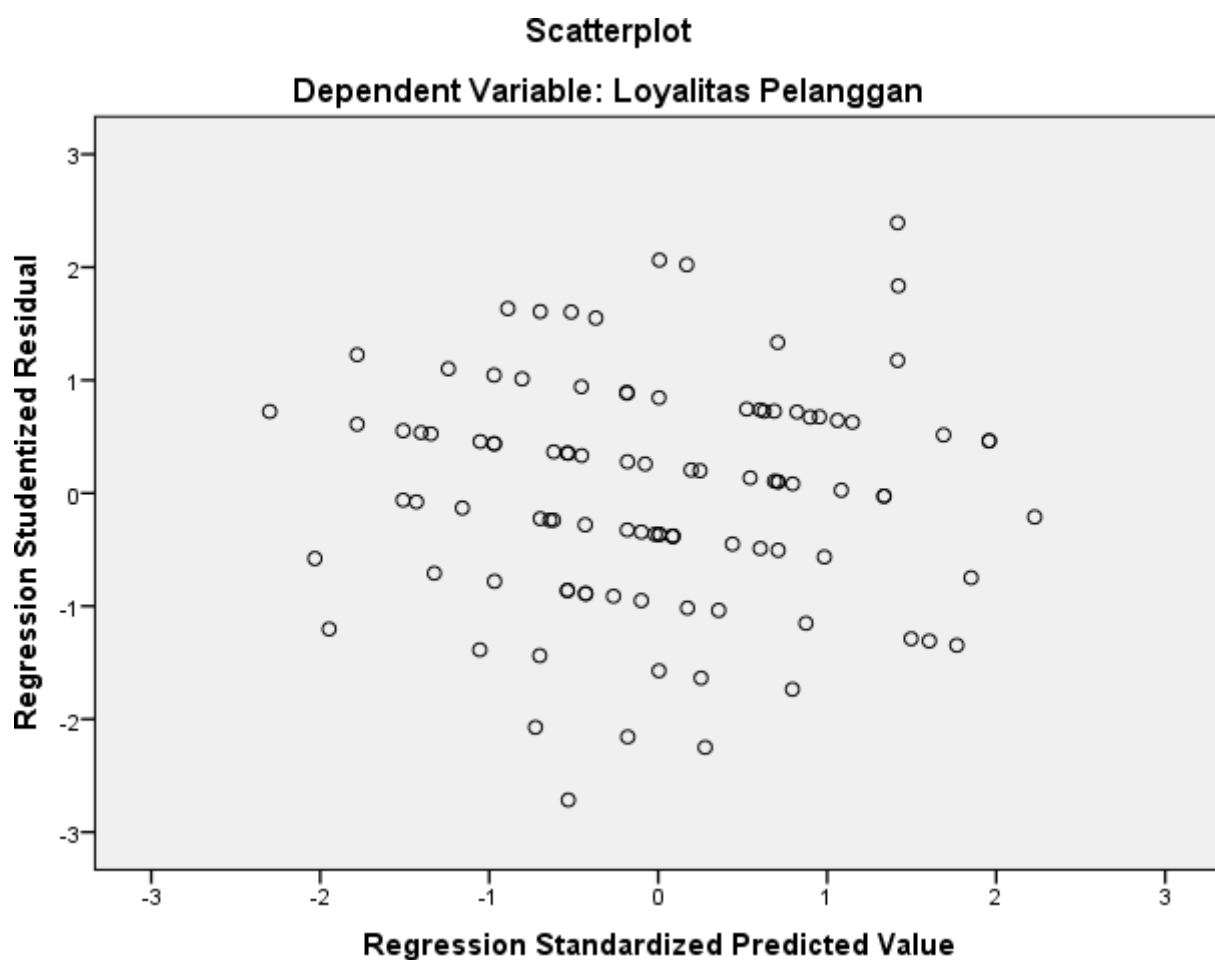
Pada tabel hasil uji autokorelasi dengan menggunakan aplikasi *SPSS 2,2* diatas dapat dilihat bahwa nilai *DW(Durbin Waston)* adalah sebesar 1,957. Dengan signifikansi 5% serta jumlah 100 sampel, dan banyaknya variabel bebas adalah 3, maka didapat nilai tabel(*dL*) adalah 1,613, dan nilai tabel(*dU*) adalah sebesar 1,736. Maka didapat nilai (*4-dU*) adalah $(4-1,736) = 2,264$. Sebagaimana pengambilan keputusan dengan menggunakan uji *Durbin Wastod* diatas, nilai *Durbin Wastod* yang didapat terletak diantara (*dL*) dan (*4-dU*) atau $1,613 < 1,957 < 2,264$. Artinya tidak terdapat masalah autokorelasi. Dengan demikian data dapat di analisis lebih lanjut.

3. Uji Heteroskedastisitas

Pengujian heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain. Model regresi yang baik adalah tidak terjadi heteroskedastisitas dan untuk mengetahui ada tidaknya heteroskedastiditas dengan menggunakan uji *Glejser* dengan melihat gambar *scatterplot*. Adapun pengambilan keputusan dengan melihat gambar *scatterplot* data dapat dikatakan tidak terdapat masalah heteroskedastisitas apabila titik-titik data menyebar di atas dan dibawah atau disekitar angka 0, titik-titik tidak berkumpul di atas atau di bawah angka 0 saja, penyebaran titik-titik data tidak boleh membentik pola bergelombang membentuk pola bergelombang melebar kemudian menyempit dan melebar kembali, dan penyebaran titik-titik data tidak berpola. Uji heteroskedastisitas pada penelitian ini

menggunakan aplikasi *SPSS versi 2,2* yang dapat dilihat pada gambar *Scatterplot* berikut:

Gambar Scatterplot Hasil Uji Heteroskedastisitas



Dari gambar diatas dapat dilihat bahwa: titik-titik data penyebaran di atas dan dibawah atau disekitar angka 0, titik-titik tidak mengumpul hanya diatas atau dibawah angka 0 saja, penyebaran titik-titik data tidak membentuk pola tertentu, dan penyebaran titik-titik data tidak membentuk pola bergelombang melebar emudian menyempit dan melebar kembali. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi masalah heteroskedastisitas.

D. Uji Hipotesis

1. Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda digunakan untuk menguji hubungan pengaruh antara variabel dependen dan variabel independen. Analisis ini digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya pengaruh kualitas produk, keunikan produk dan kualitas pelayanan baik secara individual(*parsial*) atau bersama-sama(*simultan*) terhadap keputusan pembelian. Untuk menguji hipotesis-hipotesis yang ada dengan menggunakan uji regresi linier berganda, hasil uji regresi linier berganda dapat dibawah ini :

Tabel 4.9. Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda

Model		Coefficients ^a				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	13.154	3.288		4.001	.000
	Kualitas Produk	.117	.095	.124	1.233	.021
	Kualitas Pelayanan	.090	.089	.101	1.012	.031
	Kepuasan Pelanggan	.117	.086	.138	1.366	.017

a. Dependent Variable: Loyalitas Pelanggan

Dari hasil analisis tersebut dapat diketahui persamaan regresi linier berganda pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

$$Y = 13,158 + 0,117X_1 + 0,090X_2 + 0,117X_3$$

Keterangan:

Y : Prediksi Keputusan Pembelian

- 13,158 : konstanta dengan nilai sebesar 13,158 artinya apabila setiap variabel independen dianggap nol maka prediksi keputusan pembelian(Y) adalah sebesar 13,158
- $0,117X_1$: koefisien variabel independen Kualitas produk(X_1) adalah sebesar 0,117. Hal ini menunjukkan kualitas produk dapat mempengaruhi loyalitas pelanggan secara positif. Apabila kualitas produk ditingkatkan menjadi 1 poin maka terjadi peningkatan prediksi loyalitas pelanggan sebesar 0,117.
- $0,090X_2$: koefisien variabel independen kualitas pelayanan(X_2) adalah sebesar 0,09. Hal ini menunjukkan kualitas pelayanan dapat mempengaruhi loyalitas pelanggan secara positif. Apabila kualitas pelayanan ditingkatkan menjadi 1 poin maka terjadi peningkatan prediksi loyalitas pelanggan sebesar 0,09.
- $0,117X_3$: koefisien variabel independen kepuasan pelanggan(X_3) adalah sebesar 0,117. Hal ini menunjukkan kepuasan pelanggan dapat mempengaruhi loyalitas pelanggan secara positif. Apabila kepuasan pelanggan ditingkatkan menjadi 1 poin maka terjadi peningkatan prediksi loyalitas pelanggan sebesar 0,117.

2. Pengujian Hipotesis

a. Hipotesis 1

Dalam hipotesis 1 mengatakan bahwa kualitas produk berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas pelanggan Indihome di Teweh Baru. Untuk menguji hipotesis tersebut didasarkan pada nilai Sig. T_{hitung} . Pada

tabel hasil analisis regresi linier berganda, dapat dilihat bahwa kualitas produk memiliki nilai signifikansi sebesar 0,021 lebih kecil dari 0,05, artinya h_a diterima dan h_0 ditolak. Selain itu kualitas produk memiliki koefisien sebesar 0,117 yang artinya jika kualitas produk naik satu satuan, maka loyalitas pelanggan naik sebesar 0,117. Dengan demikian kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan Indihome di teweh baru.

b. Hipotesis 2

Dalam hipotesis 2 mengatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas pelanggan Indihome di Teweh Baru. Untuk menguji hipotesis tersebut didasarkan pada nilai $\text{Sig. } T_{\text{hitung}}$. Pada tabel hasil analisis regresi linier berganda, dapat dilihat bahwa kualitas pelayanan memiliki nilai signifikansi sebesar 0,031 lebih kecil dari 0,05, artinya h_a diterima dan h_0 ditolak. Selain itu kualitas pelayanan memiliki koefisien sebesar 0,09 yang artinya jika kualitas pelayanan naik satu satuan, maka loyalitas pelanggan naik sebesar 0,09. Dengan demikian kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan Indihome di teweh baru.

c. Hipotesis 3

Dalam hipotesis 3 mengatakan bahwa kepuasan pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas pelanggan Indihome di Teweh Baru. Untuk menguji hipotesis tersebut didasarkan pada nilai $\text{Sig. } T_{\text{hitung}}$. Pada tabel hasil analisis regresi linier berganda, dapat dilihat

bahwa kepuasan pelanggan memiliki nilai signifikansi sebesar 0,017 lebih besar dari 0,05, artinya h_a diterima dan h_0 ditolak. Selain itu kepuasan pelanggan memiliki koefisien sebesar 0,117 yang artinya jika kepuasan pelanggan naik satu satuan, maka loyalitas pelanggan naik sebesar 0,117. Dengan demikian kepuasan pelanggan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan Indihome di teweh baru.

d. Hipotesis 4

Hipotesis 4 mengatakan bahwa kualitas produk, kualitas pelayanan, dan kepuasan pelanggan berpengaruh secara simultan terhadap loyalitas pelanggan Indihome di Teweh Baru. Untuk menguji hipotesis tersebut didasarkan pada nilai Sig. F_{hitung} . Hasil analisis data disampaikan pada tabel di bawah ini:

Tabel 4.10. Hasil Uji F(Simultan)

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	10.896	3	3.632	3.305	.277 ^b
	Residual	267.104	96	2.782		
	Total	278.000	99			

a. Dependent Variable: Loyalitas Pelanggan

b. Predictors: (Constant), Kepuasan Pelanggan, Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk

Berdasarkan hasil uji Anova diatas, diketahui nilai F_{hitung} adalah sebesar 3,305 dengan probabilitas sebesar 0,277. Adapun nilai F_{tabel} dengan signifikansi 0,05, jumlah sampel(n) adalah 100 dan 3 variabel bebas adalah 2,70. Jadi dapat dilihat perbandingan antara F_{hitung} dan F_{tabel} adalah $F_{hitung}(3,305) > F_{tabel}(2,7)$ maka dapat disimpulkan bahwa

kepuasan pelanggan, kualitas pelayanan, dan kualitas produk berpengaruh secara simultan terhadap loyalitas pelanggan Indihome di Teweh Baru.

Kemampuan variabel kepuasan pelanggan, kualitas pelayanan, dan kualitas produk dalam memprediksi loyalitas pelanggan dapat dilihat dari koefisien determinasi. Besarnya koefisien determinasi dapat dilihat dari nilai R^2 (*R Square*) pada tabel berikut:

Tabel 4.11. Hasil Uji Determinasi

Model Summary ^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.891 ^a	.793	.009	1.668	1.957

- a. Predictors: (Constant), Kepuasan Pelanggan, Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk
 b. Dependent Variable: Loyalitas Pelanggan

Berdasarkan tabel uji determinasi diatas dapat diketahui bahwa nilai R^2 (*R Square*) adalah sebesar 0,793. Hal ini menunjukkan bahwa presentase pengaruh variabel bebas(kualitas produk, keunikan produk, dan kualitas pelayanan) terhadap variabel terikat(loyalitas pelanggan) adalah sebesar 79,3%, sedangkan sisanya yaitu 20,7% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam variabel penelitian ini.

E. Pembahasan Hasil Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk menguji dan menganalisis pengaruh variabel bebas(kualitas produk, kualitas pelayanan, kepuassan pelanggan) terhadap variabel terikat(loyalitas pelanggan) Indihome di Teweh Baru. Dari analisis yang sudah dijelaskan diatas berikut adalah pembahasan dalam penelitian ini.

1. Pengaruh Variabel Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan Indihome Di Teweh Baru

Hasil pengujian hipotesis pertama mengatakan bahwa kualitas produk berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan Indihome di Teweh Baru. Hal ini didasarkan dari nilai Sig. T_{hitung} Pada tabel hasil analisis regresi linier berganda, dapat dilihat bahwa kualitas produk memiliki nilai signifikansi sebesar 0,021 lebih kecil dari 0,05. Selain itu kualitas produk memiliki koefisien sebesar 0,117 yang artinya jika kualitas produk naik satu satuan, maka loyalitas pelanggan naik sebesar 0,117. Dengan demikian pengaruh kualitas produk signifikan terhadap loyalitas pelanggan.

2. Pengaruh Variabel Kualitas pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Indihome Di Teweh Baru

Hasil pengujian hipotesis kedua mengatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas pelanggan Indihome di Teweh Baru. Untuk menguji hipotesis tersebut didasarkan pada nilai Sig. T_{hitung} . Pada tabel hasil analisis regresi linier berganda, dapat dilihat bahwa kualitas pelayanan memiliki nilai signifikansi sebesar 0,031 lebih kecil dari 0,05, artinya h_a diterima dan h_0 ditolak. Selain itu kualitas pelayanan memiliki koefisien sebesar 0,09 yang artinya jika kualitas pelayanan naik satu satuan, maka loyalitas pelanggan naik sebesar 0,09. Dengan demikian kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan Indihome di teweh baru.

3. Pengaruh Variabel Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Indihome Di Teweh Baru

Berdasarkan hasil hipotesis ketiga mengatakan bahwa kepuasan pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas pelanggan Indihome di Teweh Baru. Untuk menguji hipotesis tersebut didasarkan pada nilai Sig. T_{hitung} . Pada tabel hasil analisis regresi linier berganda, dapat dilihat bahwa kepuasan pelanggan memiliki nilai signifikansi sebesar 0,017 lebih besar dari 0,05, artinya h_a diterima dan h_0 ditolak. Selain itu kepuasan pelanggan memiliki koefisien sebesar 0,117 yang artinya jika kepuasan pelanggan naik satu satuan, maka loyalitas pelanggan naik sebesar 0,117. Dengan demikian kepuasan pelanggan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan Indihome di teweh baru.

4. Pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan, dan kepuasan pelanggan (secara simultan) terhadap loyalitas pelanggan Indihome di teweh Baru

Hasil pengujian hipotesis keempat mengatakan nilai F_{hitung} adalah sebesar 3,305 dengan probabilitas sebesar 0,277. Adapun nilai F_{tabel} dengan signifikansi 0,05, jumlah sampel(n) adalah 100 dan 3 variabel bebas adalah 2,70. Jadi dapat dilihat perbandingan antara F_{hitung} dan F_{tabel} adalah $F_{hitung}(3,305) > F_{tabel}(2,7)$ maka dapat disimpulkan bahwa kepuasan pelanggan, kualitas pelayanan, dan kualitas produk berpengaruh secara simultan terhadap loyalitas pelanggan Indihome di Teweh Baru.