

**PENGARUH CITRA, KUALITAS LAYANAN, DAN
FASILITAS TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PADA
PT SUMEKAR KABUPATEN SUMENEP**

Artikel Skripsi

Program Studi : Manajemen



Oleh :

INDIRA SUSWATI

NPM : 715.2.1.1826

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS WIRARAJA SUMENEP**

2019

**PENGARUH CITRA, KUALITAS LAYANAN, DAN
FASILITAS TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PADA
PT SUMEKAR KABUPATEN SUMENEP**

Artikel Skripsi
Program Studi : Manajemen

Diajukan Oleh :
INDIRA SUSWATI
NPM : 715.2.1.1826

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS WIRARAJA
2019**

Telah Disetujui
Dosen Pembimbing
Pada Tanggal 23 Agustus 2019



Dedy Arfiyanto, SE.,MM.
0731077301

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademik Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas
Wiraraja, saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Indira Suswati
NPM : 715.2.1.1826
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Program Studi : Manajemen
Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Hak **Bebas Royalti Noneklusif (Non-exclusive
Royalty-Free Right)** atas karya ilmiah saya yang berjudul:

Pengaruh Citra, Kualitas Layanan, dan Fasilitas terhadap Loyalitas Pelanggan
pada PT Sumekar Kabupaten Sumenep

beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti
Noneklusif ini Fakultas Ekonomi dan Bisnis berhak menyimpan, mengalih
media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat,
dan memublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya
sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya, untuk dapat
dipergunakan sebagaimana mestinya.

Dibuat di : Sumenep
Pada tanggal : 23 Agustus 2019
Yang menyatakan



(Indira Suswati)

PENGARUH CITRA, KUALITAS LAYANAN, DAN FASILITAS TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PADA PT SUMEKAR KABUPATEN SUMENEP

Indira Suswati
Dedy Arfiyanto

Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas wiraraja

E-mail: indirasuswati21@gmail.com
E-mail: dedyarfiyanto@wiraraja.ac.id

Abstrak

Citra merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi loyalitas pelanggan akan tetapi masyarakat terlalu memikirkan hal tersebut. Jika kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang cukup besar terhadap loyalitas pelanggan pada PT Sumekar, karena kecepatan yang dimiliki kurang cepat. Serta fasilitas yang tidak sesuai ekspektasi membuat masyarakat kurang loyal terhadap perusahaan.

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh citra, kualitas layanan, dan fasilitas terhadap loyalitas pelanggan pada PT Sumekar Kabupaten Sumenep. Dengan metode *insidental sampling* dalam teknik pengambilan sampel sebanyak 100 responden yang menjadi sampel penelitian. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu, uji validitas dan reabilitas, uji asumsi klasik, analisis regresi linier berganda, dan uji hipotesis yang diolah menggunakan SPSS versi 20.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara bersama-sama variabel citra, kualitas layanan, dan fasilitas memiliki pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas pelanggan baik secara parsial maupun secara simultan. Serta variabel yang memiliki pengaruh paling dominan yaitu, kualitas layanan.

Kata Kunci : *Citra; Kualitas Layanan; Fasilitas; Loyalitas Pelanggan*

EFFECT OF IMAGE, SERVICE QUALITY, AND FACILITIES ON COSTOMER LOYALTY IN PT SUMEKAR SUMENEP DISTRICT

Abstract

Image is one of the factors that affect customer loyalty, but people think too much about it. If service quality has a considerable influence on customer loyalty at PT Sumekar, the speed it has is not fast enough. And facilities that do not meet expectations make people less loyal to the company.

This study was conducted to determine how much influence the image, quality of service, and facilities on customer loyalty at PT Sumekar, Sumenep Regency. With the insidental sampling method in the sampling technique as many as 100 respondents who became the study sample. The data analysis technique used in this study is, validity and reliability test, classic assumption test, multiple linear regression analysis, and hypothesis testing processed using SPSS version 20.

The results of this study indicate that together image variables, service quality, and facilities have a significant influence on customer loyalty both partially and simultaneously. As well as variables that have the most dominant influence, namely, service quality.

Keywords: *Image; Service Qualit; Facilities; Customer Loyalty*

Pendahuluan

Pada era globalisasi saat ini meningkatkan citra, kualitas layanan dan fasilitas merupakan salah satu tujuan dari perusahaan agar dapat diterima oleh masyarakat. Hal ini disebabkan oleh perkembangan teknologi yang semakin canggih dan daya pikir masyarakat yang sudah mulai berkembang. Masyarakat merasa nyaman dengan pelayanan yang diberikan kepada konsumen. Semakin baik penilaian konsumen, maka akan semakin tinggi pula kepuasan dan loyalitas pada konsumen dalam perusahaan tersebut.

PT Sumekar merupakan salah satu perusahaan yang mengelolah kapal di Kalianget yang digunakan untuk transportasi ke pulau Kangean – Sapeken. Perusahaan harus memberikan kesan yang baik untuk menarik perhatian dari masyarakat atau pelanggan. Dengan memperhatikan beberapa faktor yang dapat mempengaruhi pelanggan serta untuk dapat bersaing terhadap perusahaan yang lain.

Kapal KM Dharma Bahari Sumekar merupakan salah satu dari kapal yang digunakan untuk transportasi ke pulau Kangean - Sapeken yang di kelolah oleh PT Sumekar. Masyarakat juga pasti sangat familiar terhadap kapal KM Dharma Bahari Sumekar yang sudah bertahun-tahun digunakan untuk transportasi ke pulau. Jadi, untuk mempertahankan perusahaan harus selalu memperhatikan kondisi kapal yang layak atau tidak digunakan dan setiap bulannya harus ada perawatan untuk kapal itu sendiri.

PT Sumekar harus memberikan kesan yang bisa memberikan kepercayaan dan membuat pelanggan loyal terhadap kapal Dharma Bahari Sumekar (DBS). Dengan begitu pelanggan akan merasa nyaman dan aman tanpa harus mempertimbangkan kecepatan sampai di tujuan. Sebab, kekurangan dari kapal ini yaitu : kecepatan untuk sampai di tujuan tidak secepat dengan kapal ekspres. Sehingga perusahaan harus bisa memberikan sikap yang mampu bersaing dengan perusahaan lain.

Petugas pada KM Dharma Bahari Sumekar melakukan layanan dengan sangat ramah dan sopan. Layanan yang di berikan kepada penumpang yaitu, membantu memasukkan dan menata barang penumpang yang sangat banyak dan

kesusahan dalam membawanya. Serta barang yang dibawa tidak rusak, karena petugas membantu setiap penumpang mengalami kesusahan dalam membawa barangnya dan memberikan bantuan jika ada penumpang mengeluhkan sesuatu saat kapal sudah berlayar. Sehingga penumpang yang bisa merasa nyaman terhadap pelayanan dan akan loyal terhadap perusahaan.

Hal semacam ini juga berlaku pada perusahaan transportasi penghubung Kalianget – Kangean – Sapeken. Pemilik dari kapal seharusnya memperhatikan betapa pentingnya citra, kualitas layanan dan fasilitas untuk menjaga kesetiaan pelanggan. Pelanggan juga akan merasa aman dan nyaman jika diperhatikan dari kualitas layanannya. Para pemilik kapal harus memahami pelanggan dengan memberikan kualitas pelayanan yang baik.

Tujuan dalam penelitian ini merupakan untuk mengetahui seberapa loyal masyarakat terhadap perusahaan dan bagaimana kualitas yang diberikan karyawan perusahaan (PT Sumekar) dalam hal melayani penumpangnya. Sehingga memberikan kesan yang baik dan berbeda dari kapal yang lainnya, serta bisa memikat hati pelanggan yang ada.

Tinjauan Pustaka

Citra

Menurut Kotler (2009:235) Citra adalah total persepsi terhadap suatu obyek yang dibentuk dengan memproses informasi dari berbagai sumber setiap waktu. Citra dapat dikatakan sebagai persepsi masyarakat dengan adanya kepercayaan, pengetahuan, pengalaman, dan perasaan masyarakat itu sendiri terhadap suatu perusahaan, jadi aspek fasilitas yang dimiliki perusahaan dan layanan yang diutarakan karyawan kepada pelanggan bisa mengubah persepsi pelanggan terhadap citra.

Kualitas Layanan

Jika pelanggan menerima jasa lebih dari harapan yang diinginkan, maka kualitas layanan yang dipersepsikan merupakan kualitas yang ideal dan sebaliknya. Dengan demikian kualitas layanan bisa kita lihat dari kemampuan penyedia jasa yang diberikan kepada pelanggan secara konsisten. Menurut Tjiptono (2011:51) kualitas adalah sesuatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan

produk, jasa, manusia, proses dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan.

Fasilitas

Menurut Tjiptono (2014: 317) fasilitas merupakan sumber daya fisik yang harus ada sebelum suatu jasa ditawarkan kepada konsumen. Fasilitas adalah hal yang penting pada usaha jasa, sebab fasilitas yang ada yaitu desain interior, kondisi fasilitas dan eksterior, serta kebersihan yang harus di jaga dan dipertimbangkan terutama yang berkaitan erat dengan apa yang dirasakan konsumen secara langsung. Persepsi akan di peroleh dari intraksi pelanggan terhadap fasilitas yang sudah ada pada suatu jasa memiliki pengaruh terhadap kualitas jasa tersebut dimata konsumen.

Loyalitas Pelanggan

Kotler dan Keller (2009:138) mengungkapkan loyalitas adalah komitmen yang dipegang secara mendalam untuk membeli atau mendukung kembali produk atau jasa yang disukai di masa depan meski pengaruh situasi dan usaha pemasaran berpotensi menyebabkan pelanggan beralih. Sehingga loyalitas pelanggan adalah komitmen dari konsumen itu sendiri dalam hal menggunakan kembali jasa transportasi tersebut.

Metode Penelitian

Jenis Penelitian

Dalam penelitian ini menggunakan penelitian kuantitatif, yaitu penelitian yang bertujuan untuk mendapatkan penjelasan atau eksplanasi tentang realitas, dan untuk menemukan hukum-hukum realitas. Pada dasarnya penelitian ini bertujuan untuk mengetahui kebenaran suatu hipotesis atau hipotesis yang dilakukan secara mengumpulkan data di lapangan langsung. Sehingga dalam penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh citra, kualitas layanan, dan fasilitas terhadap loyalitas pelanggan.

Tempat dan Waktu Penelitian

Objek penelitian ini dilakukan di kapal Dharma Bahari Sumekar (PT. Sumekar). Waktu penelitian dilakukan pada bulan Maret-Mei 2019.

Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi yang digunakan oleh peneliti yaitu seluruh pengguna atau pelanggan dari kapal Dharma Bahari Sumekar, baik itu dari orang dewasa maupun anak-anak. Dengan jumlah populasi 32049 orang.

2. Sampel

Sampel dalam peneliti ini menggunakan teknik *nonprobability sampling*, yaitu teknik *insidental sampling*. Sehingga Dalam mengambil sampel harus dilakukan sebagaimana semestinya agar memperoleh sampel yang benar-benar bisa berguna serta bermanfaat atau bisa memprediksi keadaan populasi yang sebenarnya. Dengan demikian istilah lainnya, yaitu yang bisa *representatif* (mewakili). Untuk menentukan besarnya sampel yang dibutuhkan, sehingga menggunakan rumus slovin (Sugiono, 2017:81).

Jenis dan Sumber Data

Pada jenis data penelitian ini karakteristik, pengalaman dan sikap seseorang yang akan menjadi responden. Sedangkan data ini langsung diperoleh dari manajer PT Sumekar yang mengelolah data pelanggan atau penumpang dalam setiap keberangkatan, sehingga tersusun pada setiap bulannya.

Variabel dan Defenisi Operasional Variabel

Dalam operasional variabel dibagi atas variabel terikat dan variabel bebas. Variabel terikat adalah loyalitas pelanggan (Y). Sedangkan peneliti ini menggunakan variabel bebas,yaitu citra (X1), kualitas layanan (X2), dan fasilitas (X3).

Teknik Pengumpulan Data

Teknik penentuan data dari peneliti ini merupakan data primer (yang didapat secara langsung dari orang terpercaya), data di peroleh langsung oleh peneliti berasal dari objek (obyek) penelitian pada KM Dharma Bahari Sumekar (PT Sumekar). Adapun teknik yang digunakan dalam pengumpulan data, yaitu observasi dan kuesioner (angket).

Teknik Analisis Data

1. Uji validitas dan reabilitas

Pada uji validitas ini, setiap variabel (item) yang di uji dapat di realisasikan dengan melihat skor total item (variabel) yang disebut valid tidaknya suatu data tersebut. Sedangkan uji reabilitas di gunakan untuk melihat penyebaran kuesioner sesuai dengan prediksi, sehingga bisa di sebut reliabel atau handal apabila jawaban seseorang terhadap pertanyaan adalah stabil atau konsisten dari waktu ke waktu.

2. Uji asumsi klasik

Ada beberapa uji yang di lakukan, yaitu normalitas, autokorelasi, multikolinearitas, linieritas, dan heterokedastisitas. Dengan tujuan dan maksud yang berbeda, serta memiliki fungsi masing-masing.

3. Analisis regresi linier berganda

Dengan adanya uji (analisis) regresi linier berganda maka akan mempermudah untuk mengetahui ada atau tidaknya pengaruh citra (C), kualitas layanan (KL), dan nilai pelanggan (NP) sebagai variabel bebas (independen) terhadap loyalitas pelanggan (LP) sebagai variabel terikat (dependen). Rumus regresi linier berganda menurut Sugiyono (2011:192) adalah sebagai berikut: $Lp = a + b1C + b2Kl + b3Np$

4. Uji hipotesis

Pada uji f dapat melihat apakah seluruh item(variabel) bebas dengan variabel(item) terikat memiliki hubungan secara bersama-sama(simultan). Sedangkan uji t bisa menilai keseluruhan item (variabel) memiliki hubungan masing-masing pada tingkat signifikan. Serta pada uji (koefisien) determinasi digunakan jika uji f signifikan, sehingga bisa memprediksi kontribusi pengaruh variabel X terhadap variabel Y.

Hasil penelitian dan pembahasan

Karakteristik responden

Dari penelitian ini dapat di melihat karakteristik pelanggan(responden) dengan beberapa jenis antara lain:

1. Karakteristik pelanggan atau responden berdasarkan jenis kelamin

Tabel 1. Jumlah responden berdasarkan jenis kelamin

Jenis kelamin	Jumlah responden	Persentase
Laki-laki	49 orang	49
Perempuan	51 orang	51 %
Total	100 orang	100%

Sumber : data sekunder, diolah tahun 2019

Pada tabel 1 diketahui bahwa jumlah laki-laki 49 orang atau 49%, sedangkan responden perempuan berjumlah 51 orang (51%). Maka bisa nyatakan bahwa paling banyak responden yang digunakan dalam penelitian ini yaitu perempuan sebanyak 51 orang dari 100 responden.

2. Karakteristik responden berdasarkan usia

Tabel 2. Jumlah responden berdasarkan usia

Keterangan	Jumlah	Persentase
17-20 tahun (1)	12 orang	12%
21-30 tahun (2)	32 orang	32%
1-40 tahun (3)	37 orang	37%
Diatas 40 tahun (4)	19 orang	19%
Total	100 orang	100%

Sumber: data sekunder, diolah tahun 2019

Pada tabel 2 bisa dilihat angka 1 menunjukkan usia dari 17-20 tahun sebanyak 12 responden(orang) atau 12%, angka 2 menunjukkan usia dari 21-30 tahun sebanyak 32 responden atau 32%, angka 3 menunjukkan usia dari 31-40 tahun sebanyak 37 orang atau 37%, sedangkan angka 4 menunjukkan usia diatas 40 tahun sebanyak 19 oarang atau 19%. Maka dapat di simpulkan bahwa responden paling banyak, yaitu pada usia 31-40 tahun dengan jumlah 37 orang atau 37% dari 100 responden. Sedangkan responden paling rendah, yaitu pada usia 17-20 tahun dengan jumlah 12 orang atau 12% dari 100 responden.

3. Karakteristik pelanggan berdasarkan pendidikan terakhir

Tabel 3 jumlah responden berdasarkan pendidikan terakhir

Keterangan	Jumlah	Persentase
SD (1)	15 orang	15%
SMP (2)	6 orang	6%
SMA/SMK (3)	36 orang	36%
Diploma (4)	24 orang	24%
S1 (5)	19 orang	19%
Total	100 orang	100%

Sumber: data sekunder, diolah tahun 2019

Pada tabel 3 bisa dilihat angka 1 menunjukkan sekolah dasar (SD) sebanyak 15 orang atau 15%, angka 2 menunjukkan sekolah menengah pertama (SMP) sebanyak 6 orang atau 6%, angka 3 menunjukkan sekolah menengah atas atau sekolah menengah kejuruan (SMA/SMK) sebanyak 36 orang atau 36%, angka 4 menunjukkan diploma sebanyak 24 orang atau 24%, angka 5 menunjukkan S1 sebanyak 19 orang atau 19%. Sehingga dapat dilihat bahwa paling banyak pendidikan terakhir responden, yaitu SMA/SMK sebanyak 36 orang dari 100 responden.

4. Karakteristik pelanggan berdasarkan pekerjaan

Tabel 4 jumlah responden berdasarkan pekerjaan

	Jumlah responden	Persentase
1	6	6%
2	11	11%
3	28	28%
4	37	37%
5	18	18%
Total	100	100%

Sumber: data sekunder, diolah tahun 2019

Berdasarkan tabel 4 diatas dapat dilihat angka 1 menunjukkan pelajar dengan jumlah responden 6 orang atau 6%, angka 2 menunjukkan pegawai dengan jumlah responden 11 orang atau 11%, angka 3 menunjukkan PNS dengan jumlah responden 28 orang atau 28%, angka 4 menunjukkan wiraswasta dengan jumlah responden 37 orang atau 37%, dan angka 5 menunjukkan lain-lain dari pekerjaan yang sudah ada dengan jumlah 18 orang atau 18%. Sehingga dapat di simpulkakn bahwa karakteristik responden berdasarkan pekerjaan yang paling banyak, yaitu wiraswasta sebesar 37 orang dari 100 responden. Dan paling rendah pada karakteristik responden berdasarkan pekerjaan, yaitu pelajar sebesar 6 orang dari 100 responden.

Analisis regresi linier berganda

Tabel 5 Hasil estimasi regresi

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error			
(Constant)	27,335	4,068		6,719	,000
a	-,383	,156	-,233	-2,456	,016
ualitas Layanan	-,318	,114	-,264	-2,785	,006
Fasilitas	,249	,108	,217	2,296	,024

Sumber: data sekunder, diolah tahun 2019

$$Y = 27,335 + (-0,383)X_1 + (-0,318)X_2 + 0,249 X_3$$

Sehingga dapat di tarik persamaan regresi yaitu sebagai berikut :

1. Nilai konstanta regresi = 27,335, dapat di artikan bahwa dengan menganggap variabel independen constant, maka nilai ramalan loyalitas pelanggan terhadap penggunaan jasa perusahaan PT Sumekar adalah 27,335 satuan.
2. Koefisien regresi linier variabel citra (X1) sebesar -0,383, dapat di artikan bahwa jika citra perusahaan mengalami penurunan 1 satuan maka akan menurunkan loyalitas pelanggan sebesar -0,383 satuan.
3. Koefisien regresi variabel kualitas layanan (X2) sebesar -0,318, dapat di artikan bahwa jika kualitas layanan mengalami penurunan 1 satuan maka akan menurunkan loyalitas pelanggan sebesar -0,318 satuan.
4. Koefisien regresi linier variabel fasilitas (X3) sebesar 0,249, dapat di artikan bahwa jika fasilitas mengalami peningkatan 1 satuan maka akan menaikkan loyalitas pelanggan sebesar 0,249 satuan.

Uji hipotesis

1. Uji t(parsial)

**Tabel 6 hasil uji secara parsial
Coefficients^a**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error			
(Constant)	27,335	4,068		6,719	,000
Citra	-,383	,156	-,233	-2,456	,016
Kualitas Layanan	-,318	,114	-,264	-2,785	,006
Fasilitas	,249	,108	,217	2,296	,024

Sumber: data sekunder, diolah tahun 2019

Simpulan dari hasil tabel 6 dapat dijabarkan sebagai berikut:

- a. Pengaruh citra perusahaan (X1) terhadap loyalitas pelanggan (Y)
 Nilai konstanta positif dan signifikansinya (sig.) lebih kecil dari alpha yang disyaratkan ($0,000 < 0,05$). Pada nilai uji t hitung yang di peroleh sebesar -2,456. Sehingga hasil ini dapat di artikan bahwa variabel cita perusahaan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas pelanggan.
- b. Pengaruh kualitas layanan (X2) terhadap loyalitas pelanggan (Y)
 Nilai konstanta positif dan signifikansinya (sig.) lebih kecil dari alpha yang disyaratkan ($0,000 < 0,05$). Pada nilai uji t hitung yang di peroleh sebesar -2,456. Sehingga hasil ini dapat di artikan bahwa variabel kualitas layanan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas pelanggan.
- c. Pengaruh fasilitas (X3) terhadap loyalitas pelanggan (Y)
 Nilai konstanta positif dan signifikansinya (sig.) lebih kecil dari alpha yang disyaratkan ($0,000 < 0,05$). Pada nilai uji t hitung yang di peroleh sebesar 2,296. Sehingga hasil ini dapat di artikan bahwa variabel fasilitas mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan.

2. Uji f(simultan)

Tabel 7 uji f secara simultan

ANOVA^a

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
Regression	92,075	3	30,692	5,832	,001 ^b
Residual	505,235	96	5,263		
Total	597,310	99			

Sumber: data sekunder, diolah tahun 2019

Berdasarkan tabel 7 didapatkan nilai R sebesar 0,128 mengacu pada tabel kriteria yang di tetapkan untuk menginterpretasikan besar kecilnya koefisien korelasi antar variabel. Angka ini menunjukkan besarnya kontribusi dari variabel-variabel citra, kualitas layanan, dan fasilitas terhadap loyalitas pelanggan sebesar 0,128 atau 12,8%. Sedangkan sisanya sebesar 0,872 atau 87,2% disebabkan oleh variabel lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Pembahasan

Berdasarkan hasil dari data yang diolah oleh peneliti dapat di simpulkan antara lain:

1. Pengaruh Citra perusahaan terhadap loyalitas pelanggan pada PT Sumekar

Dari hasil peneliti yang melihat uji parsial dapat di ketahui pengaruh citra yang di tunjukkan dengan nilai t hitung sebesar -2,456 dan nilai signifikan 0,016, karena signifikan kurang dari 0,05 ($p < 0,05$) serta koefisien regresi memiliki nilai positif, sehingga dapat di simpulkan bahwa ada pengaruh positif dan signifikan antara citra terhadap loyalitas pelanggan pada PT Sumekar Kabupaten Sumenep.

Berdasarkan hasil penyebaran kuesioner diketahui citra berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan PT Sumekar di Kabupaten Sumenep. Hal tersebut sama dengan hasil wawancara yang dilakukan oleh peneliti. Citra perusahaan cukup baik di mata pelanggan, sehingga membuat pelanggan tetap loyal dan menarik pelanggan baru.

2. Pengaruh Kualitas Layanan terhadap loyalitas pelanggan pada PT Sumekar

Pada hasil penelitian dengan melihat uji parsial (t) agar di ketahui pengaruh kualitas layanan yang di tunjukkan dengan nilai t hitung sebesar -2,785 dan nilai signifikan 0,006, karena signifikan kurang dari 0,05 ($p < 0,05$) serta koefisien regresi memiliki nilai positif (+), sehingga bisa di simpulkan ada pengaruh antara kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan pada PT Sumekar Kabupaten Sumenep yang memiliki pengaruh positif dan signifikan. Pada hasil penelitian diketahui kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan PT Sumekar di Kabupaten Sumenep. Hal tersebut dikarenakan layanan yang diberikan oleh perusahaan baik dan mempermudah dalam pembelian tiket yang bisa langsung dibeli di pelabuhan sebelum berangkat serta bisa memesan tiket dengan online, jika tiket yang di pesan tidak diambil maka tiket akan di berikan kepada pelanggan yang langsung membeli di tempat. Sehingga membuat pelanggan tetap loyal dan menarik pelanggan baru untuk menggunakan jasa perusahaan. Sedangkan hasil dari wawancara banyak keluhan dari penumpang, karena keamanannya kurang. Sebab penumpang yang tidak memiliki tiket bisa masuk tanpa ada karyawan yang mengetahuinya, sehingga kapasitas muatan kadang sampai melebihi dan membuat kapal tidak seimbang saat berangkat. Serta kualitas tempat untuk penumpang kurang layak karena kapal juga membawa pengiriman barang.

3. Pengaruh fasilitas terhadap loyalitas pelanggan pada PT Sumekar

Pada hasil peneliti yang melihat uji parsial agar di ketahui pengaruh fasilitas menunjukkan bahwa nilai t hitung sebesar 2,296 dengan nilai signifikan 0,024, sebab signifikan kurang dari 0,05 ($p < 0,05$) serta koefisien regresi mempunyai nilai positif, sehingga bisa di lihat bahwa ada pengaruh antara fasilitas terhadap loyalitas pelanggan PT Sumekar Kabupaten Sumenep yang memiliki pengaruh positif dan signifikan.

Dari hasil peneliti dapat di lihat fasilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada PT Sumekar di Kabupaten Sumenep. Hal tersebut dikarenakan fasilitas yang baik yaitu sesuai atau melampaui harapan dari pelanggan, sehingga membuat pelanggan tetap loyal dan menarik

pelanggan baru. Sedangkan hasil dari wawancara untuk tiket yang VIP itu fasilitas yang bisa di nikmati yaitu, ruangan yang ada AC dan tempat tidurnya. Dan untuk tiket biasa atau ekonomi itu hanya di sediakan alas untuk tidur.

4. Variabel yang paling dominan antara citra, kualitas layanan, dan fasilitas terhadap loyalitas pelanggan pada PT Sumekar

Pada hasil penelitian yang menggunakan uji parsial agar melihat variabel yang paling dominan antara citra, kualitas layanan dan fasilitas terhadap loyalitas pelanggan, yaitu kualitas layanan. Sebab, kualitas layanan menunjukkan paling besar nilai t hitung sebesar $-2,785$ dengan nilai signifikan $0,006$, sebab signifikan kurang dari $0,05$ ($p < 0,05$) serta analisis regresi memiliki nilai positif, sehingga bisa di simpulkan bahwa menunjukkan paling dominan ada pengaruh yang positif dan signifikan antara kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan PT Sumekar Kabupaten Sumenep.

Berdasarkan dari penelitian kualitas layanan memang sangat mempengaruhi loyalitas pelanggan pada umumnya. Karena pelanggan melihat dari bentuk perlakuan dan ketanggapan dalam memberikan respon yang cepat. Serta sopan santun dalam memberikan penjelasan dan menanggapi semua keluhan dari pelanggan. Tetapi dari hasil wawancara memiliki kekurangan pada tempat yang kurang layak bagi penumpang yang membeli tiket biasa atau ekonomi dan kurangnya keamanan yang di berikan kepada penumpang, sehingga penumpang yang tidak memiliki tiket bisa masuk dari penjagaan yang ada.

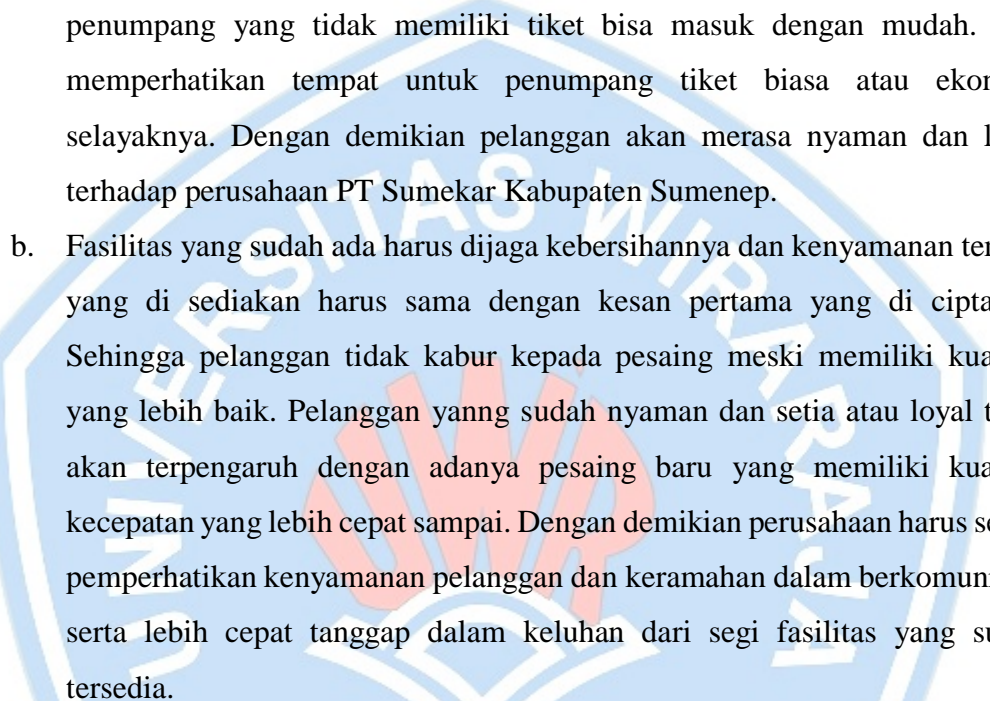
Kesimpulan

- a. Citra memperlihatkan dengan nilai t hitung lebih besar dari nilai t tabel dengan nilai alpha lebih besar dari nilai signifikansi dan koefisien regresi mempunyai nilai positif, maka dapat menunjukkan bahwa ada pengaruh yang positif dan signifikan antara citra terhadap loyalitas pelanggan pada PT Sumekar Kabupaten Sumenep. Sehingga citra mempunyai pengaruh terhadap

loyalitas pelanggan sama dengan penelitian yang terdahulu. Serta hipotesis yang dibentuk terbukti kebenarannya dalam penelitian ini.

- b. Pada kualitas layanan memperlihatkan nilai t hitung lebih besar dari nilai t tabel dengan nilai α lebih besar dari nilai signifikansi dan koefisien regresi mempunyai nilai positif, maka dapat menunjukkan bahwa ada pengaruh yang positif dan signifikan antara kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan PT Sumekar Kabupaten Sumenep. Sehingga dapat disimpulkan bahwa kualitas layanan mempengaruhi loyalitas pelanggan memiliki kesamaan dengan penelitian yang terdahulu. Serta hipotesis yang terbentuk terbukti kebenarannya dalam penelitian ini.
- c. Dalam fasilitas memperlihatkan dengan nilai t hitung lebih besar dari nilai t tabel dengan nilai α lebih besar dari nilai signifikansi dan koefisien regresi mempunyai nilai positif, maka dapat menunjukkan bahwa ada pengaruh yang positif dan signifikan antara fasilitas terhadap loyalitas pelanggan PT Sumekar Kabupaten Sumenep. Pada variabel fasilitas juga sangat mempengaruhi dan arahnya positif. Sehingga hipotesis yang terbentuk terbukti kebenarannya dalam penelitian ini dan sesuai dengan penelitian yang terdahulu.
- d. Variabel yang paling dominan, yaitu kualitas layanan sebab menunjukkan paling besar nilai t hitung lebih besar dari nilai t tabel dengan nilai α lebih besar dari nilai signifikansi dan koefisien regresi mempunyai nilai positif, maka dapat disimpulkan bahwa menunjukkan paling dominan ada pengaruh yang positif dan signifikan antara kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan PT Sumekar Kabupaten Sumenep. Meskipun arahnya negatif kualitas layanan tetap merupakan variabel yang paling dominan. Sebab, kualitas layanan sangat diperlukan dalam perusahaan jasa untuk mempermudah pelanggan dalam berkomunikasi dan keluhan yang dialami oleh para pelanggan. Serta cepat dan tanggap dalam memberikan respon yang ramah kepada pelanggan.

Saran

- 
- a. Standar kualitas layanan penyedia jasa transportasi ke kepulauan sebaiknya sangat di perhatikan dan memperhatikan pesaing disekitar yang lebih memiliki keunggulan dalam hal kecepatan. Sehingga perusahaan harus bisa mempertahankan kualitas layanan dan keramahan dalam melayani pelanggan dengan keluhan yang mereka utarakan. Serta mempertahankan persepsi yang sudah pelanggan sukai dan keamanannya lebih ditingkatkan, agar tidak ada penumpang yang tidak memiliki tiket bisa masuk dengan mudah. Dan memperhatikan tempat untuk penumpang tiket biasa atau ekonomi selayaknya. Dengan demikian pelanggan akan merasa nyaman dan loyal terhadap perusahaan PT Sumekar Kabupaten Sumenep.
- b. Fasilitas yang sudah ada harus dijaga kebersihannya dan kenyamanan tempat yang di sediakan harus sama dengan kesan pertama yang di ciptakan. Sehingga pelanggan tidak kabur kepada pesaing meski memiliki kualitas yang lebih baik. Pelanggan yang sudah nyaman dan setia atau loyal tidak akan terpengaruh dengan adanya pesaing baru yang memiliki kualitas kecepatan yang lebih cepat sampai. Dengan demikian perusahaan harus selalu memperhatikan kenyamanan pelanggan dan keramahan dalam berkomunikasi serta lebih cepat tanggap dalam keluhan dari segi fasilitas yang sudah tersedia.

DAFTAR PUSTAKA

- Budiarti, A. 2009. Pengaruh Kualitas Layanan dan Penanganan Keluhan Terhadap Keputusan dan Loyalitas Nasabah Bank Umum Syariah di Surabaya. *Jurnal Ekuitas* 15(2): 210-231.
- Fandy, Tjiptono. 2011. *Service Management Mewujudkan Layanan Prima*. Edisi 2. Yogyakarta: Andi.
- Fandy, Tjiptono. 2014. *Pemasaran Jasa*. Andi : Yogyakarta.
- Hurriyati, Ratih. (2015). *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*. Bandung: ALFABETHA
- Kotler, P. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Erlangga. Jakarta.
- Kotler, dan Keller. (2012). *Manajemen Pemasaran*. Edisi 12. Jakarta: Erlangga.
- Kanaidi, 2010, *Pengaruh Customer Value dan Corporate Image Terhadap Loyalitas Pengguna Jasa Paket Pos di Wilayah Pos Bandung Raya*. "COMPETITIVE" *Majalah Ilmiah*, Vol 6 No.2 Desember 2010, ISSN : 0216 : 2539
- Kanaidi.2010, *Pengaruh Customer Relationship, Citra Perusahaan, dan Customer Trust Terhadap Loyalitas*. "COMPETITIVE" *Majalah Ilmiah*, Volume 6 No.2. Desember 2010, ISSN : 0216 – 2539
- Sulastiyono, A. 2011. *Manajemen Penyelenggaraan Hotel*. Seri manajemen Usaha Jasa Sarana Pariwisata dan Akomodasi. Penerbit: Alfabeta. Bandung.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Tjiptono, Fandy dan Gregorius Chandra, 2012, *Pemasaran Strategik*. Yogyakarta, ANDI