

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Objek/Subjek Penelitian

1. Profil Objek Penelitian

Larissa *skincare* Yogyakarta adalah sebuah usaha dibidang klinik kecantikan. Berawal dari sebuah keinginan untuk memberikan pelayanan dibidang perawatan kulit dan rambut yang aman, sehat dan tanpa efek samping maka pada tanggal 11 juni 1984, R.Ngt. Poedji Lirnowati berbekal ilmu yang diperoleh dari *Key Brown Beauty School di Los Angeles*, USA dan juga beberapa perguruan tinggi khususnya dibidang ilmu kosmetologi di Jerman, Perancis, Jepang, Hongkong, Singapore, mendirikan Larissa *Beauty Salon*.

Konsep yang dikembangkan adalah perawatan kulit & rambut dengan menggunakan bahan-bahan alami seperti buah, sayuran, umbi, batang dan akar, yang lebih dikenal dengan konsep '*back to nature*' seiring dengan kata Larissa itu sendiri yang berasal dari bahasa Latin yang berarti bersinar atau terang. Seiring perkembangan perusahaan dan untuk lebih fokus dibidang perawatan kulit & rambut, Larissa *Beauty Salon* berubah nama menjadi Larissa *Skin Care & HairTreatment*.

Terhitung sejak tanggal 2 Juni 1998, Larissa sudah mempunyai sertifikat merek dari Departement Hukum dan Perundang-undangan Republik

Indonesia Direktorat Jendral Hak Atas Kekayaan Intelektual. Dengan demikian merek Larissa sudah terdaftar dan mendapat perlindungan hukum.

Saat ini Larissa sudah memiliki cabang yang tersebar di beberapa kota antara lain Yogyakarta, Solo, Semarang, Klaten, Purwokerto, Tegal, Salatiga, Surabaya, Malang, Kediri, Denpasar, Magelang, Madiun, Sragen, Mojokerto, Kudus, dan Ponorogo.

Larissa *skincare* Yogyakarta merupakan klinik kecantikan estetika pertama yang mengusung konsep “*Natural Ingredient with High Technology*” yaitu sistem perawatan wajah, perawatan rambut hingga perawatan tubuh dengan memakai bahan alami yang disnergikan penggunaan teknologi modern dengan harga terjangkau.

Larissa *skincare* Yogyakarta menghadirkan produk-produk kosmetik dengan bahan-bahan alami, aman, dan sudah bersertifikat CPKB (Cara Pembuatan Kosmetik yang Baik) dari BPOM.

2. Profil Responden

Responden dari penelitian ini adalah konsumen Larissa *skincare* Yogyakarta yang pernah melakukan perawatan dan membeli produk Larissa. Karakteristik responden yang dijadikan sebagai sampel pada penelitian ini adalah responden yang memenuhi kriteria. Kriteria responden dalam penelitian ini yaitu konsumen Larissa *skincare* Yogyakarta berjenis kelamin laki-laki dan perempuan yang pernah membeli atau melakukan perawatan minimal 2 kali dan berusia minimal 17 tahun.

Tujuan peneliti menggunakan kriteria tersebut agar memudahkan responden dalam mengisi kuesioner, selain itu jawaban dari kuesioner tersebut seperti yang diharapkan dari peneliti. Responden diberikan beberapa pertanyaan yang menyangkut tentang kualitas layanan, kepuasan pelanggan, loyalitas pelanggan.

Kuesioner dibagikan secara *online* kepada responden dengan menggunakan media jejaring sosial seperti BBM, WhatsApp, LINE dan facebook. Jumlah tanggapan yang disebar secara online sebanyak 100 dan diisi secara lengkap, namun jumlah tanggapan yang diambil sebagai sampel peneliti 95 kuesioner. Sisa kuesioner yang tidak dijadikan sampel disebabkan karena terdapat responden yang belum memenuhi kriteria dan juga terdapat beberapa tanggapan masuk berulang (dobel).

Berdasarkan data yang diterima dari responden diklasifikasikan berdasarkan karakteristik: Jenis kelamin, Usia, Pekerjaan, dan jumlah kunjungan.

Tabel. 4.1
Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Karakteristik Responden	Keterangan	Total Responden	Presentase	Jumlah
Jenis Kelamin	Laki-laki	4	4,2%	100%
	Perempuan	91	95,8%	
Total		95		

Sumber: data primer yang diolah, 2017

Berdasarkan data dari Tabel 4.1 dapat dijelaskan bahwa karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin yaitu laki-laki(4,2%) dan perempuan

95,8%. Hal ini menunjukkan bahwa responden berjenis kelamin perempuan lebih banyak dari pada responden berjenis kelamin laki-laki.

Tabel. 4.2
Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Karakteristik Responden	Keterangan	Total Responden	Presentase	Jumlah
Usia	17-24 tahun	71	74,7%	100%
	25-34 tahun	17	17,9%	
	35-40 tahun	3	3,2%	
	41-60 tahun	4	4,2%	
Total		95		

Sumber: Data primer yang diolah, 2017

Berdasarkan data dari Tabel 4.2 dapat dijelaskan karakteristik responden berdasarkan usia yaitu : 17-24 (74,7%), usia 25-34 (17,9%), usia 35-40 (3,2%), usia 41-60 (4,2%). Hal ini menunjukkan bahwa responden terbanyak didominasi oleh usia 17-24 tahun.

Tabel 4.3
Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

Karakteristik Responden	Keterangan	Total Responden	Presentase	Jumlah
Pekerjaan	Pelajar/Mahasiswa	54	56,8%	100%
	PNS	7	7,4%	
	Lain-lain	34	35,8%	
Total		95		

Sumber: Data primer yang diolah, 2017

Berdasarkan kriteria dari tabel 4.3 dapat dijelaskan bahwa karakteristik responden berdasarkan pekerjaan yaitu: Pelajar/mahasiswa (56,8%), PNS

(7,4%), Lain-lain (35,8%). Hal ini menunjukkan bahwa responden terbanyak didominasi oleh Pelajar/Mahasiswa 56,8%.

Tabel 4.4

Karakteristik Responden Berdasarkan Jumlah Kunjungan

Karakteristik Responden	Keterangan	Total Responden	Presentase	Jumlah
Jumlah Kunjungan	<1x	0	0%	100%
	> 2x	95	100%	
Total		95		

Sumber: Data primer yang diolah, 2017

Berdasarkan data dari Tabel 4.4 dapat dijelaskan bahwa karakteristik responden berdasarkan jumlah kunjungan yaitu: jumlah kunjungan kurang dari 1 kali (0%), jumlah kunjungan lebih dari 2 kali (100%). Hal ini menunjukkan bahwa responden didominasi oleh jumlah kunjungan lebih dari 2 kali (100%).

B. Uji Kualitas Instrumendan Data

Uji kualitas instrumen dilakukan untuk mengetahui apakah instrumen penelitian sudah memenuhi kriteria validitas dan reliabilitas. Berikut disajikan hasil pengujian validitas dan reliabilitas.

1. Uji Validitas

Uji validitas dilakukan untuk menunjukkan sejauh mana suatu alat pengukur itu mengukur apa yang diukur atau dengan kata lain apakah alat ukur tersebut telah tepat untuk mengukur objek yang telah diteliti, (Kuncoro: 2013). Uji validitas dilakukan dengan menggunakan korelasi *product*

moment dengan bantuan SPSS 17.0, instrument penelitian dikatakan valid apabila nilai signifikansi lebih kecil dari 5% (0,05).

Berdasarkan hasil survei ditemukan bahwa seluruh komponen dalam variabel penelitian ini valid. Tabel berikut menyajikan hasil uji validitas dalam penelitian.

Tabel 4.5
Sampel PreTest Hasil Uji Validitas

Variabel	Butir Pernyataan	Nilai Korelasi	Nilia sig.	Keterangan
Kualitas Layanan(X)	KL 1	0,520**	0,001	Valid
	KL2	0,397**	0,018	Valid
	KL3	0,673**	0,000	Valid
	KL4	0,544**	0,001	Valid
	KL5	0,597**	0,000	Valid
	KL6	0,496**	0,002	Valid
	KL7	0,502**	0,002	Valid
	KL8	0,675**	0,000	Valid
	KL9	0,500**	0,001	Valid
Kepuasan Pelanggan (Y1)	KP1	0,465**	0,005	Valid
	KP2	0,640**	0,000	Valid
	KP3	0,603**	0,000	Valid
	KP4	0,553**	0,001	Valid
Loyalitas Pelanggan (Y2)	LP1	0,451**	0,007	Valid
	LP2	0,568**	0,000	Valid
	LP3	0,568**	0,000	Valid
	LP4	0,578**	0,000	Valid
	LP5	0,582**	0,000	Valid

Sumber: Data primer yang diolah, 2017

Berdasarkan Tabel 4.5 menunjukkan hasil survei dengan 35 responden, dapat dilihat bahwa semua indikator yang digunakan untuk mengukur variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian ini mempunyai nilai lebih kecil dari 0,05, sehingga indikator yang digunakan hasilnya valid.

Tabel 4.6
Hasil Uji Validitas

Variabel	Butir Pernyataan	Nilai Korelasi	Nilai sig.	Keterangan
Kualitas Layanan(X)	KL 1	0,594**	0,000	Valid
	KL2	0,545**	0,000	Valid
	KL3	0,673**	0,000	Valid
	KL4	0,679**	0,000	Valid
	KL5	0,769**	0,000	Valid
	KL6	0,769**	0,000	Valid
	KL7	0,569**	0,000	Valid
	KL8	0,631**	0,000	Valid
	KL9	0,557**	0,000	Valid
Kepuasan Pelanggan (Y1)	KP1	0,634**	0,000	Valid
	KP2	0,756**	0,000	Valid
	KP3	0,696**	0,000	Valid
	KP4	0,673**	0,000	Valid
Loyalitas Pelanggan (Y2)	LP1	0,696**	0,000	Valid
	LP2	0,680**	0,000	Valid
	LP3	0,820**	0,000	Valid
	LP4	0,783**	0,000	Valid
	LP5	0,721**	0,000	Valid

Sumber: Data primer yang diolah, 2017

Berdasarkan Tabel 4.6 menunjukkan hasil survei dengan 95 sampel, dapat dilihat bahwa semua indikator yang digunakan untuk mengukur variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian ini mempunyai nilai lebih kecil dari 0,05, sehingga indikator yang digunakan hasilnya valid.

2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu, (Gozali:2009).

Tabel 4.7
Sampel PreTest Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Crobach Alpha >0,6	Keterangan
Kualitas Layanan	0,728	Reliabel
Kepuasan Pelanggan	0,694	Reliabel
Loyalitas Pelanggan	0,698	Reliabel

Sumber: Data primer yang diolah, 2017

Pada Tabel 4.7 uji reliabilitas dilakukan dengan melihat hasil perhitungan nilai *Crobach Alpha* (α). Suatu variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai *Crobach Alpha* (α) > 0,6 yaitu bila dilakukan penelitian ulang dengan waktu dan dimensi yang berbeda akan menghasilkan kesimpulan yang sama.

Hasil pengujian reliabilitas dalam Tabel 4.7 menunjukkan bahwa semua variabel penelitian mempunyai *koefisien Alpha* (α) yang cukup besar dari 0,6 sehingga dapat dikatakan semua konsep masing-masing variabel dari kuesioner adalah reliabel yang berarti bahwa kuesioner yang digunakan dalam penelitian ini merupakan kuesioner yang handal.

Tabel 4.8
Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Crobach Alpha >0,6	Keterangan
Kualitas Layanan	0,758	Reliabel
Kepuasan Pelanggan	0,773	Reliabel
Loyalitas Pelanggan	0,790	Reliabel

Sumber : Data primer yang diolah, 2017

Dalam penelitian ini, uji reliabilitas dilakukan dengan melihat hasil perhitungan nilai *Crobach Alpha* (α). Suatu variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai *Crobach Alpha* (α) $> 0,6$ yaitu bila dilakukan penelitian ulang dengan waktu dan dimensi yang berbeda akan menghasilkan kesimpulan yang sama.

Hasil pengujian reliabilitas dalam Tabel 4.8 menunjukkan bahwa semua variabel variabel penelitian mempunyai *koefisien Alpha* (α) yang cukup besar dari 0,6 sehingga dapat dikatakan semua konsep masing-masing variabel dari kuesioner adalah reliabel yang berarti bahwa kuesioner yang digunakan dalam penelitian ini merupakan kuesioner yang handal.

C. Hasil Penelitian (Uji Hipotesis)

Pengujian hipotesis dilakukan dengan menggunakan analisis regresi berganda dengan bantuan program komputer SPSS 17.0. Dalam penelitian ini, hasil penelitian menghasilkan dua model analisis regresi karena penelitian ini menggunakan variabel *intervening*. Pengujian hipotesis menggunakan uji t yaitu bertujuan untuk menguji bagaimana pengaruh masing-masing variabel bebasnya secara sendiri-sendiri terhadap variabel terikatnya. Koefisien determasi bertujuan untuk mengetahui seberapa besar variabel dependen dapat dijelaskan oleh variabel independen (Basuki dan Prawoto: 2016).

Dalam penelitian ini terdapat variabel *intervening*, sehingga peneliti akan melakukan analisis regresi berganda dengan 2 model. Analisis regresi model 1 digunakan untuk mengetahui kekuatan hubungan dari variabel bebas (*independent*) terhadap variabel *intervening*. Sedangkan analisis regresi model

2 digunakan untuk mengetahui kekuatan hubungan dari variabel *intervening* (*independent*) terhadap variabel terikat (*dependent*).

1. Pengujian Hipotesis 1

Analisis dalam penelitian ini adalah analisis regresi linier berganda. Analisis ini digunakan untuk mengetahui pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan. Berikut ini hasil analisis regresi untuk menguji hipotesis pertama.

Tabel 4.9
Hasil Analisis Regresi
Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	5,729	1,245		4,604	,000
	KL	,290	,034	,667	8,628	,000
<i>Adj R-square</i>		,439				

Sumber : Data primer yang diolah, 2017

Berdasarkan hasil perhitungan dari Tabel 4.9 dengan SPSS (terlampir) persamaan regresi linier berganda adalah sebagai berikut :

$$Y_1 = b.X$$

$$Y_1 = 0,667X$$

Dari Tabel 4.9 dapat diketahui bahwa variabel kualitas layanan memiliki hasil *standardized coefficients* dengan arah positif sebesar 0,667, sehingga jika ada kenaikan nilai dalam kualitas layanan maka kepuasan pelanggan juga akan meningkat.

a. Uji t (*t test*)

Berdasarkan pada tabel 4.9 diketahui hasil pengujian variabel kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan dengan taraf signifikan sebesar 0,05 diperoleh hasil t hitung sebesar 8,628 dan signifikan pada 0,000 ($>0,05$). Artinya bahwa secara parsial terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan. Dengan demikian hipotesis satu (H1) terdukung.

b. Analisis Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi (*adjusted square*) digunakan untuk mengukur besarnya kontribusi variabel independen terhadap variabel dependen. Hasil uji koefisien determinasi dalam penelitian ini sebesar 0,439 atau 43,9% artinya variabel kualitas layanan mampu menjelaskan variabel kepuasan pelanggan. Dengan kata lain sisanya yaitu 56,1% variabel kepuasan pelanggan dijelaskan oleh variabel lain diluar model penelitian ini.

2. Pengujian Hipotesis 2 dan 3

Analisis dalam penelitian ini adalah analisis regresi linier berganda. Analisis ini digunakan untuk mengetahui pengaruh kualitas layanan dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan. Berikut ini hasil analisis regresi linier berganda untuk menguji hipotesis 2 dan 3 disajikan pada tabel 4.10

Tabel 4.10
 Hasil Analisis Regresi
 Pengaruh Kualitas Layanan dan Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas
 Pelanggan

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	4,778	2,215		2,157	,034
	KL	,118	,072	,183	1,637	,105
	KP	,687	,167	,462	4,125	,000
Adj R-square		,346				

Sumber : Data primer yang diolah, 2017

Berdasarkan hasil perhitungan dari Tabel 4.10 dengan SPSS (terlampir) persamaan regresi linier berganda adalah sebagai berikut :

$$Y_1 = b.X + b.Y_2$$

$$Y_1 = 0,183X + 0,462Y_2$$

Dapat diketahui bahwa variabel kualitas layanan memiliki hasil *standardized coefficients* dengan arah positif sebesar 0,183, sehingga jika ada kenaikan nilai dalam kualitas layanan maka kepuasan pelanggan juga akan meningkat.

a. Uji t (*t test*)

1. Berdasarkan pada tabel 4.10 diketahui hasil pengujian variabel kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan dengan taraf signifikan sebesar 0,05 diperoleh hasil t hitung sebesar 1,637 dan signifikan pada 0,105 (> 0,05). Artinya bahwa secara parsial terdapat pengaruh yang positif tidak signifikan antara kualitas layanan terhadap

kepuasan pelanggan. Dengan demikian hipotesis kedua (H2) tidak terdukung.

2. Hasil pengujian variabel kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan dengan taraf signifikan sebesar 0,05 diperoleh hasil t hitung sebesar 4,125 dan signifikan pada 0,000 ($< 0,05$). Artinya bahwa secara parsial ada pengaruh yang positif dan signifikan antara kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan. Dengan demikian hipotesis ketiga (H3) terdukung.

b. Analisis Koefisien Determinasi

Hasil uji koefisien determinasi dalam penelitian ini sebesar 0,346 atau 34,6% artinya variabel kualitas layanan dan kepuasan pelanggan mampu menjelaskan variabel loyalitas pelanggan. Dengan kata lain sisanya yaitu 65,4,% variabel loyalitas pelanggan dijelaskan oleh variabel lain diluar model penelitian ini.

3. Pengujian Hipotesis 4

Hasil analisis regresi pada tabel 4.9 dan 4.10 menunjukkan bahwa kualitas layanan (X) dapat berpengaruh langsung terhadap loyalitas pelanggan (Y2) dan dapat juga berpengaruh tidak langsung yaitu kualitas pelayanan (X) terhadap loyalitas pelanggan (Y2) melalui kepuasan pelanggan (Y1). Nilai koefisien *standardized* sebesar 0,183 menunjukkan besarnya pengaruh langsung, besarnya pengaruh tidak langsung harus dihitung dengan mengalikan koefisien tidak langsungnya yaitu pengaruh kualitas layanan

terhadap loyalitas melalui kepuasan pelanggan (Basuki dan Prawoto: 2016), pada tabel 4.10 yaitu sebagai berikut :

Pengaruh X terhadap Y2 melalui Y1 = $0,667 \times 0,462 = 0,308$.

Berdasarkan perkalian diatas maka diperoleh bahwa pengaruh tidak langsung dari kualitas layanan lebih besar 0,308 dengan nilai signifikan 0,000 dari pada pengaruh langsungnya 0,108. Hal ini menyatakan bahwa hipotesis keempat yaitu terdapat pengaruh positif dan signifikan antara kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan sebagai variabel mediasi terdukung.

D. Pembahasan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, dapat diketahui bahwa ada tiga hipotesis yang terdukung (H1, H3, dan H4) dan satu hipotesis yang tidak terdukung (H2). Berikut uraian pembahasan pervariabel, yaitu:

1. Pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas layanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini mendukung bahwa hipotesis pertama yaitu terdapat pengaruh positif dan signifikan antara variabel kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini sesuai dengan hasil penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Aryani dan Rosinta (2010) yaitu kualitas layanan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Menurut Tjiptono (2007) kualitas pelayanan adalah upaya

pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampaian dalam mengimbangi harapan konsumen.

2. Pengaruh kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas layanan berpengaruh positif tidak signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Hal ini tidak mendukung hipotesis kedua yaitu terdapat pengaruh positif dan signifikan antara kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan, sehingga hipotesis dua tidak terdukung. Hal ini tidak sesuai dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Aryani dan Rosinta (2010) yaitu tidak terdapat pengaruh positif dan signifikan antara kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan. Hal ini dapat disebabkan karena adanya faktor lain diluar faktor kualitas layanan yang memberikan pengaruh yang lebih kuat dalam menciptakan loyalitas pelanggan dibanding faktor kualitas layanan.

3. Pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Hal ini mendukung hipotesis ketiga yaitu kepuasan pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Hasil ini mendukung hasil penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Aryani dan Rosinta (2010) yaitu terdapat pengaruh positif dan signifikan antara kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan.

4. Pengaruh kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan sebagai variabel pemediasi

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan sebagai variabel pemediasi. Hal ini mendukung hipotesis keempat yaitu kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan sebagai variabel pemediasi. Hal ini mendukung penelitian terdahulu oleh Mardikawati dan Farida (2013) bahwa kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan sebagai variabel pemediasi.