BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1. Deskripsi Data

Untuk mengetahui karakteristik responden pada penelitian ini, maka digunakan analisis persentase. Dalam analisis persentase penelitian ini menggunakan karakteristik responden berdasarkan wilayah kecamatan di Kabupaten Purbalingga, jenis kelamin, usia, dan pekerjaan.

4.1.1. Distribusi responden berdasarkan wilayah

Dari data primer yang telah diolah, hasil persebaran responden berdasarkan wilayah dapat dilihat dalam tabel 4.1 dibawah ini :

Tabel 4. 1. Sebaran Responden Berdasarkan Wilayah

Kategori	Frekuensi	Persentase	Jumlah Pelanggan
Kecamatan Bobotsari	25	26,9%	362
Kecamatan Padamara	20	21,5%	350
Kecamatan Mrebet	18	19,4%	305
Kecamatan Kutasari	15	16,1%	189
Kecamatan Karanganyar	15	16,1%	103
Total	93	100%	1309

Sumber: Data diolah 2022

Dari tabel diatas dapat dilihat bahwa dari total 93 responden, terdapat responden yang berasal dari wilayah kecamatan Bobotsari dengan frekuensi sebanyak 25 orang atau 26,9%, kecamatan Padamara dengan frekuensi sebanyak 20 orang atau 21,5%, kecamatan Mrebet dengan frekuensi sebanyak 18 orang atau 19,4%, kecamatan Kutasari dan kecamatan Karanganyar dengan frekuensi masing masing sebanyak 15 orang dan persentase masing masing 16,1%.

UNIVERSITAS JENDERAL ACHMAD YANI YOGYAKARTA PERPUSTAKAAN

4.1.2. Distribusi responden berdasarkan jenis kelamin

Dari data primer yang telah diolah, hasil persebaran responden berdasarkan jenis kelamin dapat dilihat dalam tabel 4.2 dibawah ini :

Tabel 4. 2. Sebaran Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No	Jenis Kelamin	Frekuensi	Persentase
1	Laki laki	58	62%
2	Perempuan	35	38%
	Total	93	100%

Sumber: data diolah tahun 2022

Dari tabel 4.2 diatas dapat dilihat bahwa dari keseluruhan responden yang berjumlah 93 orang, terdapat responden yang berjenis kelamin laki laki dengan frekuensi sebanyak 58 orang dengan angka persentase berjumlah 62%. Selain itu terdapat responden yang berjenis kelamin perempuan dengan frekuensi sebanyak 35 orang dengan angka persentase berjumlah 38%.

4.1.3. Distribusi responden berdasarkan usia

Dari data primer yang telah diolah, hasil persebaran responden berdasarkan usia dapat dilihat dalam tabel 4.3 dibawah ini :

Tabel 4. 3. Sebaran Responden Berdasarkan Usia

No	Usia (Tahun)	Frekuensi	Persentase
1	<25	12	13%
2	25-45	53	57%
3	>45	28	30%
	Total	93	100%

Sumber: Data diolah 2022

Dari tabel 4.3 diatas dapat dilihat bahwa dari keseluruhan responden yang berjumlah 93 orang, terdapat responden yang berusia kurang dari 25 tahun dengan frekuensi sebanyak 12 orang dengan persentase 13%,

UNIVERSITAS JENDERAL ACHMAD YANI YOGYAKARTA PERPUSTAKAAN

responden dengan usia 25-45 tahun menjadi paling dominan dengan frekuensi sebanyak 53 orang dengan persentase 57%, dan terdapat responden dengan usia lebih dari 45 tahun dengan frekuensi 28 orang dan persentase berjumlah 30%.

4.1.4. Distribusi responden berdasarkan pekerjaan

Dari data primer yang telah diolah, hasil persebaran responden berdasarkan pekerjaan dapat dilihat dalam tabel 4.4 dibawah ini :

Tabel 4. 4. Sebaran Responden Berdasarkan Pekerjaan

No	Pekerjaan	Frekuensi	Persentase
1	Pelajar/Mahasiswa	9	10%
2	PNS	34	37%
3	Pengusaha	31	33%
4	Wiraswasta	19	20%
	Total	93	100%

Sumber: Data diolah 2022

Dari tabel 4.4 diatas dapat dilihat bahwa dari keseluruhan responden yang berjumlah 93 orang, terdapat responden yang masih berstatus sebagai pelajar atau mahasiswa dengan frekuensi sebanyak 9 orang dengan angka persentase sebesar 10%, terdapat juga responden dengan pekerjaan PNS yang frekuensinya sebanyak 34 orang dengan angka persentase sebesar 37%, selain itu responden dengan pekerjaan sebagai pengusaha mempunyai frekuensi sebanyak 31 orang dengan angka persentase sebesar 33%, dan terakhir terdapat responden dengan pekerjaan sebagai wiraswasta yang memiliki frekuensi sebanyak 19 orang dan dengan angka persentase sebesar 20%.

UNIVERSITAS JENDERAL ACHMAD YANI YOGYAKARTA PERPUSTAKAAN

4.2. Hasil Penelitian (Uji Hipotesis)

4.2.1. Uji Kualitas Instrumen Data

Dalam tinjauan ini, sifat instrumen dicoba menggunakan *Confirmatory Factor Analysis* (CFA) untuk mengukur valid atau tidak. Sedangkan pada uji reliabilitas menggunakan *Construct Reliability*. Kapasitas Konstruk Reliabilitas adalah untuk mengukur sejauh mana estimasi diselesaikan tanpa menyebabkan kemiringan. Sedangkan Confirmatory Factor Analysis (CFA) digunakan untuk menguji apakah penanda tersebut substansial dan kritis. Jumlah responden dalam penelitian ini adalah 93 orang dengan 36 petunjuk inkuiri. Konsekuensi dari pengujian instrumen adalah sebagai berikut:

a. Uji Validitas

Uji validitas dipergunakan untuk mengukur apakah variabel dan indikator bersifat valid atau tidak. Menurut Ghozali (2017) menyatakan bahwa penelitian melihat penilaian penumpukan komponen pada faktor-faktor terkonsentrasi dengan berfokus pada setiap penanda > 0,5 dilihat dari *standardized regression weights* dapat diartikan bahwa setiap penunjuk adalah valid. Dalam penelitian ini terdapat 36 daftar pertanyaan yang disebarkan kepada 93 responden yang diukur dengan menggunakan aplikasi SPSS Amos versi 22.

Hasil yang diperoleh dari pengujian instrument uji validitas dan reliabilitas menggunakan program aplikasi SPSS Amos versi 22 dapat dilihat dalam tabel dibawah ini :

UNIVERSITAS JENDERAL ACHMAD YANI YOGYAKARTA PERPUSTAKAAN

Tabel 4. 5. Uji Validitas

Variabel	Indikator	*Loading Factor*	Batas	Keterangan
Kualitas Pelayanan	KP1	0.671	> 0,5	Valid
	KP2	0.611	> 0,5	Valid
	KP3	0.722	> 0,5	Valid
	KP4	0.847	> 0,5	Valid
	KP5	0.522	> 0,5	Valid
	KP6	0.729	> 0,5	Valid
	KP7	0.719	> 0,5	Valid
	KP8	0.85	> 0,5	Valid
	KP9	0.856	> 0,5	Valid
	KP10	0.817	> 0,5	Valid
	KP11	0.83	> 0,5	Valid
	KP12	0.723	> 0,5	Valid
Kepuasan Pelanggan	KEP1	0.845	> 0,5	Valid
	KEP2	0.853	> 0,5	Valid
	KEP3	0.591	> 0,5	Valid
	KEP4	0.534	> 0,5	Valid
	KEP5	0.637	> 0,5	Valid
	KEP6	0.754	> 0,5	Valid
Kepercayaan Pelanggan	KEPER1	0.823	> 0,5	Valid
	KEPER2	0.893	> 0,5	Valid
	KEPER3	0.866	> 0,5	Valid
	KEPER4	0.894	> 0,5	Valid
	KEPER5	0.918	> 0,5	Valid
	KEPER6	0.842	> 0,5	Valid
Loyalitas Pelanggan	LOY1	0.669	> 0,5	Valid
	LOY2	0.663	> 0,5	Valid
	LOY3	0.665	> 0,5	Valid
	LOY4	0.778	> 0,5	Valid
	LOY5	0.828	> 0,5	Valid
	LOY6	0.71	> 0,5	Valid
Kesenangan Pelanggan	KESE1	0.88	> 0,5	Valid
	KESE2	0.854	> 0,5	Valid
	KESE3	0.84	> 0,5	Valid
	KESE4	0.854	> 0,5	Valid
	KESE5	0.866	> 0,5	Valid
	KESE6	0.822	> 0,5	Valid

Sumber: data diolah tahun 2022

UNIVERSITAS JENDERAL ACHMAD YANI YOGYAKARTA PERPUSTAKAAN

Hasil eksperimen menunjukkan bahwa semua petunjuk tentang kualitas pelayanan, loyalitas, kepercayaan, kesetiaan, dan kepuasan pelanggan dianggap valid, karena nilai penumpukan komponen melebihi batas yang ditentukan sebelumnya, khususnya > 0,5. Sehingga seluruh indikator pertanyaan dapat diterima dan digunakan dalam penelitian ini.

b. Uji Reliabilitas

Setelah dilakukan uji validitas, selanjutnya adalah melakukan uji reliabilitas. Pengujian ini dilakukan dengan tujuan untuk mengukur apakah kuesioner bersifat reliabel atau tidak. Suatu kuesioner dapat dikatakan reliabel jika jawaban seseorang dapat konsisten dari waktu ke waktu (Ghozali,2013). Pada penelitian ini, uji reliabilitas menggunakan aplikasi AMOS dengan berdasarkan rumus *Construct Reliability* (CR). Suatu indikator dari variabel dapat dikatakan reliabel jika nilai CR >0,7 (Ghozali, 2017). Untuk mengukur uji reliabilitas dapat digunakan dengan rumus ebagai berikut :

$$Construct\ Reliability = \frac{(jumlah\ loading\ factor)^2}{(jumlah\ loading\ factor)^2 + Error}$$

UNIVERSITAS JENDERAL ACHMAD YANI YOGYAKARTA PERPUSTAKAAN

Tabel 4. 6. Uji Reliabilitas

Variabel	*Loading Factor*	Error	*Loading Factor^2*	LF^2 + Error	CR	Batas	Keterangan
Kualitas Pelayanan	0.671	0.471				>0,7	Reliabel
	0.611	0.519					
	0.722	0.225					
	0.847	0.195					
	0.522	0.291					
	0.729	0.352					
	0.719	0.252					
	0.85	0.168					
	0.856	0.181					
	0.817	0.252					
	0.83	0.221					
	0.723	0.294					
Jumlah	8.897	3.421	79.156609	82.577609	0.9585723		
Kepuasan Pelanggan	0.845	0.154				>0,7	Reliabel
	0.853	0.183					
	0.591	0.945					
	0.534	0.667					
	0.637	0.434					
	0.754	0.352					
Jumlah	4.214	2.735	17.757796	20.492796	0.86653847		
Kepercayaan	0.823	0.183				>0,7	Reliabel
	0.893	0.122					
	0.866	0.153					

UNIVERSITAS JENDERAL ACHMAD YANI YOGYAKARTA PERPUSTAKAAN

Pelanggan	0.894	0.12					
	0.918	0.084					
	0.842	0.179					
Jumlah	5.236	0.841	27.415696	28.256696	0.97023714		
Loyalitas Pelanggan	0.669	0.474				>0,7	Reliabel
	0.663	0.392					
	0.665	0.548					
	0.778	0.305					
	0.828	0.23					
	0.71	0.469					
Jumlah	4.313	2.418	18.601969	21.019969	0.88496653		
Kesenangan Pelanggan	0.88	0.112				>0,7	Reliabel
	0.854	0.156					
	0.84	0.197					
	0.854	0.171					
	0.866	0.146					
	0.822	0.23					
Jumlah	5.116	1.012	26.173456	27.185456	0.96277421		

Sumber: Data diolah 2022

Hasil pengujian menunjukan bahwa nilai *Construct Reliability* (CR) pada indikator variabel kualitas pelayanan, kepuasan, kepercayaan, loyalitas, dan kesenangan pelanggan dapat dikatakan reliabel karena hasil CR menunjukan diatas atau melebihi batas yang ditentukan yaitu >0,7. Sehingga seluruh indikator pertanyaan dapat diterima dalam penelitian ini.

UNIVERSITAS JENDERAL ACHMAD YANI YOGYAKARTA PERPUSTAKAAN

4.2.2. Alat Analisis

a. Statistik Deskriptif

Penyelidikan deskriptif digunakan untuk memutuskan penggambaran setiap variabel eksplorasi yang dicoba dengan statistik deskriptif. Analisis statistik deskriptif disini menggunakan aplikasi SPSS versi 25 karena adanya keterbatasan dalam Amos versi 22 yang membuat bagian ini harus menggunakan SPSS versi 25 terlebih dahulu. Mengingat informasi yang telah dikumpulkan, kualitas terbesar, terkecil, dan normal akan diperoleh. Menurut Ferdinand (2014) nilai tipikal setiap responden dari kelas rentang dengan jumlah kelas setara dengan 5, sehingga sangat baik dapat ditentukan dalam resep berikut:

$$Interval = \frac{Nilai\ max - Nilai\ Min}{Kelas\ Interval} = \frac{5-1}{5} = 0{,}8$$

Dengan hasil 0,80 maka jawaban responden dalam setiap variabel dapat dicirikan sebagai berikut :

1) Skor 4,24 – 5,00: Sangat Tinggi
2) Skor 3,43 – 4,23: Tinggi
3) Skor 2,62 – 3,42: Cukup Tinggi
4) Skor 1,81 – 2,61: Rendah
5) Skor 1,00 – 1,80: Sangat Rendah

Dibawah ini akan dideskripsikan hasil uji statistik deskriptif dari 5 variabel yang telah diuji dari program SPSS versi 25, yaitu: kualitas pelayanan, kepuasan, kepercayaan, loyalitas, dan kesenangan pelanggan.

UNIVERSITAS JENDERAL ACHMAD YANI YOGYAKARTA PERPUSTAKAAN

a) Kualitas Pelayanan

Tabel 4. 7. Statistik Deskriptif Kualitas Pelayanan

Variabel	N	Minimum	Maximum	Mean	Std Deviasi
KP1	93	1	5	4.14	0.731
KP2	93	1	5	3.99	0.915
KP3	93	3	5	4.12	0.689
KP4	93	1	5	4.10	0.835
KP5	93	2	5	4.47	0.636
KP6	93	1	5	4.04	0.871
KP7	93	2	5	4.19	0.726
KP8	93	1	5	4.13	0.783
KP9	93	1	5	4.11	0.827
KP10	93	1	5	3.92	0.875
KP11	93	1	5	4.00	0.847
KP12	93	2	5	4.09	0.789
Rata rata	93			4.11	0.794

Sumber: Data diolah 2022

Pada tabel di atas cenderung terlihat bahwa pengukuran yang menjelaskan responden dalam memberikan penilaian terhadap setiap variabel menunjukkan tingkat penilaian responden terhadap variabel kualitas pelayanan. Nilai normal pemeriksaan responden dalam evaluasi ini adalah 4,11 dengan nilai terbesar 5 dan paling sedikit 1. Hal ini menunjukkan bahwa tanggapan responden terhadap variabel kualitas pelayanan pada klasifikasi ini tergolong tinggi.

b) Kepuasan Pelanggan

Tabel 4. 8. Statistik Deskriptif Kepuasan Pelanggan

Variabel	N	Minimum	Maximum	Mean	Std Deviasi
KEP1	93	1	5	4.08	0.811
KEP2	93	1	5	4.13	0.824
KEP3	93	1	5	3.47	1.212
KEP4	93	1	5	3.72	0.971

UNIVERSITAS JENDERAL ACHMAD YANI YOGYAKARTA PERPUSTAKAAN

KEP5	93	2	5	3.85	0.859
KEP6	93	1	5	3.85	0.908
Rata rata	93			3.85	0.931

Sumber: Data diolah 2022

Pada tabel di atas cenderung terlihat bahwa pengukuran yang menjelaskan responden dalam memberikan penilaian terhadap setiap variabel menunjukkan tingkat penilaian responden terhadap variabel kepuasan pelanggan. Nilai normal pemeriksaan responden dalam evaluasi ini adalah 3.85 dengan nilai terbesar 5 dan paling sedikit 1. Hal ini menunjukkan bahwa tanggapan responden terhadap variabel kualitas pelayanan pada klasifikasi ini tergolong tinggi.

c) Kepercayaan Pelanggan

Tabel 4. 9. Statistik Deskriptif Kepercayaan Pelanggan

Variabel	N	Minimum	Maximum	Mean	Std Deviasi
KEPER1	93	2	5	4.13	0.741
KEPER2	93	1	5	4.02	0.780
KEPER3	93	1	5	4.01	0.787
KEPER4	93	1	5	4.06	0.777
KEPER5	93	1	5	4.04	0.736
KEPER6	93	1	5	4.09	0.789
Rata rata	93			4.06	0.768

Sumber: Data diolah 2022

Pada tabel di atas cenderung terlihat bahwa pengukuran yang menjelaskan responden dalam memberikan penilaian terhadap setiap variabel menunjukkan tingkat penilaian responden terhadap variabel kepercayaan pelanggan. Nilai normal pemeriksaan responden dalam evaluasi ini adalah 4.06 dengan nilai terbesar 5 dan paling sedikit 1. Hal ini menunjukkan bahwa tanggapan responden terhadap variabel kualitas pelayanan pada klasifikasi ini tergolong tinggi.

UNIVERSITAS JENDERAL ACHMAD YANI YOGYAKARTA PERPUSTAKAAN

d) Loyalitas Pelanggan

Tabel 4. 10. Statistik Deskriptif Loyalitas Pelanggan

Variabel	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviasi
LOY1	93	2	5	3.84	0.811
LOY2	93	1	5	3.80	0.841
LOY3	93	1	5	3.52	0.996
LOY4	93	1	5	3.74	0.883
LOY5	93	1	5	3.73	0.861
LOY6	93	1	5	3.62	0.977
Rata rata	93			3.71	0.895

Sumber: Data diolah 2022

Pada tabel di atas cenderung terlihat bahwa pengukuran yang menjelaskan responden dalam memberikan penilaian terhadap setiap variabel menunjukkan tingkat penilaian responden terhadap variabel loyalitas pelanggan. Nilai normal pemeriksaan responden dalam evaluasi ini adalah 3.71 dengan nilai terbesar 5 dan paling sedikit 1. Hal ini menunjukkan bahwa tanggapan responden terhadap variabel kualitas pelayanan pada klasifikasi ini tergolong tinggi.

e) Kesenangan Pelanggan

Tabel 4. 11. Statistik Deskriptif Kesenangan Pelanggan

Variabel	N	Minimum	Maximum	Mean	Std Deviasi
KESE1	93	1	5	4.04	0.751
KESE2	93	1	5	3.96	0.765
KESE3	93	1	5	3.90	0.822
KESE4	93	1	5	3.95	0.799
KESE5	93	1	5	4.00	0.766
KESE6	93	1	5	4.02	0.847
Rata rata	93			3.98	0.792

Sumber: Data diolah 2022

UNIVERSITAS JENDERAL ACHMAD YANI YOGYAKARTA PERPUSTAKAAN

Pada tabel di atas cenderung terlihat bahwa pengukuran yang menjelaskan responden dalam memberikan penilaian terhadap setiap variabel menunjukkan tingkat penilaian responden terhadap variabel kesenangan pelanggan. Nilai normal pemeriksaan responden dalam evaluasi ini adalah 3.98 dengan nilai terbesar 5 dan paling sedikit 1. Hal ini menunjukkan bahwa tanggapan responden terhadap variabel kualitas pelayanan pada klasifikasi ini tergolong tinggi.

b. Analisis Data *Structural Equation Modeling* (SEM)

Penggunaan teknik abalisis data dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan analisis *Structural Equation Modeling* (SEM) yang ada pada program aplikasi SPSS Amos versi 22. Ada bagian dimana dalam analisis statistik deskriptif menggunakan aplikasi SPSS versi 25 dikarenakan adanya keterbatasan dalam Amos untuk mengolah data statistik deskriptif.

c. Langkah-langkah Penggunaan *Structural Equation Modeling* (SEM)

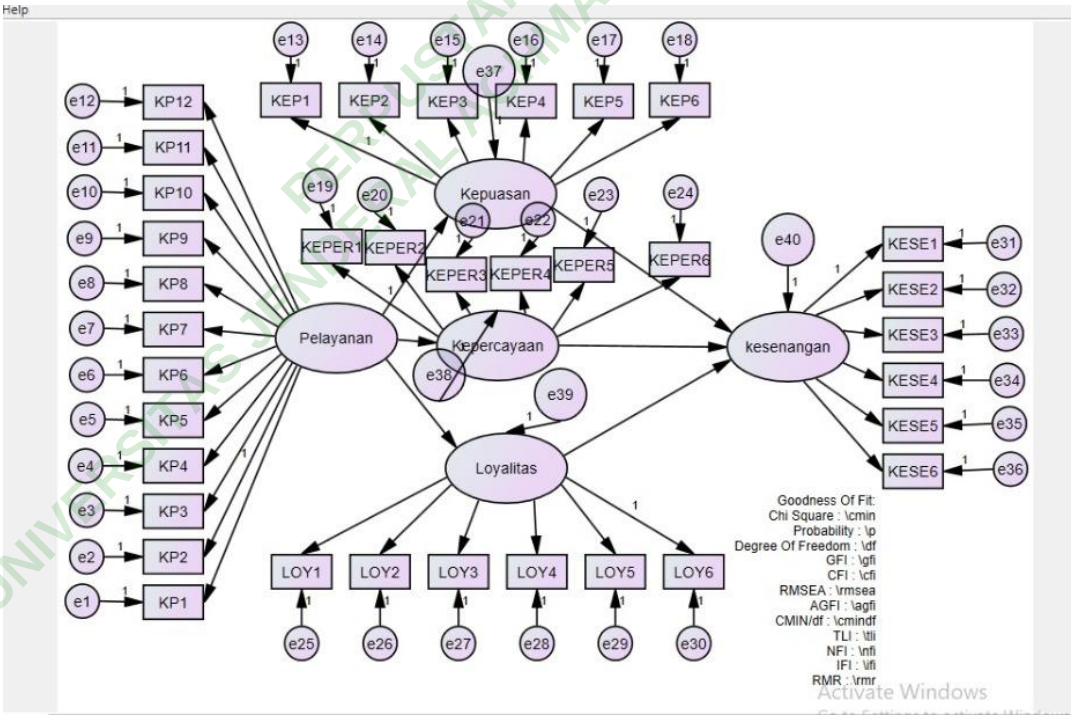
1) Pembahasan Model Berdasarkan Teori

Pengembangan model pada penelitian ini berdasarkan atas yang dijelaskan pada bab 2. Model penelitian secara umum terdiri dari satu variabel bebas (*eksogen*) yaitu kualitas pelayanan dan empat variabel terikat (*endogen*) yaitu kepuasan, kepercayaan, loyalitas, dan kesenangan pelanggan.

2) Menyusun Diagram Alur (*Path Diagram*)

UNIVERSITAS JENDERAL ACHMAD YANI YOGYAKARTA PERPUSTAKAAN

Setelah mengembangkan model berdasarkan teori, tahap selanjutnya adalah mengembangkan model sebagai grafik arus agar lebih mudah melihat hubungan antara faktor-faktor yang diuji. Dalam diagram alur, koneksi antar konstruk ditangani oleh anak panah. Anak panah lurus menunjukkan hubungan antara satu struktur dengan struktur lainnya. Sedangkan garis lengkung yang menunjukkan hubungan antara konstruk dengan konstruk lain pada setiap ujungnya menunjukkan hubungan. Estimasi hubungan antar faktor dalam SEM disebut *Structural Equation Modeling*. Mengingat teori saat ini, bagan cara SEM dibuat sebagai berikut:



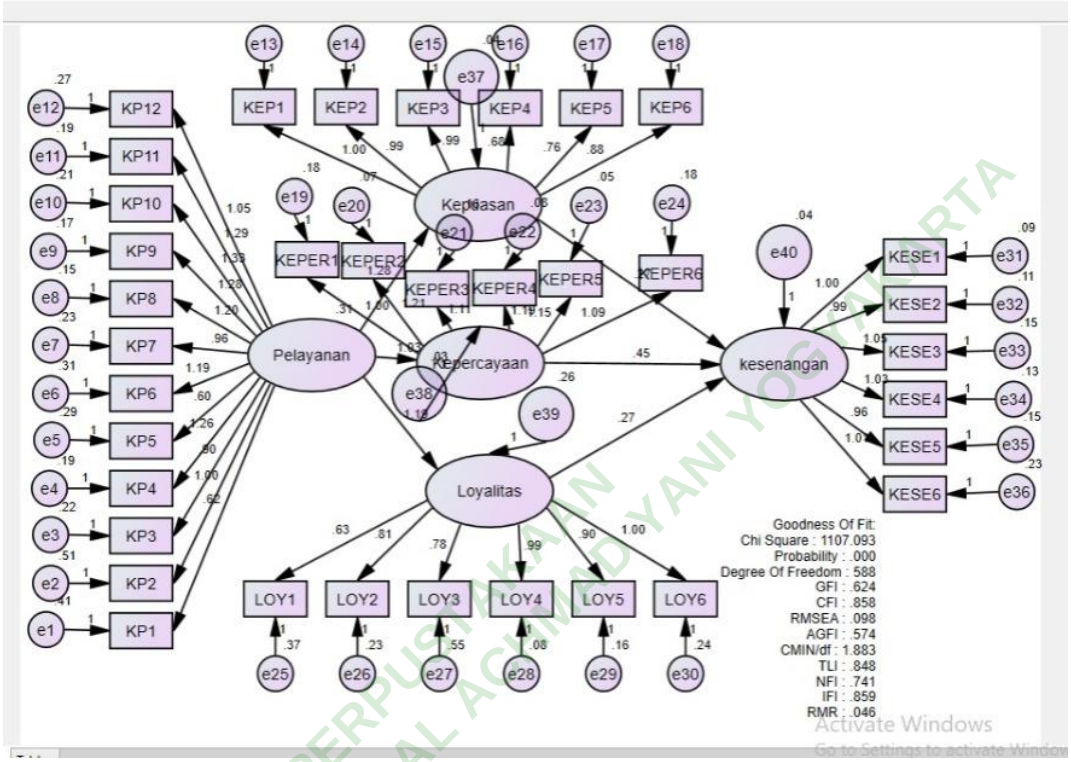
Gambar 4. 1 Path Diagram Sebelum Dikonversi

Sumber: Data diolah 2022

3) Konversi Diagram Alur ke Dalam Persamaan Struktural

UNIVERSITAS JENDERAL ACHMAD YANI YOGYAKARTA PERPUSTAKAAN

Setelah langkah ke 2 diatas dibuat, maka selanjutnya membuat persamaan struktural dalam bab 3.



Gambar 4. 2 Path Diagram Setelah Dikonversi

Sumber: Data diolah 2022

4) Input Matriks dan Estimasi Model

Input matriks yang digunakan adalah kovarians dan korelasi. Model estimasi yang digunakan adalah estimasi maksimum *likelihood* (ML) yang telah dipenuhi dengan asumsi-asumsi berikut:

a) Ukuran Sampel

Dalam penelitian ini, jumlah sampel sebanyak 93 orang yang dibagi kedalam 5 kecamatan yang ada di kabupaten Purbalingga, yaitu kecamatan Bobotsari sebanyak 25 orang, kecamatan Padamara sebanyak 20 orang, kecamatan Mrebet sebanyak 18 orang, kecamatan

UNIVERSITAS JENDERAL ACHMAD YANI YOGYAKARTA PERPUSTAKAAN

Kutasari sebanyak 15 orang, dan kecamatan Karanganyar sebanyak 15 orang.

b) Uji Normalitas

Tabel 4. 12. Uji Normalitas

Variable	min	Max	Skew	c.r.	kurtosis	c.r.
KESE6	1	5	-0.797	-3.137	0.797	1.569
KESE5	1	5	-0.583	-2.296	1.019	2.005
KESE4	1	5	-0.675	-2.658	0.969	1.907
KESE3	1	5	-0.647	-2.549	0.729	1.435
KESE2	1	5	-0.807	-3.177	1.613	3.175
KESE1	1	5	-0.845	-3.327	1.883	3.708
LOY6	1	5	-0.456	-1.794	0.062	0.122
LOY5	1	5	-0.173	-0.682	-0.167	-0.329
LOY4	1	5	-0.52	-2.047	0.518	1.019
LOY3	1	5	-0.244	-0.96	-0.216	-0.426
LOY2	1	5	-0.262	-1.033	0.001	0.003
LOY1	2	5	-0.19	-0.749	-0.58	-1.143
KEPER6	1	5	-0.686	-2.7	0.909	1.79
KEPER5	1	5	-0.725	-2.854	1.719	3.385
KEPER4	1	5	-0.948	-3.734	1.845	3.633
KEPER3	1	5	-0.691	-2.722	1.074	2.115
KEPER2	1	5	-0.728	-2.867	1.234	2.43
KEPER1	2	5	-0.531	-2.09	-0.036	-0.071
KEP6	1	5	-0.575	-2.263	0.422	0.83
KEP5	2	5	-0.121	-0.477	-0.892	-1.755
KEP4	1	5	-0.492	-1.938	-0.099	-0.195
KEP3	1	5	-0.452	-1.781	-0.612	-1.204
KEP2	1	5	-0.945	-3.721	1.261	2.483
KEP1	1	5	-0.752	-2.963	0.916	1.803
KP12	2	5	-0.686	-2.7	0.23	0.452
KP11	1	5	-0.863	-3.399	0.971	1.912
KP10	1	5	-0.636	-2.506	0.312	0.613
KP9	1	5	-0.897	-3.53	1.124	2.213
KP8	1	5	-0.911	-3.585	1.582	3.114
KP7	2	5	-0.652	-2.567	0.266	0.523
KP6	1	5	-0.777	-3.059	0.535	1.052
KP5	2	5	-1.047	-4.123	1.171	2.305
KP4	1	5	-0.858	-3.379	0.959	1.888

UNIVERSITAS JENDERAL ACHMAD YANI YOGYAKARTA PERPUSTAKAAN

KP3	3	5	-0.156	-0.612	-0.881	-1.733
KP2	1	5	-1.092	-4.3	1.356	2.67
KP1	1	5	-0.891	-3.509	2.191	4.313
Multivariate					263.359	24.277

Sumber: Data diolah 2022

SEM sangat peka terhadap atribut penyebaran informasi, khususnya penyampaian informasi yang mengabaikan anggapan keteraturan multivariat atau adanya kurtosis yang tinggi. SEM mengharapkan penyampaian informasi yang khas dengan cara yang multivariat (Ghozali, 2014). Pada AMOS, normalitas data dilakukan dengan melihat nilai *critical ratio* (CR) dalam *assessment of normality* dengan nilai dasar ± 2,58 pada taraf 0,01. Jika ada nilai CR yang lebih menonjol daripada nilai dasarnya, informasinya tidak normal secara *univariate*. Sementara itu, secara multivariat, sangat mungkin ditemukan nilai CR kolom terakhir dengan susunan serupa (Ghozali, 2014).

Berdasarkan tabel menunjukkan hasil dari uji normalitas secara *univariate* sebagian besar data terdistribusi secara tidak normal, sedangkan untuk nilai *multivariate* bernilai sebesar 24,277. Nilai tersebut berada diatas 2,58 sehingga data tersebut tidak memenuhi kriteria normalitas/data tidak terdistribusi normal secara *multivariate*.

Penyimpangan pada uji normalitas dapat diteliti kembali dengan menggunakan *bootstrapping* untuk *resampling*. Jika nilai estimasi nya masih sama dengan hasil nilai estimasi tanpa

UNIVERSITAS JENDERAL ACHMAD YANI YOGYAKARTA PERPUSTAKAAN

bootstrapping, maka model penelitian tanpa *bootstrapping* masih layak untuk dipakai. *Bootstrapping* yang digunakan dalam penelitian ini adalah *bootstrapping maximum likelihood bollen stine*. Berikut adalah output nya :

Tabel 4. 13 Hasil *bollen stine bootstrape*

Bollen-Stine Bootstrap (Default model)
The model fit better in 134 bootstrap samples.
It fit about equally well in 0 bootstrap samples.
It fit worse or failed to fit in 66 bootstrap samples.
Testing the null hypothesis that the model is correct, Bollen-Stine bootstrap p = .333

Sumber : data diolah tahun 2022

Nilai *chi square* sebelum *bootstrape* adalah 1107,093 dengan probabilitas 0,000 dan setelah dilakukan *bootstrapping* dihasilkan probabilitas *bollen stine bootstrape* 0,333 dan nilai tidak signifikan pada 5% sehingga model ini dapat diterima dan masih layak digunakan untuk menguji seluruh hipotesis penelitian.

c) Uji Outlier

Uji *Outlier* dapat dilihat melalui Amos *mahalanobis distance*. Kriteria yang digunakan yaitu pada tingkat p<0,01 dengan diukur menggunakan X^2 Pada derajat bebas dengan jumlah faktor terukur yang digunakan dalam hal ini berkonsentrasi sebanyak 36 variabel. kemudian melalui program *excel* pada submenu *Insert - Function -* CHIINV, masukkan probabilitas dan jumlah variabel sebagai berikut:

Tabel 4. 14. Batas *Mahalanobis Distance*

Probabiltas	0,01	
Degrees Of Freedom	36	

UNIVERSITAS JENDERAL ACHMAD YANI YOGYAKARTA PERPUSTAKAAN

		58,57

Sumber: Data diolah 2022

Hasilnya sebesar 58,57 yang menandakan bahwa semua data yang nilainya lebih besar dari 58,57 adalah data *outlier*.

Tabel 4. 15. Uji *Outlier*

Observation number	*Mahalanobis d-squared*	p1	p2
36	76.076	0	0.01
48	68.918	0.001	0.002
85	67.431	0.001	0
56	62.866	0.004	0
44	59.58	0.008	0.001
13	59.29	0.009	0
8	57.828	0.012	0
30	57.084	0.014	0
37	55.536	0.02	0
69	55.359	0.021	0
27	55.049	0.022	0
87	54.907	0.023	0
83	54.404	0.025	0
28	54.062	0.027	0
24	53.553	0.03	0
63	52.743	0.035	0
34	52.417	0.038	0
52	52.33	0.038	0
50	51.832	0.042	0
19	51.62	0.044	0
90	49.863	0.062	0
67	48.859	0.075	0
78	48.767	0.076	0
35	48.461	0.08	0
60	47.624	0.093	0
29	47.429	0.096	0
40	47.187	0.1	0
11	46.324	0.116	0

UNIVERSITAS JENDERAL ACHMAD YANI YOGYAKARTA PERPUSTAKAAN

81	46.312	0.117	0
9	45.63	0.13	0
38	45.181	0.14	0
68	45.158	0.141	0
49	44.984	0.145	0
41	44.871	0.147	0
93	44.654	0.153	0
6	44.538	0.155	0
23	44.377	0.159	0
7	42.884	0.2	0
72	42.647	0.207	0
45	42.573	0.209	0
18	41.386	0.247	0
1	41.157	0.255	0
61	41.128	0.256	0
91	40.907	0.264	0
2	40.707	0.271	0
10	40.591	0.275	0
32	39.956	0.299	0
42	37.529	0.399	0.015
73	37.155	0.416	0.02
58	36.502	0.445	0.046
80	36.241	0.457	0.049
33	36.052	0.466	0.045
82	35.504	0.492	0.081
89	33.791	0.574	0.493
74	33.653	0.581	0.461
5	33.6	0.583	0.398
20	33.576	0.584	0.328
15	33.194	0.603	0.383
43	33.043	0.61	0.356
55	32.944	0.615	0.312
3	32.536	0.634	0.374
71	32.38	0.642	0.349
77	31.407	0.687	0.625
12	30.719	0.718	0.775

UNIVERSITAS JENDERAL ACHMAD YANI YOGYAKARTA
PERPUSTAKAAN

64	30.089	0.745	0.872
51	30.002	0.749	0.839
4	29.117	0.785	0.946
92	28.59	0.806	0.97
57	27.967	0.828	0.987
88	22.868	0.956	1
76	19.126	0.991	1
75	19.07	0.991	1
47	18.305	0.994	1
65	16.241	0.998	1
86	15.92	0.998	1
84	15.332	0.999	1
25	14.531	0.999	1
17	14.427	0.999	1
31	13.329	1	1
59	11.877	1	1
16	11.726	1	1
54	11.466	1	1
62	8.828	1	1
46	7.956	1	1
79	7.532	1	1
21	5.325	1	1
22	5.325	1	1
39	5.325	1	1
66	5.325	1	1
70	5.325	1	1
53	4.415	1	1
14	2.898	1	1
26	2.898	1	1

Sumber: Data diolah 2022

Berdasarkan tabel hasil diatas menunjukan bahwa terdapat data *outlier* sebanyak 6.

5) Identifikasi Model Struktural

UNIVERSITAS JENDERAL ACHMAD YANI YOGYAKARTA PERPUSTAKAAN

Pengujian identifikasi model struktural merupakan salah satu alternatif dari pengujian multikolinearitas, karena variabel independen yang dimiliki dalam penelitian ini hanya satu. Salah satu cara, untuk melihat apakah terdapat masalah dalam identifikasi model dapat dilakukan dengan melihat hasil penilaian. Pemeriksaan SEM harus diselesaikan dengan asumsi hasil identifikasi model tersebut menunjukkan, bahwa model tersebut termasuk kedalam kategori *over-identified*. Identifikasi ini diselesaikan dengan melihat nilai *degrees of freedom* (df) dari model yang dibuat.

Tabel 4. 16. Hasil *Degrees Of Freedom*

Number of distinct sample moments:	666
Number of distinct parameters to be estimated:	78
Degrees of freedom (666 - 72):	588

Sumber: Data diolah 2022

Hasil AMOS menunjukan angka *degress of freedom* model berjumlah 588. Hal ini menunjukkan bahwa model termasuk dalam kategori *over confident* karena mempunyai angka *degress of freedom* positif. Oleh karena itu analisa data bisa di lanjutkan ke tahap berikutnya.

6) Menilai Kriteria *Goodness Of Fit*

Mengevaluasi *goodness of fit* merupakan tujuan utama dalam SEM untuk mengetahui seberapa jauh model yang dihipotesis "Fit" atau sesuai dengan sampel. Hasil *goodness of fit* ditampilkan dalam tabel terlampir:

UNIVERSITAS JENDERAL ACHMAD YANI YOGYAKARTA PERPUSTAKAAN

Tabel 4. 17. Menilai *Goodness Of Fit*

Goodness Of Fit Index	*Cut Of Value*	Model Penelitian	Model
Chi-Square	Diharapkan kecil	1107.093	Marginal
Significant Probability	≥ 0,05	0	Marginal
RMSEA	≤ 0.08	0.098	Marginal
GFI	≥ 0.90	0.624	Marginal
AGFI	≥ 0.90	0.574	Marginal
CMIN/DF	≤ 2.0	1.883	Fit
TLI	≥ 0.90	0.848	Marginal
CFI	≥ 0.90	0.858	Marginal

Sumber: Data diolah 2022

Dari tabel 4.16, digambarkan bahwa model penelitian mendekati sebagai model *goodness of fit*.

CMIN/DF adalah indeks kewajaran yang hemat yang bertindak atas integritas model *goodness of fit* dengan jumlah koefisien yang dinilai dan diharapkan untuk mencapai kesesuaian. Hasil dari CMIN/DF dalam penelitian ini adalah 1,883 yang menunjukkan bahwa model pemeriksaan fit.

Goodnes of Fit Indeks (GFI) menunjukkan tingkat kesesuaian model umum yang ditentukan dari sisa kuadrat model yang diprediksi dibandingkan dengan informasi nyata. Nilai dari GFI dalam model ini adalah 0,624. Penghargaan di dekat tingkat yang disarankan 0,90 menunjukkan model eksplorasi marginal.

RMSEA adalah indeks yang digunakan untuk menebus nilai chi-kuadrat dalam contoh besar. Nilai RMSEA dari penelitian

UNIVERSITAS JENDERAL ACHMAD YANI YOGYAKARTA PERPUSTAKAAN

ini adalah 0,098 dengan nilai yang disarankan sebesar 0,08, ini menunjukkan model eksplorasi marginal.

AGFI merupakan dari GFI yang disesuaikan dengan perbandingan antara *degree of freedom* yang diusulkan dan *degree of freedom* dari null model. Nilai AGFI pada model ini adalah 0,574. Karena nilai mendekati dengan tingkat yang direkomendasikan ≥ 0,90 menandakan bahwa model penelitian marginal.

TLI adalah indeks kewajaran yang tidak terlalu terpengaruh oleh ukuran pengujian. Nilai dari TLI dalam penelitian ini adalah 0,848, mendekati angka yang disarankan, yaitu 0,90, ini menunjukkan model penelitian marginal fit.

CFI adalah daftar yang umumnya keras terhadap ukuran sampel dan kerumitan model. Nilai CFI dalam penelitian ini adalah 0,858, mendekati nilai yang disarankan yaitu 0,90, hal ini menunjukkan model penelitian fit marginal.

Dari keseluruhan pengukuran *Goodness of Fit* diatas menunjukkan bahwa model yang diajukan dalam penelitian ini dapat diterima. Menurut Ghozali (2017) dalam penelitian Zakaria&Astuty menyatakan bahwa jika ada satu atau dua kriteria *goodness of fit* yang terpenuhi maka secara keseluruhan model dapat dikatakan baik atau fit.

7) Interpretasi dan Modifikasi Model

UNIVERSITAS JENDERAL ACHMAD YANI YOGYAKARTA PERPUSTAKAAN

Langkah terakhir adalah menginterpretasikan model dan memodifikasikan model bagi yang tidak memenuhi syarat pengujian yang dilakukan. Strategi untuk memodifikasi model bila tidak memenuhi syarat-syaratnya ini disebut dengan Model Development Strategy. Strategi ini adalah yang paling banyak digunakan dan yang paling baik untuk mendapatkan model yang lebih baik. Tujuan langkah terakhir ini adalah untuk memutuskan bentuk perlakuan lanjutan setelah dilakukan evaluasi asumsi dan uji kesesuaian model. Jika model dinyatakan cukup baik, maka langkah berikutnya adalah melakukan interpretasi. Namun jika model dinyatakan belum baik atau tidak memenuhi syarat pengujian, maka perlu diadakan modifikasi. Dalam penelitian ini modifikasi model yang dilakukan yaitu mengubah kerangka model sehingga terjadi penambahan hipotesis dan terjadi sedikit perubahan dalam hasil beberapa pengujian.

d. Pengujian Hipotesis

Setelah melakukan uji coba langkah-langkah SEM, tahap selanjutnya adalah uji coba hipotesis. Dalam penelitian ini, pengujian hipotesis menggunakan *regression weight*. Hipotesis tersebut dapat diakui jika nilai kemungkinannya adalah < 0,05 dan angka C.R adalah > 1,96 (Ghozali, 2017). Akibat uji spekulasi dalam review ini dengan memanfaatkan SPSS Amos 22 yang dapat dilihat pada tabel berikut ini:

PERPUSTAKAAN UNIVERSITAS JENDERAL ACHMAD YANI YOGYAKARTA

Tabel 4. 18. Pengujian Hipotesis

			Estimate	S.E.	C.R.	P	Ket
Pelayanan	→	Kepuasan	1.277	.187	6.835	***	Signifikan
Pelayanan	→	Kepercayaan	1.031	.163	6.305	***	Signifikan
Pelayanan	→	Loyalitas	1.191	.204	5.830	***	Signifikan
Kepuasan	→	Kesenangan	.275	.130	2.109	.035	Signifikan
Kepercayaan	→	Kesenangan	.446	.157	2.851	.004	Signifikan
Loyalitas	→	Kesenangan	.269	.063	4.267	***	Signifikan

Sumber: Data diolah 2022

Berdasarkan tabel 4.18 diatas dipaparkan bahwa 4 hipotesis dalam penelitian ini memiliki pengaruh dan signifikan. Berikut penjelasan dari tabel 4.18 adalah :

1) Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan

Dalam penelitian ini, hipotesis 1 mengungkapkan bahwa ada pengaruh positif dan signifikan antara faktor kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan. Dalam ulasan ini, konsekuensi dari pengujian hipotesis 1 mendapat nilai kemungkinan 0,000 ($p < 0,05$) dengan nilai C.R 6,835 > 1,960. Mengingat hasil ini, ada pengaruh positif dan signifikan antara kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan. Akibatnya, hipotesis 1 dalam penelitian ini dapat diakui.

2) Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepercayaan pelanggan

Dalam penelitian ini, hipotesis 2 mengungkapkan bahwa ada pengaruh positif dan signifikan antara faktor kualitas pelayanan terhadap kepercayaan pelanggan. Dalam ulasan ini, konsekuensi dari pengujian hipotesis 2 mendapat nilai kemungkinan 0,000 ($p < 0,05$) dengan nilai C.R 6,305 > 1,960.

UNIVERSITAS JENDERAL ACHMAD YANI YOGYAKARTA PERPUSTAKAAN

Mengingat hasil ini, ada pengaruh positif dan signifikan antara kualitas pelayanan dan kepercayaan pelanggan. Akibatnya, hipotesis 2 dalam penelitian ini dapat diakui.

3) Pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan

Dalam penelitian ini, hipotesis 3 mengungkapkan bahwa ada pengaruh positif dan signifikan antara faktor kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan. Dalam ulasan ini, konsekuensi dari pengujian hipotesis 3 mendapat nilai kemungkinan 0,000 ($p < 0,05$) dengan nilai C.R 5,830 > 1,960. Mengingat hasil ini, ada pengaruh positif dan signifikan antara kualitas pelayanan dan loyalitas pelanggan. Akibatnya, hipotesis 3 dalam penelitian ini dapat diakui.

4) Pengaruh kepuasan pelanggan terhadap kesenangan pelanggan.

Dalam penelitian ini, hipotesis 4 mengungkapkan bahwa ada pengaruh positif dan signifikan antara faktor kepuasan pelanggan terhadap kesenangan pelanggan. Dalam ulasan ini, konsekuensi dari pengujian hipotesis 4 mendapat nilai kemungkinan 0,035 ($p < 0,05$) dengan nilai C.R 2,109 > 1,960. Mengingat hasil ini, ada pengaruh positif dan signifikan antara kepuasan pelanggan dan kesenangan pelanggan. Akibatnya, hipotesis 4 dalam penelitian ini dapat diakui.

UNIVERSITAS JENDERAL ACHMAD YANI YOGYAKARTA
PERPUSTAKAAN

5) Pengaruh kepercayaan pelanggan terhadap kesenangan pelanggan.

Dalam penelitian ini, hipotesis 5 mengungkapkan bahwa ada pengaruh positif dan signifikan antara faktor kepercayaan pelanggan terhadap kesenangan pelanggan. Dalam ulasan ini, konsekuensi dari pengujian hipotesis 5 mendapat nilai kemungkinan 0,004 ($p < 0,05$) dengan nilai C.R 2,851 > 1,960. Mengingat hasil ini, ada pengaruh positif dan signifikan antara kepercayaan pelanggan dan kesenangan pelanggan. Akibatnya, hipotesis 5 dalam penelitian ini dapat diakui.

6) Pengaruh loyalitas pelanggan terhadap kesenangan pelanggan.

Dalam penelitian ini, hipotesis 6 mengungkapkan bahwa ada pengaruh positif dan signifikan antara faktor loyalitas pelanggan terhadap kesenangan pelanggan. Dalam ulasan ini, konsekuensi dari pengujian hipotesis 6 mendapat nilai kemungkinan 0,000 ($p < 0,05$) dengan nilai C.R 4,267 > 1,960. Mengingat hasil ini, ada pengaruh positif dan signifikan antara loyalitas pelanggan dan kesenangan pelanggan. Akibatnya, hipotesis 6 dalam penelitian ini dapat diakui.

UNIVERSITAS JENDERAL ACHMAD YANI YOGYAKARTA PERPUSTAKAAN

4.3. Pembahasan

Topik pembahasan dibawah ini merupakan jawaban dari rumusan masalah yang sudah ditulis dalam bab 1 dimana rumusan masalah tersebut

menjelaskan apakah variabel kualitas pelayanan memiliki pengaruh terhadap variabel kepuasan pelanggan, kepercayaan pelanggan, loyalitas pelanggan, dan kesenangan pelanggan. Berikut dibawah ini adalah pembahasannya :

a. Apakah kualitas pelayanan memiliki pengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

Berdasarkan hasil dari penelitian yang telah dilaksanakan, dapat dilihat bahwa variabel kualitas pelayanan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini menggambarkan apabila semakin bagus kualitas pelayanan yang ditunjukan oleh perusahaan PT Telkom Indonesia terhadap pelanggan mereka akan meningkatkan kepuasan dari pelanggan indihome di kabupaten Purbalingga. Kualitas pelayanan yang baik tidak terjadi begitu saja dan berpusat di sekitar organisasi spesialis yang menawarkan dukungan besar, namun juga terletak pada perspektif klien dalam memahami sifat pemberian layanan (Kotler dan Keller 2012). Sedangkan pengertian kepuasan pelanggan menurut Tjiptono (2014) merupakan respon antusias dari pengalaman mengkonsumsi suatu barang atau organisasi saat melakukan evaluasi. Selain itu, kepuasan pelanggan adalah suatu tanggapan emosional dari pengalaman mengkonsumsi produk maupun jasa pada saat mengevaluasi (Wilkie, dalam Tjiptono 2014).

UNIVERSITAS JENDERAL ACHMAD YANI YOGYAKARTA PERPUSTAKAAN

Kualitas pelayanan merupakan suatu hal yang penting dalam menyalurkan kebutuhan pelanggan, disaat pelanggan sudah nyaman dengan pelayanan yang diberikan suatu perusahaan maka akan timbul sebuah kepuasan dari pelanggan itu sendiri. Selain itu minat berkunjung kembali dari pelanggan akan tinggi karena adanya kesesuaian harapan dari pelanggan terhadap perusahaan dan tidak menutup kemungkinan pelanggan akan merekomendasikan kepada orang disekitarnya. Hal itu menjadi sebuah keuntungan yang berlipat bagi perusahaan.

Hasil Penelitian ini mendukung penelitian dari Desiyanti, N. L., Sudja, I. N., & Martini, L. K. B. (2018), Masitoh, M. R., Wibowo, H. A., & Ikhsan, K. (2019), Putera, A. D., Dalle, J., & Syafari, M. R. (2021) Muzammil, Abdul, Mukhlis Yunus, and Nurdasila Darsono. (2018) yang menjelaskan bahwa kualitas pelayanan dengan kepuasan pelanggan memiliki pengaruh positif dan signifikan.

b. Apakah kualitas pelayanan memiliki pengaruh terhadap kepercayaan pelanggan.

Berdasarkan hasil dari penelitian yang telah dilaksanakan, dapat dilihat bahwa variabel kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepercayaan pelanggan. Hal ini menggambarkan apabila semakin baik kualitas pelayanan yang

UNIVERSITAS JENDERAL ACHMAD YANI YOGYAKARTA PERPUSTAKAAN

ditunjukan oleh perusahaan PT Telkom Indonesia terhadap pelanggan mereka akan meningkatkan kepercayaan dari pelanggan indihome di kabupaten Purbalingga. Kualitas pelayanan merupakan sebuah perspektif dari pelanggan atau konsumen terkait pelayanan produk atau jasa yang diterima (*perceived service*) dengan tingkat pelayanan yang diinginkan atau diharapkan (*expected service*). Sedangkan definisi dari kepercayaan pelanggan adalah keyakinan bahwa seseorang akan menemukan apa yang diinginkan pada mitra pertukaran. Suatu pelayanan dapat dikatakan baik jika dapat memenuhi ekspektasi dari pelanggan. Apabila pelanggan mendapatkan apa yang selalu pelanggan butuhkan dan inginkan di suatu perusahaan maka pelanggan akan percaya pada perusahaan.

Oleh karena itu hal ini sesuai dengan penelitian Muzammil, Abdul, Mukhlis Yunus, and Nurdasila Darsono. (2018) yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan dengan kepercayaan pelanggan berpengaruh positif dan signifikan.

c. Apakah kualitas pelayanan memiliki pengaruh terhadap loyalitas pelanggan.

Berdasarkan hasil dari penelitian yang telah dilaksanakan, dapat dilihat bahwa variabel kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Hal ini menggambarkan apabila semakin baik kualitas pelayanan yang

UNIVERSITAS JENDERAL ACHMAD YANI YOGYAKARTA PERPUSTAKAAN

ditunjukan oleh perusahaan PT Telkom Indonesia terhadap pelanggan mereka akan meningkatkan tingkat keloyalan dari pelanggan indihome di kabupaten Purbalingga. Menurut Kotler (2002) beragumen bahwa kualitas pelayanan sangat penting dikelola dalam perusahaan. Dengan bantuan kualitas, pembeli bagaimanapun juga perlu membeli barang-barang ini. Karena mereka senang dengan pemberian yang diberikan maka mereka menjadi setia. Sedangkan loyalitas menurut Tjiptono (2014) menyatakan bahwa loyalitas pelanggan adalah kewajiban klien terhadap suatu merek, toko, atau penyedia, berdasarkan pandangan yang sangat menggembirakan dan tercermin dalam pembelian berulang yang stabil.

Secara umum pelanggan akan loyal terhadap perusahaan apabila pelanggan menyukai cara perusahaan dalam melayani pelanggannya. Kesetiaan pada pelanggan dapat ditunjukan pada beberapa hal seperti tingkat konsistensi pembelian dari pelanggan terhadap produk perusahaan dan kebal dari tawaran produk lain. Oleh karena itu pelanggan yang setia dapat menjadi faktor yang menguntungkan bagi perusahaan jika perusahaan dapat memberikan pelayanan yang baik kepada pelanggan mereka.

Hasil penelitian ini sesuai dengan Vildayanti, R. A. (2019) dan Muzammil, Abdul, Mukhlis Yunus, and Nurdasila Darsono. (2018)

UNIVERSITAS JENDERAL ACHMAD YANI YOGYAKARTA PERPUSTAKAAN

yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan.

d. Apakah kualitas pelayanan memiliki pengaruh terhadap kesenangan pelanggan.

Berdasarkan hasil dari penelitian yang telah dilaksanakan, dapat dilihat bahwa variabel kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kesenangan pelanggan. Hal ini menggambarkan apabila semakin baik kualitas pelayanan yang ditunjukan oleh perusahaan PT Telkom Indonesia terhadap pelanggan mereka akan meningkatkan tingkat keloyalan dari pelanggan indihome di kabupaten Purbalingga. Tjiptono dan Candra (2012) dalam buku "Pentingnya Kepuasan dan Loyalitas Pengunjung" beragumen bahwa apabila kinerja sesuai dari apa yang diharapkan pelanggan maka pelanggan akan merasa senang dan puas, sebaliknya jika kinerja berada dibawah dari apa yang diharapkan pelanggan maka pelanggan itu akan merasa kecewa. Linda Otto (2011) menyatakan bahwa *"sensory pleasures is simply any type of enjoyment or pleasure that is derived by using your sensory receptors, both consciuosly and subconsciously".* Artinya, sensorial pleasure adalah kesenangan yang diperoleh dari reseptor sensorik baik secara sadar maupun di bawah sadar. Kesenangan didasarkan pada penelitian yang dikembangkan oleh Laurent and Kapderee (1985) dalam Rashmi dan J.K. Nayak (2014) yaitu

UNIVERSITAS JENDERAL ACHMAD YANI YOGYAKARTA PERPUSTAKAAN

kesukaan, kepercayaan, keanekaragaman. Menurut Eva, (2005) *customer delight* tercipta ketika perusahaan menunjukan kejujuran, perlakuan khusus, dan sentuhan akhir kepda pelanggan.

Pada umumnya kualitas pelayanan adalah hal yang dapat menentukan kondisi pelanggan atas efek pelayanan yang diberikan dari perusahaan. Setiap perusahaan pastinya sudah memberikan yang erbaik bagi pelanggannya, namun setiap pelanggan juga memiliki tingkat kepuasan tersendiri. Perusahaan harus mampu mengetahui apa yang diinginkan dan dibutuhkan pelanggannya. Dengan hal itu pelanggan merasa terperhatikan dan pelanggan akan merasa senang.

Hasil penelitian ini mendukung Desiyanti, N. L., Sudja, I. N., & Martini, L. K. B. (2018) yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kesenangan pelanggan.

PERPUSTAKAAN UNIVERSITAS JENDERAL ACHMAD YANI YOGYAKARTA