

## BAB IV

### HASIL ANALISIS DAN PEMBAHASAN

#### 4.1. Analisis Data

##### 4.1.1 Gambaran Umum Responden

Berdasarkan hasil penelitian diperoleh karakteristik responden yang menjelaskan latar belakang responden yang menjadi sampel dalam penelitian ini.

**Tabel 4.1**

**Responden Berdasarkan Jenis Kelamin**

Jenis Kelamin	Jumlah	Presentase (%)
Perempuan	45	57.7
Laki-laki	33	42.3
Jumlah	78	100

Sumber: Data Primer yang telah diolah 2020

Berdasarkan Tabel 4.1 diatas, dapat dilihat bahwa jumlah responden perempuan sebanyak 45 pelanggan (57,7%), dan jumlah responden laki-laki sebanyak 33 pelanggan (42,3%), dengan demikian pelanggan Ninja xpress yang mendominasi dalam pemakaian jasa pengiriman adalah perempuan.

**Tabel 4.2**

**Responden Berdasarkan Usia**

Usia	Jumlah	Persentase
< 20 Tahun	7	9
21 - 29 tahun	59	75.6

30 - 39 tahun	6	7.7
> 40 Tahun	6	7.7
Total	78	100

Sumber : Data Primer yang telah diolah 2020

Berdasarkan Tabel 4.2 diatas dari 78 yang menjadi responden dalam penelitian ini, terlihat bahwa pelanggan Ninja xpress terbanyak ada pada usia 21 – 29 tahun sebanyak 59 pelanggan (75,6 %) hal ini karena usia tersebut cenderung lebih membutuhkan jasa pengiriman barang untuk memenuhi kebutuhannya.

**Tabel 4.3**

**Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan**

Jenis Pekerjaan	Jumlah	Persentase
Pelajar/Mahasiswa	41	51.9
Pegawai Swasta	5	6.2
PNS	2	2.5
Wiraswasta	27	34.6
Lainnya	3	4.8
Total	78	100

Sumber : Data Primer yang telah diolah 2020

Kemudian pada Tabel 4.3 diatas, dapat dilihat bahwa berdasarkan jenis pekerjaan. Responden yang memiliki pekerjaan sebagai Pelajar/Mahasiswa sebanyak 41 orang (51,9%), Hal ini menandakan bahwa Pelajar/Mahasiswa adalah pelanggan yang mendominasi dikarenakan harga

yang diberikan oleh Ninja xpress diperhitungkan lebih murah bagi kalangan pelajar/mahasiswa.

**Tabel 4.4**  
**Responden Berdasarkan Tingkat Menggunakan Jasa Pengiriman**

Menggunakan Jasa Pengiriman	Jumlah	Persentase
1 kali	42	53,8
2-5 kali	27	34,6
> 5 kali	9	11,6
Total	78	100

Sumber : Data Primer yang telah diolah 2020

Pada Tabel 4.4 dapat dilihat bahwa berdasarkan tingkat menggunakan jasa pengiriman, responden yang hanya menggunakan 1 kali sebesar 42 pelanggan (53,8%), untuk responden yang menggunakan sebanyak 2-5 kali sebesar 27 pelanggan (34,6) dan responden yang menggunakan jasa pengiriman sebanyak lebih dari 5 kali sebesar 9 pelanggan (11,6%). Hal ini menandakan bahwa loyalitas pelanggan dalam menggunakan jasa pengiriman Ninja xpress yang rendah.

#### **4.1.2 Uji Validitas**

Uji validitas merupakan pengujian untuk mengetahui ketepatan suatu alat ukur untuk mengukur yang perlu diukur. Apabila alat ukur yang validitasnya tinggi maka memiliki tingkat kesalahan kecil, sehingga dapat dikatakan data yang terkumpul merupakan data yang memenuhi syarat.

Hasil uji tersebut digunakan dengan bantuan SPSS 26, dengan variabel sebagai berikut:

**Tabel 4. 5**  
**Hasil Perhitungan Validitas Variabel Ekuitas Merek (X<sub>1</sub>)**

Item Pertanyaan	R Hitung	R Tabel	Keterangan
X <sub>1</sub> -1	0,211	0,185	Valid
X <sub>1</sub> -2	0,216	0,185	Valid
X <sub>1</sub> -3	0,819	0,185	Valid
X <sub>1</sub> -4	0,398	0,185	Valid
X <sub>1</sub> -5	0,808	0,185	Valid
X <sub>1</sub> -6	0,789	0,185	Valid
X <sub>1</sub> -7	0,844	0,185	Valid
X <sub>1</sub> -8	0,855	0,185	Valid

Sumber: Hasil Pengolahan Data Penelitian

Berdasarkan hasil uji validitas menunjukkan bahwa nilai korelasi tiap item pertanyaan dengan total skor lebih besar dari R tabel yaitu 0,185 sehingga menunjukkan bahwa item pertanyaan yang digunakan ini valid dan dapat digunakan pada analisis data selanjutnya.

**Tabel 4. 6**  
**Hasil Perhitungan Validitas Variabel Kualitas Pelayanan - Kinerja (X<sub>2</sub>)**

Item Pertanyaan	R Hitung	R Tabel	Keterangan
X <sub>2</sub> -1	0.229	0,185	Valid
X <sub>2</sub> -2	0.231	0,185	Valid
X <sub>2</sub> -3	0.830	0,185	Valid
X <sub>2</sub> -4	0.862	0,185	Valid
X <sub>2</sub> -5	0.836	0,185	Valid
X <sub>2</sub> -6	0.769	0,185	Valid
X <sub>2</sub> -7	0.781	0,185	Valid
X <sub>2</sub> -8	0.826	0,185	Valid
X <sub>2</sub> -9	0.708	0,185	Valid
X <sub>2</sub> -10	0.668	0,185	Valid

Sumber: Hasil Pengolahan Data Penelitian

Berdasarkan hasil uji validitas menunjukkan bahwa nilai korelasi tiap item pertanyaan dengan total skor lebih besar dari R tabel yaitu 0,185 sehingga menunjukkan bahwa item pertanyaan yang digunakan ini valid dan digunakan pada analisis data selanjutnya.

**Tabel 4. 7**  
**Hasil Perhitungan Validitas Variabel Kualitas Pelayanan - Harapan (X<sub>2</sub>)**

Item Pertanyaan	R Hitung	R Tabel	Keterangan
X <sub>2</sub> -1	0.460	0,185	Valid
X <sub>2</sub> -2	0.481	0,185	Valid
X <sub>2</sub> -3	0.727	0,185	Valid
X <sub>2</sub> -4	0.731	0,185	Valid
X <sub>2</sub> -5	0.590	0,185	Valid
X <sub>2</sub> -6	0.615	0,185	Valid
X <sub>2</sub> -7	0.698	0,185	Valid
X <sub>2</sub> -8	0.748	0,185	Valid
X <sub>2</sub> -9	0.707	0,185	Valid
X <sub>2</sub> -10	0.700	0,185	Valid

Sumber: Hasil Pengolahan Data Penelitian

Berdasarkan hasil uji validitas menunjukkan bahwa nilai korelasi tiap item pertanyaan dengan total skor lebih besar dari R tabel yaitu 0,185 sehingga menunjukkan bahwa item pertanyaan yang digunakan ini valid dan digunakan pada analisis data selanjutnya.

**Tabel 4. 8**  
**Hasil Perhitungan Validitas Variabel Loyalitas Pelanggan (Y)**

Item Pertanyaan	R Hitung	R Tabel	Keterangan
Y-1	0.821	0,185	Valid
Y-2	0.688	0,185	Valid
Y-3	0.720	0,185	Valid
Y-4	0.828	0,185	Valid
Y-5	0.822	0,185	Valid
Y-6	0.870	0,185	Valid

Sumber: Hasil Pengolahan Data Penelitian

Berdasarkan hasil uji validitas menunjukkan bahwa nilai korelasi tiap item pertanyaan dengan total skor lebih besar dari R tabel yaitu 0,185 sehingga menunjukkan bahwa item pertanyaan yang digunakan ini valid dan dapat digunakan pada analisis data selanjutnya.

#### 4.1.3 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dilakukan untuk mengetahui sejauh mana kesamaan hasil pada saat dilakukan uji coba dua kali atau lebih. Uji reliabilitas juga digunakan untuk melihat stabilitas atau konsistensi hasil pengukuran. Sebuah alat ukur dikatakan reliabel jika digunakan secara berulang-ulang terhadap satu objek menghasilkan hasil yang sama. Adapun teknik reliabilitas yang digunakan adalah reliabilitas konsistensi antar butir penulis menggunakan uji *Cronbach Alpha*.

**Tabel 4. 9**  
**Hasil Uji Reliabilitas**

Variabel	Nilai Cronbach's Alpha	Keputusan
<b>Ekuitas Merek (X<sub>1</sub>)</b>	0,775	Reliabel
<b>Kualitas Pelayanan (X<sub>2</sub>)</b>	0.870	Reliabel
<b>Loyalitas Pelanggan (Y)</b>	0.881	Reliabel

Sumber: Hasil Pengolahan Data Primer, 2020

Instrumen yang memiliki nilai *Cronback Alpha* lebih besar dari 0,6 atau nilai korelasi hasil perhitungan lebih besar dari nilai dalam tabel dikatakan sebagai instrumen yang reliable.

Berdasarkan perhitungan uji reliabilitas yang telah penulis lakukan, diperoleh bahwa:

1. Pada variabel Ekuitas Merek ( $X_1$ ) memiliki nilai *cronbach alpha* di atas 0,6 yaitu sebesar 0,775 ini berarti instrumen memiliki hasil yang reliabel (layak), sehingga instrumen atau angket ini termasuk kepada instrumen reliabel dan konsisten.
2. Pada variabel Kualitas Pelayanan ( $X_2$ ) memiliki nilai *cronbach alpha* di atas 0,6 yaitu sebesar 0.870 ini berarti instrumen memiliki hasil yang reliabel (layak), sehingga instrumen atau angket ini termasuk kepada instrumen reliabel dan konsisten.
3. Dan pada variabel Ekuitas Merek (Y) memiliki nilai *cronbach alpha* di atas 0,6 yaitu sebesar 0.881 ini berarti instrumen memiliki hasil yang reliabel (layak), sehingga instrumen atau angket ini termasuk kepada instrumen reliabel dan konsisten.

#### 4.1.4 Analisis Deskriptif

Berdasarkan kuesioner yang disebarakan kepada responden, maka dapat diketahui mengenai tanggapan responden terhadap pengaruh Ekuitas Merek dan Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan di Ninja xpress cabang cimincrang, untuk memudahkan penilaian dari jawaban responden, maka adanya kriteria penilaian sebagai berikut:

**Tabel 4. 10**  
**Kategori Interpretasi Skor**

Kelas Interval	Kategori
4,21 – 5,00	Sangat baik
3,41 – 4,20	Baik
2,61 – 3,40	Cukup baik

1,81 – 2,60	Tidak baik
1,00 – 1,80	Sangat tidak baik

Sumber: Sugiyono (2018:134)

#### 4.1.4.1 Gambaran mengenai Variabel Ekuitas Merek

Variabel ekuitas merek terdiri dari 4 dimensi dan 8 item pertanyaan, berikut ini akan disajikan dan dijelaskan kecenderungan jawaban dari responden terhadap variabel ekuitas merek dengan pendekatan distribusi frekuensi dan persentase, sebagai berikut :

##### a. (*Brand Awareness*)

**Tabel 4. 11**  
**Tanggapan responden terhadap kuesioner nomer 1: Saya Dapat Dengan Cepat Mengingat Logo Atau Simbol Dari Merek Ini.**

Tanggapan	Bobot	F	Skor	(%)
Sangat Cepat	4.78	35	167.3	45.1
Cepat	3.88	9	34.9	10.7
Cukup Cepat	3.00	34	102	44.2
Tidak Cepat	0	0	0	0
Sangat Tidak Cepat	0	0	0	0
Jumlah		78	304,22	100.0
Rata-Rata			3.90	

Sumber: Hasil Pengolahan Data 2020

Berdasarkan Tabel 4.11 kategori interpretasi mengenai pertanyaan responden: saya dapat dengan cepat mengingat logo atau simbol dari merek ini memiliki rata-rata nilai sebesar 3,90 berada dikategori baik (3.41 – 4.20). Beberapa responden menyatakan sangat cepat mengenai saya dapat dengan



cepat mengingat logo atau simbol dari merek sebesar 45,1%. Selain itu, dapat dilihat juga berdasarkan pengamatan pada fenomena yang terjadi bahwa masih adanya tanggapan cukup mudah sebesar 44,2% yang menandakan adanya responden yang merasa bahwa merek pada logo atau simbol di Ninja xpress tidak mudah untuk diingat.

**Tabel 4. 12**

**Tanggapan responden terhadap kuesioner nomer 2: Saya Dapat Mengenali Merek Ninja Xpress Cabang Cimincrang Tanpa Bertanya Ke Orang Lain**

Tanggapan	Bobot	F	Skor	(%)
Sangat Mengenali	4.65	18	83.7	23.1
Mengenali	3.82	13	49.7	16.7
Cukup Mengenali	2.94	38	111.7	48.8
Tidak Mengenali	1.82	7	12.7	8.9
Sangat Tidak Mengenali	1.00	2	2	2.5
Jumlah		78	259.8	100
Rata-Rata			3.33	

Sumber: Hasil Pengolahan Data 2020

Berdasarkan Tabel 4.12 kategori interpretasi pertanyaan responden mengenai : saya dapat mengenali merek Ninja xpress cabang cimincrang tanpa bertanya ke orang lain memiliki rata-rata nilai sebesar 3.33 berada pada kategori cukup baik (2.61 – 3.40). Sebanyak 23,1% responden menyatakan sangat mengenali, dimana hal ini menandakan bahwa sebagian pelanggan merasa dapat mengenali merek pada perusahaan Ninja xpress cabang

ciminrang tanpa bertanya ke orang lain. Selain itu masih ada responden yang merasa cukup mengenali sebanyak 48,8%, hal ini disebabkan karena kurangnya pengenalan merek yang diberikan oleh perusahaan kepada masyarakat sekitar.

**b. (*Brand Association*)**

**Tabel 4. 13**  
**Tanggapan responden terhadap kuesioner nomor 3: Menurut Saya Lokasi Ninja Xpress Cabang Cimincrang Strategis**

Tanggapan	Bobot	F	Skor	(%)
Sangat Strategis	5.01	5	25.05	6.4
Strategis	4.07	15	61.05	19.2
Cukup Strategis	3.27	25	81.75	32.1
Tidak Strategis	2.28	29	66.12	37.2
Sangat Tidak Strategis	1.00	4	4.00	5.1
Jumlah		78	237.97	100.0
Rata-Rata			3.05	

Sumber: Hasil Pengolahan Data 2020

Berdasarkan Tabel 4.13 kategori interpretasi pertanyaan responden mengenai: menurut saya lokasi Ninja xpress cabang cimincrang strategis memiliki rata-rata nilai sebesar 3.05 berada pada kategori cukup baik (2,61-3,40). Sebanyak 19,2 responden menyatakan strategis, dimana hal ini menandakan sebagian responden merasa bahwa lokasi Ninja xpress cabang cimincrang strategis dalam penempatannya. Selain itu ada juga responden yang menyatakan tidak strategis sebanyak 37,2% yang menandakan adanya

responden yang merasa bahwa lokasi tidak strategis menurut sebagian responden.

**Tabel 4. 14**  
**Tanggapan responden terhadap kuesioner nomer 4: Logo Pada Ninja Xpress Cabang Cimincrang Memiliki Karakteristik Tersendiri**

No	Tanggapan	Bobot	F	Skor	(%)
1	Sangat Berkarakteristik	5.22	10	52.20	12.8
2	Berkarakteristik	3.97	36	142.92	46.2
3	Cukup Berkarakteristik	2.97	21	62.37	26.9
4	Tidak Berkarakteristik	2.00	11	22.00	14.1
5	Sangat Tidak Berkarakteristik	0	0	0	0
Jumlah			78	279.49	100.0
Rata-Rata				3.58	

Sumber: Hasil Pengolahan Data 2020

Berdasarkan Tabel 4.14 kategori interpretasi pertanyaan responden mengenai : logo pada Ninja xpress cabang cimincrang memiliki karakteristik tersendiri memiliki rata-rata nilai sebesar 3.58 berada pada kategori baik (3,41 – 4,20). Sebanyak 46,2% responden menyatakan berkarakteristik dimana pelanggan merasa bahwa logo pada perusahaan memiliki karakteristik yang berbeda dari produk pesaing. Selain itu masih ada responden yang menyatakan cukup berkarakteristik sebesar 26,9% dimana ini menandakan bahwa sebagian dari pelanggan cukup merasa adanya karakteristik pada logo Ninja xpress cabang cimincrang .

c. (*Perceived Quality*)

**Tabel 4. 15**  
**Tanggapan responden terhadap kuesioner nomer 5: Ninja Xpress Cabang Cimincrang Memiliki Kualitas Yang Saya Harapkan**

Tanggapan	Bobot	F	Skor	(%)
Sangat Memiliki Kualitas Yang Diharapkan	4.86	8	38.88	10.3
Memiliki Kualitas Yang Diharapkan	3.82	23	87.86	29.4
Cukup Memiliki Kualitas Yang Diharapkan	3.02	22	66.44	28.2
Tidak Memiliki Kualitas Yang Diharapkan	2.00	25	50.00	32.1
Sangat Tidak Memiliki Kualitas Yang Diharapkan	0	0	0	0
Jumlah		78	243.18	100.0
Rata-Rata			3.18	

Sumber: Hasil Pengolahan Data 2020

Berdasarkan Tabel 4.15 menggambarkan tanggapan responden mengenai Ninja xpress cabang cimincrang memiliki kualitas yang saya harapkan, yang memperoleh skor rata-rata sebesar 3.18 yang termasuk ke dalam kategori cukup baik (2,61 - 3,40). Tabel tersebut menunjukkan bahwa sebagian besar responden menyatakan tidak memiliki kualitas yang diharapkan sebesar 32,1% responden beranggapan bahwa Ninja xpress cabang cimincrang belum sesuai dengan kualitas yang diharapkan pelanggan.

**Tabel 4. 16**  
**Tanggapan responden terhadap kuesioner nomer 6: Kinerja Pada Ninja Xpress Cabang Cimincrang Lebih Baik Dari Pada Merek Lain**

Tanggapan	Bobot	F	Skor	(%)
Sangat Baik	4.89	10	48.90	10
Baik	4.01	16	64.16	23.7
Cukup Baik	3.15	32	100.8	41.3
Tidak Baik	2.00	20	40.00	25
Sangat Tidak Baik	0	0	0	0
Jumlah		78	253.86	100.0
Rata-Rata			3.25	

Sumber: Hasil Pengolahan Data 2020

Berdasarkan Tabel 4.16 menggambarkan tanggapan responden mengenai kinerja pada Ninja xpress cabang cimincrang lebih baik dari pada merek lain, yang memperoleh skor rata-rata sebesar 3.25 yang termasuk ke dalam kategori cukup baik (2,61 – 3,40). Tabel tersebut menunjukkan bahwa sebagian besar responden memilih cukup baik sebesar 41,3% hal ini berarti responden beranggapan bahwa kinerja yang diberikan perusahaan Ninja xpress biasa-biasa saja dan tidak berbeda dari kinerja perusahaan lainnya inilah yang menyebabkan skor rata-ratanya ada pada kategori cukup.

**d. (Brand Loyalty)**

**Tabel 4. 17**  
**Tanggapan responden terhadap kuesioner nomer 7: Ninja Xpress Cabang Cimincrang Memberikan Kepuasan Saat Saya Menggunakanya**

Tanggapan	Bobot	F	Skor	(%)
Sangat Puas	4.92	7	34.44	9

Puas	3.86	23	88.78	29.5
Cukup Puas	3.03	23	69.69	29.5
Tidak Puas	2.00	25	50.00	32
Sangat Tidak Puas	0	0	0	0
Jumlah		78	242,91	100.0
Rata-Rata			3.11	

Sumber: Hasil Pengolahan Data 2020

Berdasarkan Tabel 4.17 menggambarkan tanggapan responden mengenai Ninja xpress cabang cimincrang memberikan kepuasan saat saya menggunakannya, yang memperoleh skor rata-rata sebesar 3.11 yang termasuk ke dalam kategori cukup (2,61 – 3.40). Tabel tersebut menunjukkan bahwa sebagian besar responden memilih tidak puas sebesar 32%, pelanggan beranggapan bahwa kepuasan dalam menggunakan merek pada perusahaan tersebut tidak berbeda dengan merek pada perusahaan lainnya kemungkinan dikarenakan kurangnya kualitas pelayanan yang diberikan oleh perusahaan.

**Tabel 4. 18**

**Tanggapan responden terhadap kuesioner nomer 8: Saya Akan Setia Menggunakan Jasa Pengiriman Pada Merek Tersebut**

Tanggapan	Bobot	F	Skor	(%)
Sangat Setia	4.83	6	28.98	7.6
Setia	3.92	15	58.80	19
Cukup Setia	3.09	28	86.52	36.7
Tidak Setia	2.13	24	51.12	30.4
Sangat Tidak Setia	1.00	5	5.00	6.3

Jumlah	78	230.42	100.0
Rata-Rata		2.95	

Sumber: Hasil Pengolahan Data 2020

Berdasarkan Tabel 4.18 menggambarkan tanggapan responden mengenai saya akan setia menggunakan jasa pengiriman pada merek tersebut, yang memperoleh rata-rata sebesar 2.95 yang termasuk ke dalam kategori cukup baik (2,61 – 3,40). Mayoritas responden memilih cukup setia sebesar 36,7% pelanggan beranggapan bahwa sebagian besar responden beranggapan bahwa cukup setia menggunakan jasa pengiriman Ninja Xpress.

#### 4.1.4.2 Garis Kontinum Ekuitas Merek

Untuk mengetahui bagaimana ekuitas merek di Ninja xpress cabang cimincrang maka peneliti terlebih dahulu menggunakan tabel skor rata-rata setiap indikator pertanyaan yaitu sebagai berikut:

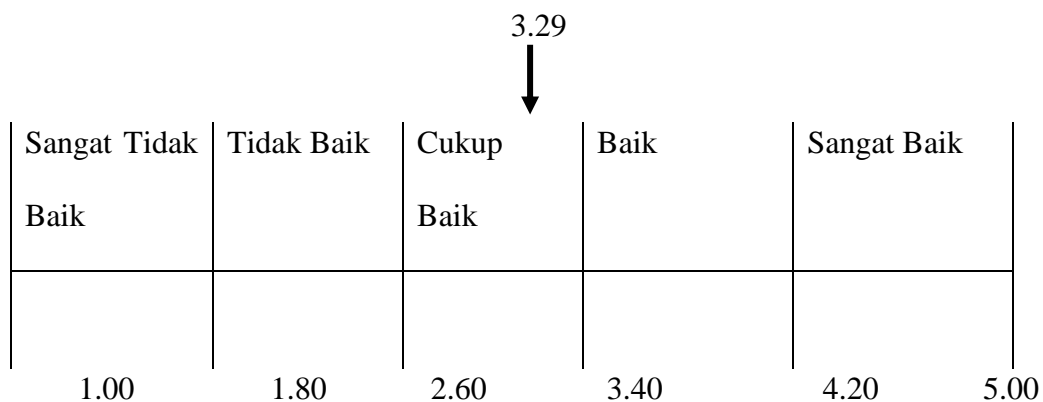
**Tabel 4. 19**  
**Skor Rata-Rata Setiap Indikator Pertanyaan**

No	Indikator Pertanyaan	Skor Rata-Rata
1	Saya Dapat Dengan Cepat Mengingat Logo Atau Simbol Dari Merek Ini.	3.90
2	Saya Dapat Mengenali Merek Ninja Xpress Cabang Cimincrang Tanpa Bertanya Ke Orang Lain	3.33
3	Menurut Saya Lokasi Ninja Xpress Cabang Cimincrang Strategis	3.05
4	Logo Pada Ninja Xpress Cabang Cimincrang Memiliki Karakteristik Tersendiri	3.58
5	Ninja Xpress Cabang Cimincrang Memiliki Kualitas Yang Saya Harapkan	3.18

6	Kinerja Pada Ninja Xpress Cabang Cimincrang Lebih Baik Dari Pada Merek Lain.	3.25
7	Ninja Xpress Cabang Cimincrang Memberikan Kepuasan Saat Saya Menggunakanya	3.11
8	Saya Akan Setia Menggunakan Jasa Pengiriman Pada Merek Tersebut	2.95
Skor Akhir		$\frac{26.35}{8} = 3.29$

Sumber : Total skor dari tabel-tabel sebelumnya

Berdasarkan dari Tabel 4.19 didapatkan hasil sebesar 3.29 maka dibuat garis kontinum sebagai berikut :



**Gambar 4.1**

#### **Garis Kontinum Kategorisasi Ekuitas Merek**

Berdasarkan garis kontinum di atas, tanggapan responden secara keseluruhan mengenai ekuitas merek memperoleh skor rata-rata sebesar 3.29, hal ini menunjukkan bahwa ekuitas merek di Ninja xpress cabang cimincrang berada pada kategori cukup baik, karena berada pada interval persentase 2.61 – 3.40.



#### 4.1.4.3 Gambaran mengenai Variabel Kualitas Pelayanan

Variabel kualitas pelayanan terdiri dari 5 dimensi dan 20 item pertanyaan, yang terbagi menjadi 10 item pertanyaan menjelaskan bagaimana kinerja perusahaan dan 10 item pertanyaan menjelaskan bagaimana harapan pelanggan. Berikut ini akan disajikan dan dijelaskan kecenderungan jawaban dari responden terhadap variabel kualitas pelayanan dengan pendekatan distribusi frekuensi dan persentase, sebagai berikut :

**Tabel 4. 20**  
**Tingkatan Kualitas Pelayanan di Ninja Xpress pada tampilan fisik (*tangible*)**

Kuesioner No.	Tanggapan	Kinerja		Harapan		( <i>%</i> )	
		Total Skor	Rata- rata Skor	Total Skor	Rata- rata Skor	Total GAP	Rata- rata GAP
9, 19	Perusahaan Menyediakan Ruang Tunggu Yang Nyaman Pada Saat Pelanggan Melakukan Transaksi	308.44	3.95	415.35	5.32	-106.91	- 1.37
10, 20	Perusahaan Memiliki Perlengkapan Yang Lengkap	337.81	4.33	357.24	4.58	-19.43	- 0.25
Total		646.25	8.28	772.59	9.9	-126.34	- 1.62

Berdasarkan Tabel 4.20 tingkat kesenjangan total gap sebesar -126,34

dan rata-rata kesenjangan sebesar -1,62 yang perlu mendapatkan perhatian dari

pihak perusahaan Ninja xpress cabang cimincrang karena angka kesenjangan ini menunjukkan besarnya harapan pelanggan atas pelayanan yang belum terpenuhi oleh perusahaan. Tingkat kesenjangan diperoleh dari kinerja pelayanan (*service performance*) Ninja xpress cabang ciminrang dikurangi harapan pelanggan (*customer expectation*). Pada Tabel 4.20 dapat diketahui tingkat kesenjangan tertinggi dari tampilan fisik perlengkapan berasal dari fasilitas interior ruangan pada Ninja xpress cabang cimincrang.

**Tabel 4. 21**

**Tingkatan Kualitas Pelayanan di Ninja Xpress pada keandalan (*Reliability*)**

Kuesioner No.	Tanggapan	Kinerja		Harapan		( $\%$ )	
		Total Skor	Rata- rata Skor	Total Skor	Rata- rata Skor	Total GAP	Rata- rata GAP
11, 21	Kurir Melakukan Pengiriman Dengan Tepat	261.38	3.35	279.11	3.58	-17.73	-0.23
12, 22	Paket Yang Diterima Sesuai Dengan Waktu Yang Ditentukan.	279.25	3.58	357.38	4.58	-78.13	-1
Total		540.63	6.93	636.49	8.16	-95.86	-1.23

Berdasarkan Tabel 4.21 tingkat kesenjangan total gap sebesar -95,86 dan rata-rata kesenjangan sebesar -1,23 yang perlu mendapatkan perhatian dari pihak perusahaan Ninja xpress cabang cimincrang karena angka kesenjangan ini menunjukkan besarnya harapan pelanggan atas pelayanan yang belum terpenuhi oleh perusahaan. Tingkat kesenjangan diperoleh dari kinerja pelayanan (*service performance*) Ninja xpress cabang ciminrang dikurangi harapan pelanggan

(*customer expectation*). Pada Tabel 4.21 dapat diketahui tingkat kesenjangan tertinggi berasal dari karyawan yang belum memenuhi target sesuai dengan waktu yang telah di tentukan oleh perusahaan, hal ini menyebabkan terjadinya kinerja belum sesuai dengan harapan yang diinginkan pelanggan.

**Tabel 4. 22**  
**Tingkatan Kualitas Pelayanan di Ninja Xpress pada daya tanggap**  
*(Responsiveness)*

Kuesioner No.	Tanggapan	Kinerja		Harapan		GAP (%)	
		Total Skor	Rata-rata Skor	Total Skor	Rata-rata Skor	Total GAP	Rata-rata GAP
13, 23	Kurir Sigap Dan Cepat Dalam Mengirim Paket	279.30	3.58	247.29	3.17	32.01	0.41
14, 24	Bagian Administrasi Cepat Dan Tanggap Dalam Melayani	279.22	3.58	247.31	3.17	31.91	0.41
Total		558.52	7.16	494.60	6.34	63.92	0.82

Berdasarkan Tabel 4.22 tingkat kesenjangan total gap sebesar 63,92 dan rata-rata kesenjangan sebesar 0,82 yang artinya pihak perusahaan Ninja xpress cabang cimincrang berhasil mencapai kualitas pelayanan pada dimensi daya tanggap (*Responsiveness*) dapat dilihat dari angka kesenjangan ini menunjukkan besarnya harapan pelanggan atas pelayanan yang telah terpenuhi oleh perusahaan. Tingkat kesenjangan diperoleh dari kinerja pelayanan (*service performance*) Ninja xpress cabang cimincrang dikurangi harapan pelanggan (*customer expectation*). Pada Tabel 4.22 dapat diketahui harapan pelanggan yang terpenuhi berasal dari

kemampuan karyawan dan perusahaan dalam memberikan jasa dengan cepat serta mendengar dan mengatasi keluhan pelanggan yang memenuhi harapan pelanggan, hal ini dapat disimpulkan bahwa kinerja sudah sesuai dengan harapan yang diinginkan oleh pelanggan.

**Tabel 4. 23**  
**Tingkatan Kualitas Pelayanan di Ninja Xpress pada Empati (*Emphaty*)**

Kuesioner No.	Tanggapan	Kinerja		Harapan		(%)	
		Total Skor	Rata-rata Skor	Total Skor	Rata-rata Skor	Total GAP	Rata-rata GAP
15, 25	Karyawan Administrasi Mampu Memberikan Perhatian Yang Baik Secara Personal/Individu	259.34	3.32	357.04	4.58	-97.7	-1.26
16, 26	Karyawan Selalu Mengutamakan Kepentingan Konsumen	279.11	3.58	394.13	5.05	-84	-1.08
Total		538.45	6.90	751.17	9.63	- 212.72	-2.73

Berdasarkan Tabel 4.23 tingkat kesenjangan total gap sebesar -212,78 dan rata-rata kesenjangan sebesar -2,73 yang perlu mendapatkan perhatian dari pihak perusahaan Ninja xpress cabang cimincrang karena angka kesenjangan ini menunjukkan besarnya harapan pelanggan atas pelayanan yang belum terpenuhi oleh perusahaan. Tingkat kesenjangan diperoleh dari kinerja pelayanan (*service performance*) Ninja xpress cabang ciminrang dikurangi harapan pelanggan

(*customer expectation*). Pada Tabel 4.23 dapat diketahui tingkat kesenjangan tertinggi berasal dari kemampuan karyawan dan perusahaan dalam memberikan perhatian kepada pelanggan, hal ini menyebabkan terjadinya kinerja belum sesuai dengan harapan pelanggan.

**Tabel 4. 24**  
**Tingkatan Kualitas Pelayanan di Ninja Xpress pada Jaminan (*Assurance*)**

Kuesioner No.	Tanggapan	Kinerja		Harapan		GAP (%)	
		Total Skor	Rata-rata Skor	Total Skor	Rata-rata Skor	Total GAP	Rata-rata GAP
17, 27	Karyawan Mampu Melayani Pelanggan	279.01	3.58	403.05	5.17	-124.04	-1.59
18, 28	Pelanggan Merasa Paket Yang Dikirim Terjamin Keamanannya	278.88	3.57	357.17	4.58	-78.29	-1.01
Total		557.89	7.15	760.22	9.75	-202.33	-2.6

Berdasarkan Tabel 4.24 tingkat kesenjangan total gap sebesar -202,33 dan rata-rata kesenjangan sebesar -2,6 yang perlu mendapatkan perhatian dari pihak perusahaan Ninja xpress cabang cimincrang karena angka kesenjangan ini menunjukkan besarnya harapan pelanggan atas pelayanan yang belum terpenuhi oleh Ninja xpress. Tingkat kesenjangan diperoleh dari kinerja pelayanan (*service performance*) Ninja xpress cabang ciminrang dikurangi harapan pelanggan (*customer expectation*). Pada tabel 4.24 dapat diketahui tingkat kesenjangan tertinggi berasal dari kemampuan karyawan dalam memenuhi keyakinan dan kepercayaan pelanggan terhadap janji yang telah dikemukakan kepada pelanggan, hal ini menyebabkan terjadinya kinerja belum sesuai dengan harapan pelanggan.

#### 4.1.4.4 Garis Kontinum Kualitas Pelayanan

Untuk mengetahui bagaimana kualitas pelayanan di Ninja xpress cabang ciminrang maka peneliti terlebih dahulu menggunakan tabel skor rata-rata setiap indikator pertanyaan yaitu sebagai berikut:

**Tabel 4. 25**

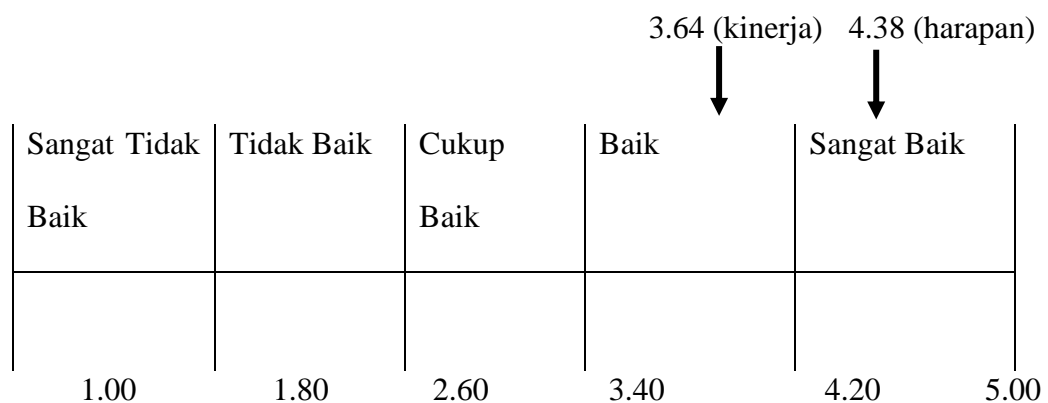
#### **Skor Rata-Rata Setiap Indikator Pertanyaan**

No	Indikator Pertanyaan	Skor Rata-Rata	
		Kinerja	Harapan
9, 19	Perusahaan Menyediakan Ruang Tunggu Yang Nyaman Pada Saat Pelanggan Melakukan Transaksi	3.95	5.32
10, 20	Apakah Perusahaan Memiliki Perlengkapan Yang Lengkap	4.33	4.58
11, 21	Kurir Melakukan Pengiriman Dengan Tepat	3.35	3.58
12, 22	Paket Yang Diterima Sesuai Dengan Waktu Yang Ditentukan.	3.58	4.58
13, 23	Kurir Sigap Dan Cepat Dalam Mengirim Paket	3.58	3.17
14, 24	Bagian Administrasi Cepat Dan Tanggap Dalam Melayani	3.58	3.17
15, 25	Karyawan Administrasi Mampu Memberikan Perhatian Yang Baik Secara Personal/Individu	3.32	4.58
16, 26	Karyawan Selalu Mengutamakan Kepentingan Konsumen	3.58	5.05
17, 27	Karyawan Mampu Melayani Pelanggan	3.58	5.17

18, 28	Pelanggan Merasa Paket Yang Dikirim Terjamin Keamanannya	3.57	4.58
Skor Akhir		$\frac{36.42}{10} = 3.64$	$\frac{43.78}{10} = 4.38$

Sumber : Total skor dari tabel-tabel sebelumnya

Berdasarkan dari Tabel 4.25 didapatkan hasil sebesar 3.64 pada “kinerja” kualitas pelayanan dan mendapatkan hasil sebesar 4.38 pada “harapan” kualitas pelayanan maka dibuat garis kontinum sebagai berikut :



**Gambar 4.2**

### **Garis Kontinum Kategorisasi Ekuitas Merek**

Berdasarkan garis kontinum di atas, tanggapan responden secara keseluruhan mengenai “kinerja” kualitas pelayanan memperoleh skor rata-rata sebesar 3.64 sementara skor rata-rata dari “harapan” kualitas pelayanan sebesar 4.38, hal ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan di Ninja xpress cabang cimincrang berada pada kategori baik dalam penerapan kinerja, karena berada pada interval persentase 3.41 – 4.20, akan tetapi harapan yang diinginkan pelanggan berada pada kategori sangat baik 4,21 – 5,00.

#### 4.1.4.5 Gambaran mengenai Variabel Loyalitas Pelanggan

Variabel kualitas pelayanan terdiri dari 3 dimensi dan 6 item pertanyaan, berikut ini akan disajikan dan dijelaskan kecenderungan jawaban dari responden terhadap variabel kualitas pelayanan dengan pendekatan distribusi frekuensi dan persentase, sebagai berikut :

a. (*repeat purchase*)

**Tabel 4. 26**

**Tanggapan responden terhadap kuesioner nomer 29: Menurut Saya Memilih Ninja Xpress Cabang Cimincrang Adalah Pilihan Yang Tepat.**

Tanggapan	Bobot	F	Skor	(%)
Sangat Tepat	5.13	11	56.43	11.2
Tepat	4.03	28	112.84	38.9
Cukup Tepat	3.07	27	82.89	37.8
Tidak Tepat	2.00	12	24.00	12.1
Sangat Tidak Tepat	0	0	0	0
Jumlah		78	276.16	100.0
Rata-Rata			3.54	

Sumber: Hasil Pengolahan Data 2020

Berdasarkan Tabel 4.26 menggambarkan tanggapan responden mengenai menurut saya memilih Ninja xpress cabang cimincrang adalah pilihan yang tepat, yang memperoleh skor rata-rata sebesar 3.54 yang termasuk ke dalam kategori baik (3,41 – 4,20). Dengan mayoritas responden yang menyatakan tepat sebesar 38,9% hal ini membuktikan bahwa responden merasa selalu menggunakan jasa pengiriman dari Ninja xpress cabang



cimincrang dikarenakan responden cocok menggunakan jasa pengiriman di perusahaan Ninja xpress.

**Tabel 4. 27**  
**Tanggapan responden terhadap kuesioner nomer 30: Saya Percaya Terhadap Konsistensi Pelayanan Akan Pengiriman Paket Yang Saya Terima.**

Tanggapan	Bobot	F	Skor	(%)
Sangat Percaya	5.46	13	70.98	15.6
Percaya	3.97	51	202.47	67.5
Cukup Percaya	2.77	9	24.93	10.4
Tidak Percaya	2.00	5	10.00	6.5
Sangat Tidak Percaya	0	0	0	0
Jumlah		78	308.38	100.0
Rata-Rata			3.95	

Sumber: Hasil Pengolahan Data 2020

Berdasarkan Tabel 4.27 menggambarkan tanggapan responden mengenai saya percaya terhadap konsistensi pelayanan akan pengiriman paket yang saya terima, yang memperoleh skor rata-rata sebesar 3.95 yang termasuk ke dalam kategori baik (3,41 – 4,20). Dengan mayoritas responden yang menyatakan percaya sebesar 67,5% hal ini membuktikan bahwa responden mempercayai konsistensi pelayanan yang diberikan Ninja xpress cabang cimincrang karena kualitas jasa yang tetap terjaga dari waktu ke waktu.

b. (*retention*)

**Tabel 4. 28**

**Tanggapan responden terhadap kuesioner nomer 31: Saya Akan Setia Memilih Jasa Pengiriman Ninja Xpress Cabang Cimincrang Walaupun Terjadi Perubahan Biaya**

Tanggapan	Bobot	F	Skor	(%)
Sangat Setia	5.75	6	34.50	7.8
Setia	4.73	20	94.60	24.6
Cukup Setia	3.50	46	161.00	59.8
Tidak Setia	2.00	6	12.00	7.8
Sangat Tidak Setia	0	0	0	0
Jumlah		78	302.10	100.0
Rata-Rata			3.87	

Sumber: Hasil Pengolahan Data 2020

Berdasarkan Tabel 4.28 menggambarkan tanggapan responden mengenai saya akan setia memilih jasa pengiriman Ninja xpress cabang cimincrang walaupun terjadi perubahan biaya, yang memperoleh skor rata-rata sebesar 3.87 yang termasuk ke dalam kategori baik (3,41 - 4,20). Dengan mayoritas responden yang menyatakan cukup setia sebesar 59,8% hal ini karena responden merasa kualitas jasa yang ditawarkan oleh Ninja xpress cukup sesuai dengan harga yang ditetapkan.

**Tabel 4. 29**

**Tanggapan responden terhadap kuesioner nomer 32: Dimasa Mendatang Bila Saya Membutuhkan Jasa Pengiriman Barang Saya Selalu Memanfaatkan Pelayanan Di Ninja Xpress Cabang Cimincrang**

Tanggapan	Bobot	F	Skor	(%)
Sangat Ingin	4.36	8	34.88	10

Ingin	3.34	22	73.48	27.5
Cukup Ingin	3	0	0	0
Tidak Ingin	2.00	48	96.00	62.5
Sangat Tidak Ingin	0	0	0	0
Jumlah		78	204.36	100.0
Rata-Rata			2.62	

Sumber: Hasil Pengolahan Data 2020

Berdasarkan Tabel 4.29 menggambarkan tanggapan responden mengenai dimasa mendatang bila saya membutuhkan jasa pengiriman barang saya selalu memanfaatkan pelayanan di Ninja xpress cabang cimincrang, mayoritas responden yang menyatakan tidak ingin sebesar 62,5%, lalu memperoleh skor rata-rata sebesar 2,62 yang termasuk ke dalam kategori cukup baik (2,61 – 3,40) hal ini karena standar mutu yang telah dirasakan sehingga konsisten untuk menggunakan jasa pengiriman Ninja Xpress dari waktu ke waktu.

**b. (Referalls)**

**Tabel 4. 30**

**Tanggapan responden terhadap kuesioner nomer 33: Saya Akan Menginformasikan Keunggulan Jasa Pengiriman Ini Kepada Orang Lain, Teman Atau Keluarga Saya**

Tanggapan	Bobot	F	Skor	(%)
Sangat Akan Informasikan Keunggulannya	5.27	11	57.97	13.9
Akan Informasikan Keunggulannya	4.30	21	90.30	26.6
Cukup Akan Informasikan Keunggulannya	3.28	37	121.36	47.1

Tidak Akan Informasikan Keunggulannya	2.00	9	18.00	11.4
Sangat Tidak Akan Informasikan Keunggulannya	0	0	0	0
Jumlah		78	287.63	100.0
Rata-Rata			3.69	

Sumber: Hasil Pengolahan Data 2020

Berdasarkan Tabel 4.30 menggambarkan tanggapan responden mengenai saya akan menginformasikan keunggulan jasa pengiriman ini kepada orang lain, teman atau keluarga saya, yang memperoleh skor rata-rata sebesar 3.69 yang termasuk ke dalam kategori baik (3,41 - 4,20). Dengan mayoritas responden yang menyatakan cukup akan menginformasikan keunggulannya sebesar 47,1% hal ini membuktikan bahwa responden bersedia menginformasikan keunggulan jasa pengiriman Ninja xpress kepada orang lain dikarenakan kualitas jasa dan merek yang baik.

**Tabel 4. 31**

**Tanggapan responden terhadap kuesioner nomer 34: Bila Ada Keluarga Atau Teman Yang Membutuhkan Jasa Pengiriman Barang Maka Saya Akan Merekomendasikan Jasa Pengiriman Barang Ini**

Tanggapan	Bobot	F	Skor	(%)
Sangat Ingin Merekomendasikan	5.43	9	48.87	11.5
Ingin Merekomendasikan	4.54	16	72.64	20.5
Cukup Ingin Merekomendasikan	3.43	45	154.35	57.7

Tidak Ingin Merekomendasikan	2.00	8	16.00	10.3
Sangat Tidak Ingin Merekomendasikan	0	0	0	0
Jumlah		78	291.86	100.0
Rata-Rata			3.74	

Sumber: Hasil Pengolahan Data 2020

Berdasarkan Tabel 4.31 menggambarkan tanggapan responden mengenai bila ada keluarga atau teman yang membutuhkan jasa pengiriman barang maka saya akan merekomendasikan jasa pengiriman barang ini, yang memperoleh skor rata-rata sebesar 3.74 yang termasuk ke dalam kategori baik (3,41 - 4,20). Dengan mayoritas responden yang menyatakan cukup ingin merekomendasikan sebesar 57,7% hal ini membuktikan bahwa responden akan merekomendasi jasa pengiriman kepada keluarga atau teman karena kualitas yang ditawarkan sesuai dengan yang diinginkan.

#### 4.1.4.6 Garis Kontinum Loyalitas Pelanggan

Untuk mengetahui bagaimana loyalitas pelanggan di Ninja xpress cabang ciminrang maka peneliti terlebih dahulu menggunakan tabel skor rata-rata setiap indikator pertanyaan yaitu sebagai berikut:

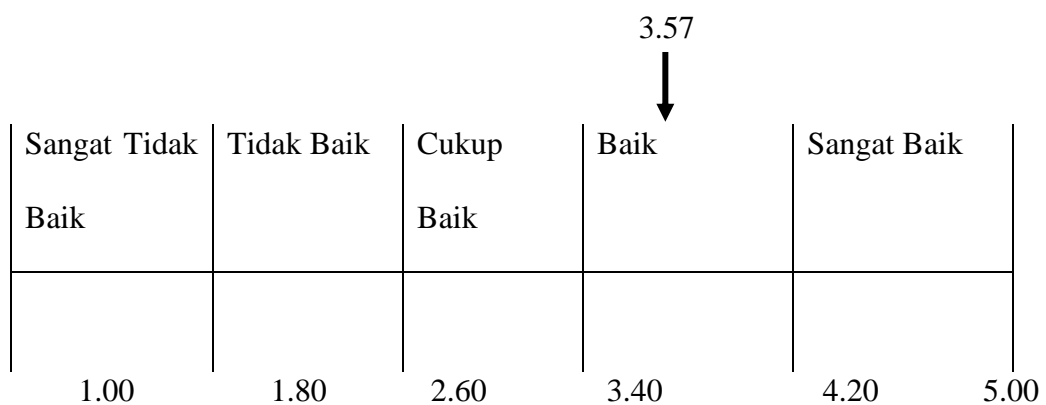
**Tabel 4. 32**  
**Skor Rata-Rata Setiap Indikator Pertanyaan**

No	Indikator Pertanyaan	Skor Rata-Rata
1	Menurut Saya Memilih Ninja Xpress Cabang Ciminrang Adalah Pilihan Yang Tepat.	3.54
2	Saya Percaya Terhadap Konsistensi Pelayanan Akan Pengiriman Paket Yang Saya Terima.	3.95

3	Saya Akan Setia Memilih Jasa Pengiriman Ninja Xpress Cabang Cimincrang Walaupun Terjadi Perubahan Biaya	3.87
4	Dimasa Mendatang Bila Saya Membutuhkan Jasa Pengiriman Barang Saya Selalu Memanfaatkan Pelayanan Di Ninja Xpress Cabang Cimincrang.	2.62
5	Saya Akan Menginformasikan Keunggulan Jasa Pengiriman Ini Kepada Orang Lain, Teman Atau Keluarga Saya.	3.69
6	Bila Ada Keluarga Atau Teman Yang Membutuhkan Jasa Pengiriman Barang Maka Saya Akan Merekomendasikan Jasa Pengiriman Barang Ini	3.74
Skor Akhir		$\frac{21.41}{6} = 3.57$

Sumber : Total skor dari tabel-tabel sebelumnya

Berdasarkan dari Tabel 4.32 didapatkan hasil sebesar 3.57 maka dibuat garis kontinum sebagai berikut :



**Gambar 4.3**

### **Garis Kontinum Kategorisasi Loyalitas Pelanggan**

Berdasarkan garis kontinum di atas, tanggapan responden secara keseluruhan mengenai loyalitas pelanggan memperoleh skor rata-rata sebesar

3.57, hal ini menunjukkan bahwa loyalitas pelanggan di Ninja xpress cabang cimincrang berada pada kategori baik, karena berada pada interval persentase 3,41 - 4,20.

#### **4.1.5 Uji Asumsi Klasik**

Dalam uji asumsi klasik akan terlihat apakah hasil dari model regresi diperoleh estimator linier yang baik. Uji asumsi klasik dilakukan untuk menguji kelayakan model regresi yang digunakan. Ketika asumsi klasik terpenuhi maka model regresi ideal (tidak bias). Pengujian asumsi klasik dalam penelitian ini terdiri dari uji normalitas, uji multikolinearitas dan uji heteroskedastisitas.

##### **a) Uji Normalitas**

Uji Normalitas dilakukan untuk menguji sampel yang digunakan mempunyai distribusi normal atau tidak. Model regresi dapat dikatakan layak untuk dilakukan pengujian secara statistik, ketika model regresi tersebut memiliki distribusi normal atau mendekati normal. Penerapan uji Kolmogorov Smirnov adalah bahwa jika signifikansi di bawah 0,05 berarti data yang akan di uji mempunyai perbedaan yang signifikan dengan data normal baku, berarti data tersebut tidak normal.

$p < 0,05$  (distribusi data tidak normal)

$p \geq 0,05$  (distribusi data normal)

**Tabel 4. 33**  
**Tabel Hasil Uji Normalitas**

<b>One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test</b>		
		Unstandardized Residual
N		78
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.39931054
Most Extreme Differences	Absolute	.078
	Positive	.078
	Negative	-.068
Test Statistic		.078
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 <sup>c</sup>
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		
c. Lilliefors Significance Correction.		

Sumber: Hasil Pengolahan SPSS 26

Berdasarkan data di atas diperoleh angka probabilitas atau Asymp, Sig (2-tailed). Nilai Asymp. Sig. (2-tailed) dibandingkan dengan 0,05 (taraf signifikan 5%) untuk pengambilan keputusan dengan menggunakan kriteria pengujian sebagai berikut:

Jika Asymp, Sig (2-tailed) < 0,05 maka distribusi data adalah tidak normal.

Jika Asymp, Sig (2-tailed) > 0,05 maka distribusi data adalah normal.

Dilihat dari data di atas diperoleh 0,200 > 0.05 maka distribusi data pengujian ini dinyatakan normal.

#### **b) Uji Multikolinearitas**

Uji multikolinearitas digunakan untuk menemukan korelasi antar variabel independen pada sebuah model regresi. Ketika hasilnya tidak terjadi korelasi antar variabel independen dikatakan model regresi yang



baik. Jika terbukti terjadi korelasi, maka salah satu variabel independen dikeluarkan dari model kemudian pembuatan model regresi diulang.

**Tabel 4. 34**  
**Tabel Hasil Uji Multikolinearitas**

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	(Constant)		
	EKUITAS MEREK	.514	1.944
	KUALITAS PELAYANAN	.514	1.944

a. Dependent Variable: LOYALITAS PELANGGAN

Sumber: Hasil Pengolahan SPSS 26

Dari hasil uji pada Tabel 4.34 dapat dilihat bahwa nilai toleransi untuk Ekuitas Merek ( $X_1$ ) dan Kualitas Pelayanan ( $X_2$ ) bernilai 0,514 yang nilainya lebih besar dari 0.1 dan VIF bernilai 1,944 yang nilainya tidak lebih dari 10. Maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi korelasi antar variabel independen dikatakan model regresi yang baik.

### c) Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual antara satu pengamatan dengan pengamatan yang lain. Jika varian dari satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka model regresi tersebut termasuk homoskedastisitas. Adapun dasar pengambilan keputusan uji heteroskedastisitas dengan menggunakan uji glasjer adalah sebagai berikut:

1. Jika nilai signifikansi (Sig.) lebih dari 0,05 maka kesimpulannya adalah tidak terjadi gejala heteroskedastisitas dalam model regresi.

2. Sebaliknya jika nilai signifikansi (Sig.) lebih kecil dari 0,05 maka kesimpulannya adalah terjadi gejala heteroskedastisitas dalam model regresi.

**Tabel 4. 35**  
**Tabel Hasil Uji Heteroskedastisitas**

Model			
		t	Sig.
1	(Constant)	1.211	.230
	EKUITAS MEREK	.447	.656
	KUALITAS PELAYANAN	-.084	.933
a. Dependent Variable: Res2			

Sumber: Hasil Pengolahan SPSS 26

Dari hasil uji pada Tabel 4.35 dapat dilihat bahwa nilai signifikansi (Sig.) untuk Ekuitas Merek ( $X_1$ ) dan Kualitas Pelayanan ( $X_2$ ) bernilai lebih besar dari 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi korelasi antar variabel independen dikatakan model regresi yang baik.

#### 4.1.6 Uji Koefisien Korelasi

Pengukuran koefisien ini dilakukan dengan menggunakan koefisien korelasi parsial antara masing-masing variabel, yaitu variabel  $X_1$  dengan  $Y$  dan variabel  $X_2$  dengan  $Y$ . Dari perhitungan IBM SPSS 26 diperoleh koefisien korelasi sebagai berikut:

**Tabel 4. 36**  
**Tabel Hasil Uji Koefisien korelasi**

Correlations				
		Ekuitas Merek	Kualitas Pelayanan	Loyalitas Pelanggan
Ekuitas Merek	Pearson Correlation	1	.697**	.729**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000

	N	78	78	78
Kualitas Pelayanan	Pearson Correlation	.697**	1	.793**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000
	N	78	78	78
Loyalitas Pelanggan	Pearson Correlation	.729**	.793**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	
	N	78	78	78
**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).				

Sumber: Hasil Pengolahan SPSS 26

Berdasarkan data di atas korelasi masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen adalah:

- a. Hubungan antara Ekuitas Merek ( $X_1$ ) dengan Loyalitas Pelanggan (Y) memiliki nilai signifikansi  $0,000 < 0,05$  sehingga berkorelasi dan hubungan antara ekuitas merek ( $X_1$ ) dengan loyalitas pelanggan (Y) memiliki nilai adalah 0,729 hubungan ini merupakan hubungan yang memiliki tingkat hubungan korelasi yang kuat, karena berada pada interval koefisien 0,60 – 0,799 berdasarkan pedoman interpretasi koefisien korelasi. Dengan demikian dapat diinterpretasikan bahwa hubungan antara Ekuitas Merek terhadap Loyalitas Pelanggan memiliki tingkat hubungan yang kuat. Tanda positif menunjukkan adanya hubungan linear yang searah antara kedua variabel tersebut.
- b. Hubungan antara Kualitas Pelayanan ( $X_2$ ) dengan Loyalitas Pelanggan (Y) memiliki nilai signifikansi  $0,000 < 0,05$  sehingga berkorelasi dan hubungan antara kualitas pelayanan ( $X_2$ ) dengan loyalitas pelanggan (Y) memiliki nilai adalah 0,793 hubungan ini merupakan hubungan yang memiliki tingkat hubungan kuat, karena berdasarkan kriteria sesuai dengan pedoman interpretasi koefisien korelasi berada pada interval

koefisien 0,60 – 0,799. Dengan demikian dapat diinterpretasikan bahwa hubungan antara Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan memiliki tingkat hubungan yang kuat. Tanda positif menunjukkan adanya hubungan linear yang searah antara kedua variabel tersebut.

#### 4.1.7 Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi dilakukan untuk mengukur seberapa besar pengaruh Ekuitas Merek ( $X_1$ ) dan Kualitas Pelayanan ( $X_2$ ) terhadap Loyalitas Pelanggan ( $Y$ ) secara bersama-sama. Berdasarkan hasil pengolahan data yang dilakukan hasil dari koefisien determinasi sebagai berikut:

**Tabel 4. 37**  
**Tabel Hasil Uji Koefisien Determinasi**

Model Summary <sup>b</sup>				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.830 <sup>a</sup>	.689	.681	2.43109

a. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan, Ekuitas Merek

a. Dependent Variable: Loyalitas Pelanggan

Sumber: Hasil Pengolahan SPSS 26

Hasil analisis data terlihat besarnya angka koefisien determinasi (R Square) yaitu sebesar 0,689 atau sama dengan 68,9%. Nilai tersebut mengandung arti bahwa variabel ekuitas merek ( $X_1$ ) dan kualitas pelayanan ( $X_2$ ) secara simultan (bersama-sama) berpengaruh terhadap variabel loyalitas ( $Y$ ) sebesar 68,9%, sedangkan sisanya ( $100\% - 68,9\% = 31,1\%$ ) sisanya 31.1% dipengaruhi oleh variabel lain di luar persamaan regresi ini atau variabel yang tidak diteliti.

#### 4.1.8 Analisis Hasil Pengujian Hipotesis

##### 4.1.8.1 Pengujian Secara Simultan (Uji F)

Uji simultan atau Uji F ini dilakukan untuk menguji pengaruh dari kedua variabel independen secara bersamaan terhadap variabel dependen. Pada pengujian simultan statistik uji yang digunakan yaitu menggunakan uji F atau biasa disebut *analysis of varian* (ANOVA). Berdasarkan hasil pengolahan data yang dilakukan hasil dari Uji F atau Uji Annova sebagai berikut:

**Tabel 4. 38**  
**Tabel Hasil Pengujian Secara Simultan (Uji F)**

ANOVA <sup>a</sup>						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	981.224	2	490.612	83.011	.000 <sup>b</sup>
	Residual	443.265	75	5.910		
	Total	1424.489	77			

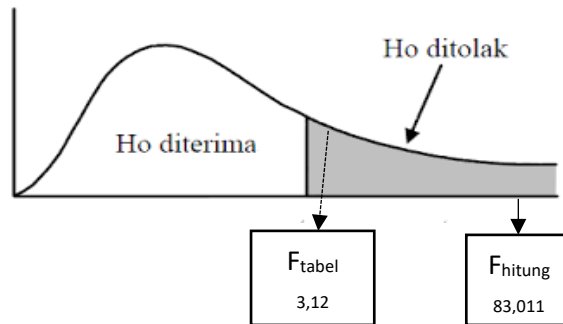
a. Dependent Variable: Loyalitas Pelanggan

b. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan, Ekuitas Merek

Sumber: Hasil Pengolahan SPSS 26

Dengan nilai  $\alpha = 5\%$ ;  $df_1=k=2$ ;  $df_2=n-k-1=78-2-1=75$  diperoleh nilai F tabel sebesar 3,12. Berdasarkan hasil perhitungan  $F_{hitung}$  diperoleh sebesar 83,011 dengan nilai  $F_{tabel}$  sebesar 3,12. Kriteria pengujiannya adalah, “tolak  $H_0$  jika  $F_{hitung} > F_{tabel}$ ”. Karena dari hasil pengujian diperoleh nilai  $F_{hitung} = 83,011 > F_{tabel} = 3,12$ , maka pada  $\alpha = 5\%$  diputuskan untuk menolak  $H_0$  sehingga  $H_a$  diterima.

Jadi berdasarkan hasil pengujian dapat disimpulkan bahwa Ekuitas Merek dan Kualitas Pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan. Sebagai penjelasan dapat dilihat pada gambar berikut:



**Gambar 4. 4**  
**Uji Simultan (uji f)**

#### 4.1.8.2 Pengujian Secara Parsial (Uji T)

Pengujian secara parsial atau uji t dilakukan untuk menguji apakah terdapat suatu hubungan secara signifikan antara variabel independen yaitu Ekuitas Merek ( $X_1$ ) dan Kualitas Pelayanan ( $X_2$ ) dengan variabel dependen yaitu Loyalitas Pelanggan ( $Y$ ). Hasil uji t dijelaskan pada tabel berikut ini:

**Tabel 4. 39**  
**Tabel Hasil Pengujian Secara Parsial (Uji T)**

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-.753	1.748		-.431	.668
	Ekuitas Merek	.319	.083	.344	3.826	.000
	Kualitas Pelayanan	.378	.061	.553	6.159	.000

a. Dependent Variable: Loyalitas Pelanggan

Sumber: Hasil Pengolahan SPSS 26

Dari Tabel 4.40 dapat diketahui hasil pengujian ternyata secara model constant tidak signifikan karena  $> 0,05$ . Oleh karenanya penulis merunning ulang atau mengulangi lagi modelnya dengan menghilangkan constata menjadi sebagai berikut :

**Tabel 4. 40**  
**Tabel Hasil Pengujian Secara Parsial (Uji T)**

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	Ekuitas Merek	.306	.077	.374	3.960	.000
	Kualitas Pelayanan	.367	.056	.622	6.583	.000

a. Dependent Variable: Loyalitas Pelanggan

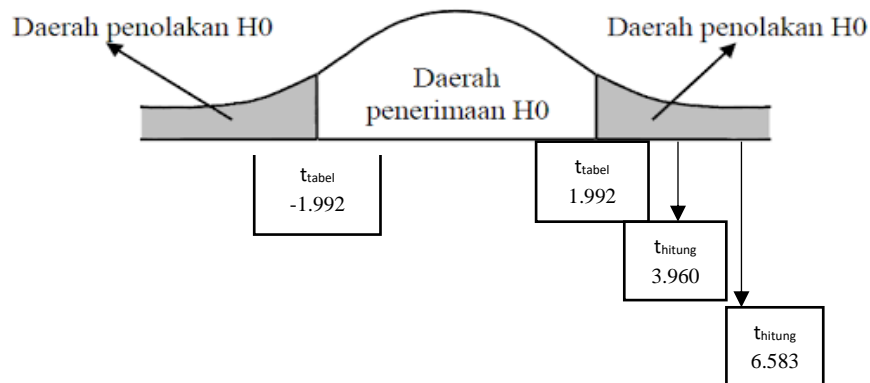
Dari Tabel 4.41 diketahui hasil pengujian secara parsial antara variabel Ekuitas Merek dan Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan sebagai berikut:

a. Uji pengaruh Ekuitas Merek ( $X_1$ ) terhadap Loyalitas Pelanggan (Y)

Hasil pengujian variabel motivasi memperoleh nilai  $t_{hitung}$  sebesar 3,960 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,000 dengan menggunakan batas signifikansi  $< 0,05$ . Dari hasil tersebut dapat menunjukkan bahwa  $t_{hitung}$  ( $3,960$ )  $> t_{tabel}$  ( $1,992$ ) yang memiliki arti bahwa ekuitas merek berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas pelanggan.

b. Uji pengaruh Kualitas Pelayanan ( $X_2$ ) terhadap Loyalitas Pelanggan (Y)

Hasil pengujian variabel kualitas pelayanan memperoleh nilai  $t_{hitung}$  sebesar 6.159 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,000, dengan menggunakan batas signifikansi  $< 0,05$ . Dari hasil tersebut dapat menunjukkan bahwa  $t_{hitung}$  ( $6.583$ )  $> t_{tabel}$  ( $1,992$ ) yang memiliki arti bahwa kualitas pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas pelanggan.



**Gambar 4. 5**  
**Uji Parsial (uji t)**

## 4.2. Pembahasan

Penelitian ini mencoba mengungkapkan keadaan Ekuitas Merek serta keadaan Kualitas Pelayanan di Ninja xpress cabang cimincrang, serta seberapa besar pengaruh Ekuitas Merek dan Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan di Ninja xpress cabang cimincrang.

### 1.2.1 Pengaruh Ekuitas Merek terhadap Loyalitas Pelanggan di Ninja Xpress Cabang Cimincrang

Berdasarkan dari hasil penelitian yang dilakukan mengenai pengaruh dari ekuitas merek terhadap loyalitas pelanggan diperoleh hasil berdasarkan uji secara parsial (uji t) membuktikan bahwa terdapat pengaruh antara variabel ekuitas merek terhadap loyalitas pelanggan yaitu nilai  $t_{hitung}$  lebih besar dari  $t_{tabel}$  ( $3,960 > 1,992$ ) dengan nilai signifikan 0,000. Dengan demikian berdasarkan pengujian statistik membuktikan bahwa ekuitas merek memiliki pengaruh terhadap loyalitas pelanggan di Ninja xpress cabang cimincrang secara parsial.



Pengaruh ekuitas merek terhadap loyalitas pelanggan menunjukkan bahwa ekuitas merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan di Ninja xpress cabang cimincrang. Hal ini menunjukkan bahwa meningkatkan loyalitas pelanggan memiliki keuntungan juga terhadap ekuitas merek yang dimiliki oleh perusahaan. Sehingga semakin kuat ekuitas merek yang dimiliki oleh perusahaan maka membuat semakin meningkat loyalitas pelanggan.

#### **4.2.2 Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan di Ninja Xpress Cabang Cimincrang**

Pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan berdasarkan dari hasil uji secara parsial (uji t) membuktikan bahwa terdapat pengaruh antara variabel kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan yaitu nilai  $t_{hitung}$  lebih besar dari  $t_{tabel}$  ( $6.583 > 1,992$ ) dengan nilai signifikan 0,000. Dengan demikian berdasarkan pengujian statistik membuktikan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan di Ninja xpress cabang cimincrang secara parsial.

Pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan di Ninja xpress cabang cimincrang. Hal ini menunjukkan bahwa meningkatkan loyalitas pelanggan memiliki keuntungan juga terhadap kualitas pelayanan yang diberikan oleh perusahaan. Sehingga semakin baik kualitas pelayanan yang diberikan oleh perusahaan maka semakin meningkat loyalitas pelanggan.

#### **4.2.3 Pengaruh Ekuitas Merek dan Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan di Ninja Xpress Cabang Cimincrang**

Berdasarkan hasil pengujian secara statistik diketahui bahwa secara simultan variabel independen berpengaruh secara positif terhadap variabel dependen. Sehingga memiliki arti semakin tinggi atau semakin baik variabel independen (ekuitas merek dan kualitas pelayanan) maka semakin tinggi pula loyalitas pelanggan di Ninja xpress cabang cimincrang. Berdasarkan hasil uji secara simultan diperoleh nilai  $f_{hitung}$  lebih besar dari  $f_{tabel}$  ( $83,011 > 3,12$ ) dimana ekuitas merek dan kualitas pelayanan secara simultan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan. Adapun pengaruh dari variabel motivasi dan kompensasi terhadap kinerja sebesar 83,011%.