ASSET: JURNAL MANAJEMEN DAN BISNIS
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PONOROGO
Jl. Budi Utomo No. 10 Ponorogo 63471
Call Center: 089524159515, email: assetumpo88@gmail.com
Website: http://journal.umpo.ac.id/index.php/ASSET

Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Jaringan Dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Pelanggan PT. Restu Panca Alam Di Ngebel Ponorogo

Rosita Ayu Krismara[1],Adi Santoso SE.,MM [2], Fery Setiawan SE.,MM[3]

[a] Universitas Muhammadiyah Ponorogo, Ponorogo dan 63411
[b] Universitas Muhammadiyah Ponorogo, Ponorogo dan 63411
[c] Universitas Muhammadiyah Ponorogo, Ponorogo dan 63411

[1] rositaayukrismara@gmail.com*; [2] adisantoso@umpo.ac.id; [3] fery.fahrisetiawan@gmail.com

INFO ARTIKEL

Sejarah artikel
Diterima
Diperbaiki
Makbul

Kata Kunci
Kualitas pelayanan,
Kualitas Jaringan
Kepercayaan
Loyalitas Pelanggan

ABSTRAK

Pemasaran adalah aktivitas dan proses menciptakan, mengkomunikasikan, menyampaikan, dan mempertukarkan tawaran yang bernilai bagi pelanggan, klien, mitra dan masyarakat umum. Pemasaran adalah kegiatan menyeluruh dan terencana yang dilakukan oleh suatu perusahaan atau institusi dalam melakukan berbagai upaya agar mampu memenuhi permintaan pasar. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Apakah : Kualitas pelayanan, Kualitas Jaringan dan Kepercayaan berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan pada PT Restu Panca Alam di Ngebel Ponorogo. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah pelanggan PT Restu Panca Alam di Ngebel Ponorogo yaitu sebanyak 70 orang. Tahapan pengujian yang digunakan meliputi uji instrument, uji koefisien determinasi, dan uji hipotesis. Analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linier berganda dengan menggunakan program SPSS. Penelitian ini menghasilkan uji parsial (t) adalah sebagai berikut Kualitas pelayanan (X1) = 2,059, Kualitas Jaringan (X2) = 3,916, dan Kepercayaan (X3) = 2,019.

Ini adalah artikel akses terbuka di bawah lisensi CC–BY.

1. Pendahuluan

Sari, (2013). Bisnis yang ingin sukses di era globalisasi ini harus memiliki strategi untuk menjangkau pelangganya dengan memahami siapa mereka dan bagaimana berperilaku. Dalam sebuah persaingan bisnis perlu beberapa strategi untuk menjaga perusahaan dalam persaingan, sehingga perlu memberikan pelayanan prima serta menjaga kualitas yang baik (Widiawati, 2018). Guna menumbuhkan kenyamanan dan kepercayaan pelanggan dalam bermitra (Darwin and Kunto, 2014) sebagaimana slogan yang sangat terkenal di dunia perdagangan "pembeli adalah raja", untuk membangun keunggulan, memenuhi dan mencapai tujuan itu perlu adanya strategi yang harus di terapkan. Salah satu strategi yang harus dilakukan adalah strategi dalam bidang pemasaran (Afrilia, 2018).

Dalam strategi pemasaran itu menyangkut beberapa hal yaitu Produk (Product), Harga (Price), Tempat (Place) dan Promosi (Promotion) (Anggraeni and Iriani 2021). Perencanaan strategi pemasaran dilakukan dengan mengembangkan keunggulan bersaing dan program pemasaran yang digunakan untuk melayani pasar sasaran. Salah satunya adalah memperhatikan yang namanya perilaku konsumen (Fahmi 2015)

Putra and Ekawati, (2017) Loyalitas pelanggan adalah kelekatan pelanggan terhadap merek dan komitmen untuk selalu tetap setia pada merek tersebut. Loyalitas pelanggan kepada penyedia layanan internet dapat dipengaruhi oleh faktor-faktor seperti kualitas pelayanan, kualitas jaringan, kepercayaan dan kepuasan terhadap jasa yang diberikan. Loyalitas akan tercapai ketika perusahaan berupaya menyediakan barang dan jasa yang diinginkan pelangganya dengan memberikan fasilitas yang mendukung dalam membentuk loyalitas pelanggan.

Maramis F, Sepang J (2018) Kualitas Pelayanan merupakan pemenuhan kebutuhan, keinginan pelanggan dan ketepatan penyampaian untuk menyeimbangkan harapan pelanggan. Kualitas layanan yaitu ukuran seberapa baik tingkat layanan yang diberikan dalam memenuhi harapan pelanggan. Untuk mencapai kepuasan konsumen, kualitas pelayanan harus memenuhi harapan. Apabila kualitas pelayanan tidak bisa melebihi harapan konsumen, tentu tidak akan membawa kepuasan bagi konsumen (Putra, Pebrianto, and Sudrartono 2022).

Faktor lain yang dapat mempengaruhi loyalitas pelanggan adalah kualitas jaringan. Busman and Wibisono (2021) Kualitas jaringan ialah titik yang menghubungkan satu titik ke titik lainya melalui koneksi yang tersedia sehingga orang lain dapat berkomunikasi dan menyampaikan informasi.

Selain faktor-faktor di atas kepercayaan juga dapat mempengaruhi loyalitas pelanggan. Sansuri, Bagis and Sutanto (2015) Kepercayaan didefinisikan sebagai

kesediaan suatu pihak menerima risiko dari tindakan pihak lain berdasarkan harapan bahwa pihak lain tersebut akan melakukan suatu tindakan yang penting bagi pihak yang mengandalkan, terlepas dari kemampuan untuk memantau dan mengendalikan tindakan pihak terpercaya. Kepercayaan /trust adalah keyakinan bahwa tindakan orang atau kelompok lain konsisten dengan keyakinan mereka (Yuniarta, S., and Wulandari 2019).

Beberapa hal tersebut menimbulkan ketertarikan pada peneliti untuk melakukan penelitian pada loyalitas pelanggan pada PT Restu Panca Alam. Berdasarkan uraian diatas dapat ditarik rumusan masalah dalam penelitian ini antara lain :(1) Apakah Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan PT. Restu Panca Alam?, (2) Apakah Kualitas Jaringan berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan PT. Restu Panca Alam?, (3) Apakah Kepercayaan berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan PT. Restu Panca Alam?, (4) Apakah Kualitas pelayanan, Kualitas jaringan dan kepercayaan secara simultan berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan PT. Restu Panca Alam?

2. Tinjauan Pustaka

2.1. Kualitas Pelayanan

Adabi, (2020) Menyatakan bahwa Kualitas Pelayanan yaitu alat yang digunakan untuk mengukur seberapa baik tingkat layanan yang mampu memberikan sesuai dengan harapan pelanggan. Indikator yang digunakan menurut Sugiarsih Duki Saputri, (2019) diantaranya sebagai berikut:

1. Keandalan
2. Daya Tanggap
3. Jaminan
4. Bukti Fisik

2.2. Kualitas Jaringan

Busman & Wibisono, (2021) menyebutkan Kualitas jaringan merupakan suatu titik yang menghubungkan antara satu titik dengan titik lainya dengan adanya koneksi yang tersedia sehingga dapat melakukan komunikasi antar orang lain untuk menyampaikan informasi. Indikator yang digunakan menurut Waode, (2014) sebagai berikut:

1. Kecepatan mengunduh
2. Kecepatan mengunggah
3. Kestabilan akses
4. Daya tahan

2.3. Kepercayaan

Wardi, Mesta, and Rahmayeni, (2017) Kepercayaan merupakan keyakinan bahwa seseorang akan menemukan apa yang dia inginkan pada diri orang lain, dan bukan pada apa yang dia takutkan. Indikator yang digunakan menurut Kesuma et al., (2015) sebagai berikut:

1. Benevolence
2. Reliability
3. Competence
4. Honesty
5. Opennes

2.4.Loyalitas Pelanggan

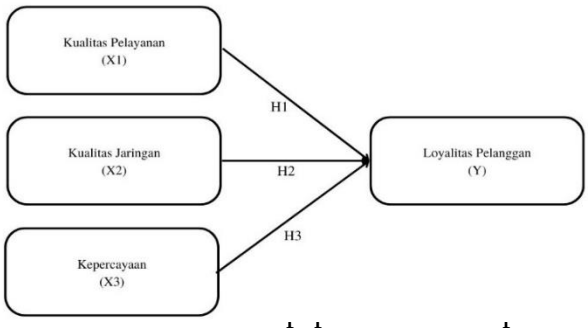
Oliver dalam (Sangadji & Sopiah, 2013) menyatakan bahwa Adalah kecenderungan pelanggan untuk membeli sebuah produk atau menggunakan jasa yang diberikan oleh suatu perusahaan dengan tingkat konsistensi yang tinggi. Indikator yang digunakan menurut Hasibuan (2012) diantaranya sebagai berikut:

1. Berlangganan
2. Selalu suka mennggunakan layanan internet tersebut
3. Merekomendasikan kepada orang lain
4. Komitmen terhadap produk/ jasa tersebut

2.5.Kerangka Konseptual

Pengaruh Kualitas pelayanan, Kualitas Jaringan dan Kepercayaan terhadap Loyalitas Pelanggan dengan kerangka konseptual sebagai berikut ini.

Gambar 1. Kerangka Berpikir



2.6.

2.7.Hipotesis

Sugiyono, (20 ebuah jawaban yang mempunyai s an, sampai terbukti melalui data yang terkumpul". Hipotesis dalam penelitian ini antara lain:

1. Pengaruh Kualitas pelayanan (X1) Terhadap Loyalitas Pelanggan (Y)

Menurut penelitian yang di lakukan oleh Qomariah, (2012) dimana hasil penelitiannya menunjukkan bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Berdasarkan uraian di atas hipotesis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

H1: Diduga Kualitas layanan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas pelanggan

H0: Diduga Kualitas layanan tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas pelanggan

2. Pengaruh Pelatihan (X2) Terhadap Loyalitas Pelanggan (Y)

Menurut penelitian yang dilakukan oleh Indah, (2016) yang menemukan bahwa kualitas jaringan internet mobile banking mempengaruhi loyalitas pelanggan. Berikut ini adalah hipotesis penelitian yang didasarkan pada uraian sebelumnya:

H2: Diduga Kualitas Jaringan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas pelanggan

H0: Diduga Kualitas Jaringan tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas pelanggan

3. Pengaruh Kepercayaan (X3) Terhadap Loyalitas Pelanggan (Y)

Menurut penelitian yang di lakukan oleh Soegoto, (2013) dalam penelitiannya menemukan bahwa kepercayaan konsumen yang baik terhadap produk atau jasa yang dikonsumsinya maka akan berpengaruh signifikan terhadap peningkatan loyalitas pelanggan. Dari hasil uraian tersebut, diperoleh hipotesis :

H3: Diduga Kepercayaan Pelanggan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas pelanggan

H0: Diduga Kepercayaan Pelanggan tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas pelanggan

4. Pengaruh Kualitas pelayanan, kualitas jaringan dan kepercayaan secara bersama sama terhadap loyalitas pelanggan

Kualitas pelayanan yang dipersepsikan baik serta penyediaan kualitas jaringan yang bagus serta tingginya rasa kepercayaan kepada perusahaan akan mendorong komesumen untuk ingin mencoba dan bertahan untuk terus menggunakan produk tersebut sehingga dengan meningkatnya ketiga hal tersebut akan mendorong peningkatan loyalitas pelanggan. Berdasarkan penjabaran tersebut maka hipotesis keempat yang diajukan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut;

H4: Diduga kualitas pelayanan, kualitas jaringan dan Kepercayaan Pelanggan secara bersama sama memiliki pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas pelanggan

H0: Diduga kualitas pelayanan, kualitas jaringan dan Kepercayaan Pelanggan secara bersama sama tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas pelanggan

3. Metode Penelitian

Penelitian ini di lakukan pada perusahaan PT. Restu Panca Alam dengan cara menyebarkan kuisioner kepada pelanggan/customer pada PT. Restu Panca Alam. Populasi dari penelitian ini adalah pelanggan/customer pada PT. Restu Panca Alam yang berjumlah 70 responden. Penelitian ini sendiri menggunakan teknik Non Probability Sampling, dengan menggunakan aksidental sampling yaitu suatu penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data. Sampel dalam penelitian ini berjumlah 70 responden. Pengambilan data menggunakan data primer. Data primer berupa observasi dan penyebaran kuisioner kepada customer pada PT Restu Panca Alam. Metode analisis data yang digunakan menggunakan metode kuantitatif, dengan analisis statistik menggunakan komputer dengan program SPSS.

Afriyanto dan Heru, (2019) menyatakan bahwa"uji validitas digunakan untuk mengukur valid atau tidaknya suatu kuosioner. Suatu kuosioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuosioner tersebut mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur", Kriterianya :

- Jika r hitung > r tabel maka data atau item pertanyaan tersebut dinyatakan valid
- Jika r hitung< r tabel maka data atau item pertanyaan tersebut dinyatakan tidak valid.

Arikunto dalam, (Janna dan Harianto, 2017) menyatakan bahwa "Reabilitas merupakan alat untuk mengukur suatu kuosioner yang merupakan indicator dari variable".

$$r = \left(\frac{k}{k-n}\right)\left(\frac{1-\sum ab^2}{at^2}\right)$$

Pangestu Subagyo dan Djarwanto dikutip dari (Silfiani and Utomo 2017), menyatakan bahwa "Analisis regresi linier berganda merupakan alat yang dipergunakan dalam pengukuranpengaruh lebih dari satu variabel bebas dengan variabel terikat".

Santoso dikutip dari (Angela Saputri 2016) menyatakan bahwa "Koefisien determinasi merupakan analisis yang digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variable dependen (Y) dan nilai koefisien determinasi adalah antara 0 atau 1".

Ghozali dikutip dari (Angela Saputri 2016), menyatakan bahwa “uji statistic t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variable independen secara individual dalam menenrngkan variable dependen. Tingkat signifikansi dalam penelitian ini yaitu 5%. Dimana jika angka probabilitas signifikansi <5% maka H0 diterima, jika angka probabilitas signifikansi > 5% maka H0 ditolak”. Ketentuannya yaitu:

- Jika nilai sig t > 0,05, atau t hitung< t tabel, maka variabel tidak berpengaruh signifikan
- Jika nilai sig t < 0,05, atau t hitung> t tabel, maka variabel berpengaruh signifikan

Santoso, (2013) menyatakan bahwa “uji F digunakan untuk menunjukkan apakah semua variable independen yang dimasukkan dalam model memiliki pengaruh secara bersama-sama atau simultan terhadap variable dependen”, kriterianya :

- Jika f hitung > f tabel maka Ha diterima dan H0 ditolak artinya bahwa variabel independen secara serempak memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel dependen
- Jika f hitung < f tabel maka H0 diterima dan Ha ditolak artinya bahwa variabel independen secara serempak tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen.

4. Hasil dan Pembahasan

4.1. Hasil Uji Instrumen

a. Uji Validitas

Tabel 1. Hasil Uji Validitas

Variabel	Item	Thitung	Ttabel	Keterangan
Kualitas Pelayanan (X1)	X1P1	0,593	0,2319	VALID
	X1P2	0,445	0,2319	VALID
	X1P3	0,667	0,2319	VALID
	X1P4	0,381	0,2319	VALID
Kualitas Jaringan (X2)	X2P1	0,779	0,2319	VALID
	X2P2	0,486	0,2319	VALID
	X2P3	0,522	0,2319	VALID
	X2P4	0,386	0,2319	VALID
Kepercayaan (X3)				
	X3P1	0,353	0,2319	VALID
	X3P2	0,513	0,2319	VALID
	X3P3	0,644	0,2319	VALID
	X3P4	0,525	0,2319	VALID

Loyalitas Pelanggan (Y)	YP1	0,558	0,2319	VALID
	YP2	0,435	0,2319	VALID
	YP3	0,544	0,2319	VALID
	YP4	0,454	0,2319	VALID

Berdasarkan tabel 1 dapat dilihat bahwa semua instrumen dinyatakan valid karena r hitung lebih besar dari r tabel 0,2319

b. Uji Reliabilitas

Tabel 2. Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach Alpha	Standard	Keterangan
Kualitas Pelayanan	0,649	0,60	Reliabel
Kualitas Jaringan	0,667	0,60	Reliabel
Kepercayaan	0,634	0,60	Reliabel
Loyalitas Pelanggan	0,622	0,60	Reliabel

Berdasarkan tabel 2 dapat dilihat bahwa semua variabel dinyatakan reliabel karena nilai cronbach's alpha lebih besar dari 0,60.

4.2.Hasil Analisis Data

a. Analisis Regresi Linier Berganda

Tabel 3. Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	15.509	2.336		6.639	.000
Kualitas Pelayanan	.299	.294	.135	2.059	.003
Kualitas Jaringan	.395	.303	.118	3.916	.000
Kepercayaan	.124	.123	.024	2.019	.018

Hasil regresi yang terangkum dalam tabel 3 tersebut dapat dibuat persamaanregresi sebagai berikut :

1. Y = a + b1 x1+ b2 x2+ b3 x3

Y = Y = 15.509 + 0,299 X1 + 0,395 X2 + 0,124 X3 + e

Persamaan tersebut dapat dijabarkan kedalam analisis sebagai berikut:

1. Nilai konstanta sebesar 15.509; artinya jika nilai variabel Kualitas Pelayanan, Kualitas Jaringan, dan kepercayaan nilainya adalah 0, maka nilai variabel Loyalitas Pelanggan (Y) di PT. Restu Panca Alam adalah sebesar 15.509 satuandengan asumsi faktor-faktor lain dianggap tetap (ceteris paribus).
2. Koefisien-regresi variabel Kualitas Pelayanan sebesar 0,299; artinya jika variabel independen lain nilainya tetap, sedangkan variabel Kualitas Pelayanan mengalami peningkatan satu satuan, maka nilai Loyalitas Pelanggan (Y) di PT. Restu Panca Alam akan mengalami peningkatan sebesar 0,299 kali dengan asumsi faktor-faktor lain dianggap tetap (ceteris paribus).
3. Koefisien regresi variabel Kualitas Jaringan sebesar 0,395; artinya jika variabel independen lain nilainya tetap, sedangkan variabel Kualitas Jaringan mengalami peningkatan nilai sebesar satu satuan, maka nilai Loyalitas Pelanggan (Y) di PT. Restu Panca Alam akan mengalami peningkatan sebesar 0,395 dengan asumsi faktor-faktor lain dianggap tetap (ceteris paribus).
4. Koefisien-regresi variabel Kepercayaan sebesar 0,124; artinya jika variabel independen lain_nilainya tetap, sedangkan variabel Kepercayaan mengalami peningkatan nilai satu satuan, maka nilai Loyalitas Pelanggan (Y) di PT. Restu Panca Alam tentu mengalami peningkatan sebesar 0,124 dengan dasar asumsi faktor-faktor lain dianggap tetap (ceteris paribus).

b. Koefisiensi Determinasi (R2)

Tabel 4. Hasil Uji Koefisiensi Determinasi (R2)

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.752[a]	.623	.621	1.67290

Berdasarkan nilai R- Square yang diperoleh sebesar 0,623 atau 62,3%. Hal ini menunjukkan bahwa Kualitas Pelayanan, Kualitas Jaringan dan kepercayaan mampu mempengaruhi sebesar 62,3% Loyalitas Pelanggan di PT. Restu Panca Alam dan sisanya sebesar 37,7% di pengaruhi oleh variabel lain di luar dari hasil penelitian ini.

4.3.Hasil Uji Hipotesis

a. Uji t (Parsial)

Tabel 5. Hasil Uji t (Parsial)

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	15.509	2.336		6.639	.000
Kualitas Pelayanan	.299	.294	.135	2.059	.003
Kualitas Jaringan	.395	.303	.118	3.916	.000
Kepercayaan	.124	.123	.024	2.019	.018

1) Variabel Kualitas Pelayanan mempunyai nilai_t hitung sebesar 2,059 dengan nilai siginifikansi 0,003, Nilai_thitung lebih besar dari ttabel atau 2,059 > 1,996 (berada di daerah yang diarsir) dengan nilai signifikan 0,003 lebih kecil dari tingkat signifikan yang telah ditetapkan yaitu 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa Ho1 ditolak dan Ha1 diterima, artinya variabel Kualitas Pelayanan memberi pengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan di PT. Restu Panca Alam di Ngebel Ponorogo.
2) Variabel Kualitas Jaringan mempunyai nilai t hitung sebesar 3,916 dengan nilai siginifikansi 0,000, Nilai thitung lebih_besar dari ttabel atau 3,916 > 1,996 (daerah yang diarsir) dengan nilai signifikan 0,000 lebih kecil dari nilai signifikan yang telah ditetapkan yaitu 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa Ho2 ditolak dan Ha2 diterima, artinya variabel Kualitas Jaringan memberi pengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan di PT. Restu Panca Alam di Ngebel Ponorogo.
3) Variabel Kepercayaan mempunyai nilai t hitung sebesar 2,019 dengan nilai siginifikansi 0,018, Nilai thitung lebih besar dari ttabel atau 2,019 > 1,996 (daerah yang diarsir) dengan nilai signifikan 0,018 lebih kecil dari nilai signifikan yang telah ditetapkan yaitu 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa Ho3 ditolak dan Ha3 diterima, artinya variabel Kepercayaan memberi pengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan di PT. Restu Panca Alam di Ngebel Ponorogo.

b. Uji F (Simultan)

Tabel 6. Hasil Uji F (Simultan)

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Regression	4.693	3	1.460	11.522	.007[a]
Residual	184.707	66	2.799		
Total	189.086	69			

Berdasarkan tabel 6 diketahui bahwa nilai_F hitung > F tabel atau 11,522 > 2,74 dengan nilai signifikasi 0,007 maka dapat diambil kesimpulan Ho4 ditolak dan Ha4 diterima. Artinya Kualitas Pelayanan, Kualitas Jaringan, dan kepercayaan secara simultan berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan di PT. Restu Panca Alam di Ngebel Ponorogo.

4.4.Pembahasan

4.4.1. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan

Berdasarkan hasil uji-t, variabel Kualitas Pelayanan memiliki nilai-t hitung > t tabel atau 2,059 > 1,996 dengan nilai signifikansi 0,003 < 0,05. Variabel Kualitas Pelayanan memiliki nilai koefisien regresi yang bernilai positif sebesar 0,299. Sehingga hasil pengujian hipotesis tersebut dapat diambil kesimpulan bahwa Ho1 ditolak dan Ha1 diterima. Hasil tersebut menunjukkan bahwa Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan PT Restu Panca Alam dengan arah yang positif artinya semakin besar pengaruh Kualitas Pelayanan maka semakin besar pengaruhnya terhadap meningkatnya Loyalitas Pelanggan

4.4.2. Pengaruh Kualitas Jaringan Terhadap Loyalitas Pelanggan

Berdasarkan hasil uji_t variabel Kualitas Jaringan memiliki nilai_t hitung > t tabel atau 3,916 > 1,996 dengan nilai-signifikansi 0,000 < 0,05. Variabel Kualitas Jaringan memiliki nilai koefisien regresi yang bernilai positif sebesar 0,303. Sehingga hasil pengujian hipotesis tersebut dapat disimpulkan bahwa Ho2 ditolak dan Ha2 diterima. Hasil tersebut menunjukkan bahwa Kualitas Jaringan berpengaruh secara positif terhadap Loyalitas Pelanggan karena berdasarkan data uji Kualitas Jaringan di PT Restu Panca Alam mengalami peningkatan secara berkala, yang berarti terdapat peningkatan Kualitas Jaringan yang diberikan perusahaan.

4.4.3. Pengaruh Kepercayaan Terhadap Loyalitas Pelanggan

Berdasarkan hasil uji t, variabel Kepercayaan memiliki nilai t hitung < t tabel atau 2,019 >2,024 dengan nilai-signifikansi 0,018 < 0,05. Variabel Kepercayaan memiliki nilai koefisien regresi bernilai positif sebesar 0,124. Sehingga hasil pengujian hipotesis tersebut dapat diambil kesimpulan bahwa Ho3 ditolak dan Ha3 diterima. Hasil tersebut menunjukkan bahwa Kepercayaan berpengaruh secara positif terhadap Loyalitas Pelanggan karena berdasarkan data uji Kepercayaan di PT Restu Panca Alam terus meningkat, yang berarti variabel Kepercayaan merupakan variabel yang mempengaruhi secara signifikan terhadap tingginya Loyalitas Pelanggan terhadap perusahaan.

4.4.4. Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Jaringan dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Pelanggan

Berdasarkan hasil uji F, nilai Fhitung 11,522 dengan taraf signifikansi sebesar 0,007. Karena Nilai F hitung > F tabel atau 11,522 > 2,74 maka dapat diambil kesimpulan bahwa Ho4 ditolak dan Ha4 diterima. Artinya Kualitas Pelayanan, Kualitas Jaringan, dan kepercayaan secara simultan berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan di PT. Restu Panca Alam di Ngebel Ponorogo.

5. Kesimpulan

1. Penelitian ini menemukan bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap peningkatan loyalitas pelanggan pengguna layanan jaringan internet dari PT. Restu Panca Alam di Ngebel, Ponorogo
2. Penelitian ini menemukan bahwa kualitas jaringan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap peningkatan loyalitas pelanggan pengguna layanan jaringan internet dari PT. Restu Panca Alam di Ngebel, Ponorogo
3. Penelitian ini menemukan bahwa kepercayaan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap peningkatan loyalitas pelanggan pengguna layanan jaringan internet dari PT. Restu Panca Alam di Ngebel, Ponorogo

Referensi

Adabi, Nadhril. 2020. “Pengaruh Citra Merek, Kualitas Pelayanan Dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Indihome Di Witel Telkom Depok.” Manajemen 12 No.1(1):32–39.

Afrilia, Ascharisa Mettasatya. 2018. “Digital Marketing Sebagai Strategi Komunikasi Pemasaran ‘Waroenk Ora Umum’ Dalam Meningkatkan Jumlah Konsumen.” Jurnal Riset Komunikasi 1(1):147–57. Doi: 10.24329/Jurkom.V1i1.21.

Afriyanto, Fery, And Hera Heru. 2019. “Hubungan Antara Keteladanan Guru Bk Dengan Perilaku Sopan Santun Siswa Kelas Viii D Smp Negeri 1 Colomadu Tahun Pelajaran 2018/2019.” Jurnal Medika 5(2).

Andriano, Arman, Azhari, And Royansyah Putra. 2022. “Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Distribusi Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Merk Aviator.” 4(1):114–23.

Busman, Sherwin Ary, And Gunawan Wibisono. 2021. "Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Paket Internet Xl Axiata Di Masa Pandemi Covid 19." Jurnal Manajemen Dan Bisnis. Vol. 4. No:Pp-50-56.

Darwin, Steven, And Yohanes Sondang Kunto. 2014. "Analisis Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Dan Kepercayaan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening Pada Asuransi Jiwa Manulifindonesia – Surabaya." Jurnal Manajemen Pemasaran Petra 2(1):1–12.

Fahmi, Syaifuddin. 2015. "Analisis Perencanaan Strategi Pemasaran Pada Pt. Hapeel Pharmindo." Journal Of Strategy Business 2(3):344–63.

Janna, Nilda Miftahul, And Herianto. 2021. "Artikel Statistik Yang Benar." Jurnal Darul Dakwah Wal-Irsyad (Ddi) (18210047):1–12.

Kesuma, Eka, Amri, And Shabri. 2015. "Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Sulthan Hotel Banda Aceh." Manajemen 4(4):176–92.

Khoirunnisa', Arifatu Afifah, And Andi Wijayanto. 2021. "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Indihome Di Kota Semarang." Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis 10(1):672–80. Doi: 10.14710/Jiab.2021.29180.

Maramis F, Sepang J, Soegoto. 2018. "Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Pt. Air Manado." Jurnal Emba: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi 6(3):1658–67. Doi: 10.35794/Emba.V6i3.20411.

Normasari, Selvy. 2013. "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan, Citra Perusahaan Dan Loyalitas Pelanggan Survei Padatamu Pelanggan Yang Menginap Di Hotel Pelangi Malang." Jurnal Administrasi Bisnis 6(2):1–9.

Nuryani, Fajar Tri, Nurkesuma Nurkesuma, And Baruna Hadibrata. 2022. "Korelasi Keputusan Pembelian: Kualitas Produk, Persepsi Harga Dan Promosi." Jurnal Ekonomi Manajemen Sistem Informasi 3(4):452–62.

Qomariah, Nurul. 2012. "Pengaruh Kualitas Layanan Dan Citra Institusi Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan (Studi Pada Universitas Muhammadiyah Di Jawa Timur)." Jurnal Aplikasi Manajemen 10(1):177–87.

Rahman, Siskawati. 2019. "Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Inovasi Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Pt . Pln (Persero) Area Manado The Effect Of Quality Service And Innovation Toward Customer Satisfaction." Jurnal Emba 7(1):301–11.

Suwadi, Widodo, Yusup Arip, Riza Dessy Nila Ayutika, And Fery Setiawan. 2021. Pengantar Manajemen. Eureka Media Aksara.

Tinungki, Deysy Deyby, Johny R. E. Tampi, And Aneke Y. Punuindoong. 2018. "Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Tingkat Penjualan Motor Yamaha Mio M3 Pada Pt. Hasjrat Abadi Cabang Tumpaan Deysy." 6(3):10.

Wardi, Yunia, Hendri Andi Mesta, And Ilda Rahmayeni. 2017. "Pengaruh Kepercayaan Dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Nasabah Mitra Beasiswa Ajb Bumiputera 1912 Cabang Kota Pariaman." Jurnal Kajian Manajemen Bisnis 6(1):15–30.

Widiawati, Kristiana. 2018. "Peran Standar Kompetensi Karyawan Sebagai Upaya Meningkatkan Pelayanan Prima Pada Bisnis Perbankan Di Indonesia." Vocatio : Jurnal Ilmiah Ilmu Administrasi Dan Sekretari 1(2):17–31.

Yuniarta, Frizky, Ika Barokah S., And Gusti Ayu Wulandari. 2019. "Pengaruh Kepercayaan Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pengguna Jasa Pengiriman Paket Pada Pt. Jne Express Cabang Jember Dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening." E-Journal Ekonomi Bisnis Dan Akuntansi 6(2):152. Doi: 10.19184/Ejeba.V6i2.11160.

Hairudin, H., & Oktaria, E. T. (2022). Analisis Peningkatan Kinerja Karyawan melalui MotivasiKerja Internal dan Motivasi Eksternal Karyawan. Jurnal Akuntansi, Keuangan, dan Manajemen, 4(1), 1-14

Handoko, T. Hani. (2020). Manajemen Personalia dan Sumber Daya Manusia. Yogyakarta: BPFE UGM.

Hasibuan, E. A. H., & Wulandari, S. (2017). Pengaruh Budaya Organisasi dan Disiplin Kerja terhadap Kinerja Pegawai pada Universitas Muslim Nusantara Al-washliyah. Jurnal Penelitian Pendidikan Sosial Humaniora, 2(1), 173-178.

Hasibuan, M. S. (2016). Manajemen Sumber Daya Manusia (revisi). Penerbit: Bumi Aksara. Jakarta.

Hasibuan, Malayu S.P, 2012. Manajemen SDM. Edisi Revisi, Cetakan Ke. Tigabelas. Jakarta: Bumi Aksara.

Mangkunegara Anwar, P. (2016). Manajemen Sumber Daya Manusia Perusahaan Cetakan 13. Penerbit. PT. Remaja Rosdakarya Offset. Bandung

Moekijat. 2016. Perencanaan Sumber Daya Manusia. Bandung: Mandar Maju.

Rivai,Veithzal (2004). Manajemen Sumber Daya Manusia untuk Perusahaan dari. Teori kePraktik. Jakarta : PT Raja Grafindo Persada.

Ruhana, I. (2012). Pengembangan kualitas sumber daya manusia vs daya saing global. PROFIT: Jurnal Administrasi Bisnis, 6(1).

Rustini, N. M., Pratama, I. G. S., & Mada, I. G. N. C. W. (2019). Pengaruh Motivasi, Lingkungan Internal dan Eksternal Terhadap Minat Berwirausaha Seka Taruna di Kota Denpasar. Wacana Ekonomi (Jurnal Ekonomi, Bisnis dan Akuntansi), 18(2), 104-115

Samsudin, Sadili, 2015, Manajemen Sumber Daya Manusia, Pustaka Jaya, Bandung.

Sedarmayanti, S., & Haryanto, H. (2017). Pengaruh motivasi kerja terhadap kinerja tenaga kependidikan fakultas kedokteran Universitas Padjadjaran. Jurnal Ilmu Administrasi: Media Pengembangan Ilmu dan Praktek Administrasi, 14(1), 96-112.

Sugiyono. (2017). Metode penelitian bisnis: pendekatan kuantitatif, kualitatif, kombinasi, dan R&D. Penerbit CV. Alfabeta: Bandung.

Sulistiani, D. (2013). Mencapai keunggulan bersaing dengan strategi diferensiasi. ELMUHASABA: Jurnal Akuntansi (e-Journal), 4(2).

Suryani, N. K., & FoEh, J. E. (2018). Kinerja organisasi. Deepublish

Wibowo, 2016. Manajemen Kinerja, Edisi Kelima, PT.Rajagrafindo Persada. Jakarta-14240.

Wibowo, B. K. (2013). Pengaruh komunikasi internal, motivasi kerja, dan loyalitas terhadap kinerja guru sekolah menengah kejuruan negeri rumpun bisnis sekota Semarang. Jurnal STIE Semarang, 5(2), 134350.

Wirawan. (2009). Evaluasi Kinerja Sumber Daya Manusia Teori Aplikasi dan. Penelitian. Jakarta. Penerbit: Salemba Empat.