

# **PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN HARGA TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PADA CV SEAGULL RENT CAR MEDAN**

**Fransisca Tiurma Damanik<sup>1</sup>, Parlindungan Purba<sup>2</sup>, Dastin Bastian Ambarita<sup>1</sup>**

<sup>1</sup>*Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial, Universitas Sari Mutiara Indonesia*

<sup>2</sup>*Fakultas Hukum, Universitas Sari Mutiara Indonesia*

*Jl. Kapten Muslim No.79 Medan, 20123, Sumatera Utara, Indonesia*

---

## **Article Info**

Article History:

Received: 7 Nov 2024

Revised: 29 Nov 2024

Accepted: 21 Des 2024

Published: 23 Des 2024

**Keyword: Kualitas Pelayanan; Harga; dan Loyalitas Pelanggan**

**Corresponding Author:**

**Fransisca Tiurma Damanik**

Email:

fransiscatiurmadamanik@gmail.com

---

## **Abstract**

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Loyalitas Pelanggan Pada CV Seagull Rent Car Medan secara parsial dan simultan. Metode penelitian yang digunakan adalah metode kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah pelanggan yang datang menggunakan jasa rental Pada CV Seagull Rent Car Medan dan sampel penelitian ini sebanyak 61 responden. Hasil penelitian setelah dianalisa menunjukkan bahwa secara uji parsial variabel kualitas pelayanan dan harga memberikan pengaruh signifikan atau positif terhadap loyalitas pelanggan pada CV Seagull Rent Car. Hal ini dibuktikan bahwa H1 memiliki nilai t hitung  $4,430 > 1,671$  t tabel dan nilai signifikansi  $0,000 < 0,05$  maka H1 diterima dan H0 ditolak. Sedangkan H2 dibuktikan dengan nilai t hitung  $6,057 > 1,671$  t tabel dan nilai signifikansi  $0,000 < 0,05$  maka H2 diterima dan H0 ditolak. Hasil penelitian setelah dianalisa menunjukkan bahwa secara simultan variabel Kualitas Pelayanan dan Harga memberikan pengaruh signifikan atau positif terhadap Loyalitas Pelanggan pada CV Seagull Rent Car Medan. Hal ini dibuktikan bahwa dengan nilai f hitung  $50,672 > 2,40$  dan nilai signifikansi  $0,000 < 0,05$  maka H1, H2 diterima dan H0 ditolak. Variasi variabel Loyalitas Pelanggan ditentukan oleh kedua variabel Independen, yaitu Kualitas Pelayanan dan Harga sebesar 63,6%, sedangkan sisanya sebesar 36,4% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak digunakan dalam penelitian ini

---

**Jurnal Mutiara Manajemen**

**E.ISSN: 2579-759X**

**Vol. 9 No. 2 Desember 2024 (Hal 192-210)**

Homepage: <https://e-journal.sari-mutiara.ac.id/index.php/JMM>

DOI: <https://doi.org/10.51544/jmm.v9i2.5599>

**How To Cite:** Damanik, Fransisca Tiurma, Parlindungan Purba, and Dastin Bastian Ambarita. 2024. "Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada cv Seagull Rent Car Medan." *Jurnal Mutiara Manajemen* 9 (2): 192–211.



Copyright © 2024 by the Authors, Published by Program Studi: Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Sari Mutiara Indonesia. This is an open access article under the CC BY-SA 4.0 Licence ([Creative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/)).

## 1. PENDAHULUAN

Kendaraan beroda empat adalah usaha jasa persewaan yang dioperasikan secara individu atau perusahaan untuk jangka waktu tertentu. Rental mobil terbukti banyak diminati oleh para pengusaha di hampir seluruh wilayah Medan Tembung dan Sekitar. Jenis layanan yang biasanya diberikan oleh perusahaan adalah sewa mobil harian, sewa mobil bulanan. Sewa kendaraan beroda 4 adalah bisnis yang terus berkembang. Perusahaan harus mampu melibatkan konsumen yang menggunakan produk berupa pelayanan yang menarik dan memikat agar konsumen puas dengan pelayanan yang diberikan oleh penyedia jasa tersebut.

Salah satu Perusahaan yang bergerak di bidang Tranportasi adalah CV Seagull Rent Car Medan yang berdiri sejak tahun 2004, beralamat di jl. Tempuling no. 97 kec. Medan Tembung kel. Sidorejo Medan Sumatra Utara kode pos 20222, dan dapat di akses melalui akun Instagram @rentalmobilmedan.seagull. Dalam observasi yang peleniti lakukan, Adapun beberapa kekurangan yang ada pada CV Seagull Rent Car Medan yaitu karyawan yang kurang ramah dalam melakukan pelayanan terhadap calon pelanggan, driver yang tidak berpakaian rapih, serta harga yang lebih mahal dari pesaing yang ada di sekitar Medan Sehingga membuat konsumen tidak berminat untuk menggunakan kembali jasa yang di tawarkan oleh CV Seagull Rent Car Medan.

Dengan harga yang sedikit lebih mahal, namun tetap saja Perusahaan CV Seagull Rent Car Medan harus terus berupaya dalam meningkatkan kualitas pelayanan dan memberikan harga yang sesuai pada pelanggan agar dapat menarik minat konsumen sekaligus mempertahankan kepercayaan dan loyalitas pelanggan agar tetap menggunakan CV Seagull Rent Car Medan dikemudian hari.

Berikut akan disajikan hasil pra survey pada CV Seagull Rent Car Medan

Tabel 1. 1 Hasil Pra Survey Kualitas Pelayanan pada CV Seagull Rent Car Medan

No	Pertanyaan	Jawaban	
		Ya	Tidak
1	Apakah pegawai CV Seagull Rent Car Medan tidak berpakaian rapih?	13	7
2	Apakah pegawai CV Seagull Rent Car Medan memperlakukan anda dengan tidak ramah?	15	5
3	Apakah pegawai CV Seagull Rent Car Medan menanggapi keluhan anda dengan cepat?	10	10
4	Apakah pegawai CV Seagull Rent Car Medan tidak menjawab pertanyaan anda dengan baik?	15	5
5	Apakah pegawai CV Seagull Rent Car Medan tidak memberikan informasi jasa rental dengan cepat dan tanggap?	13	7

*Sumber: Pelanggan CV Seagull Rent Car Medan*

Berdasar pada tabel 1.1 dari 20 responden, dapat dilihat bahwa 65% responden menyatakan pegawai CV Seagull Rent Car Medan tidak berpakaian rapih, 75% responden menyatakan bahwa pegawai CV Seagull Rent Car Medan memperlakukan pelanggan dengan tidak ramah, 50% responden menyatakan bahwa pegawai CV Seagull Rent Car Medan dapat menanggapi keluhan pelanggan dengan baik, 75% responden menyatakan bahwa pegawai CV Seagull Rent Car Medan tidak menjawab pertanyaan pelanggan dengan baik, 65% responden menyatakan bahwa pegawai CV Seagull Rent Car Medan tidak memberikan informasi jasa rental dengan cepat dan tanggap.

Tabel 1. 2 Hasil Pra Survey Harga pada CV Seagull Rent Car Medan

No	Pertanyaan	Jawaban	
		Ya	Tidak
1	Harga sewa rental mobil Pada CV Seagull Rent Car Medan tidak bersaing dengan pesaing lain?	12	8

2	CV Seagull Rent Car Medan tidak menetapkan pilihan harga yang bervariasi?	15	5
3	CV Seagull Rent Car Medan tidak memberikan potongan harga atau discount?	12	8
4	CV Seagull Rent Car Medan tidak menetapkan harga yang transparan?	12	8
5	Pembayaran jasa rental mobil Pada CV Seagull Rent Car Medan tidak mudah?	15	5

Sumber: Pelanggan CV Seagull Rent Car Medan

Berdasar pada tabel 1.2 dari 20 responden, dapat dilihat bahwa 60% responden menyatakan Harga sewa Pada CV Seagull Rent Car Medan tidak bersaing dengan pesaing lain, 75% responden menyatakan bahwa CV Seagull Rent Car Medan tidak menetapkan pilihan Harga yang bervariasi, 60% responden menyatakan bahwa CV Seagull Rent Car Medan tidak memberikan potongan Harga atau discount, 60% responden menyatakan bahwa CV Seagull Rent Car Medan tidak menetapkan Harga yang transparan, 75% responden menyatakan bahwa pembayaran Pada CV Seagull Rent Car Medan tidak mudah.

Sesuai dengan rumusan masalah yang di uraikan di atas, maka penulis mempunyai tujuan yang ingin di capai melalui penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui Apakah kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan Pada CV Seagull Rent Car Medan.
2. Untuk mengetahui apakah harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan Pada CV Seagull Rent Car Medan.
3. Untuk mengetahui apakah kualitas pelayanan dan harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan Pada CV Seagull Rent Car Medan.

Berdasarkan hasil penelitian ini, diharapkan akan di peroleh informasi yang dapat bermanfaat antara lain dapat menjadi referensi tambahan untuk para pelanggan dalam menciptakan keloyalan dalam suatu brand. Berdasarkan uraian masalah diatas Kualitas Pelayanan yang kurang dan Harga yang sedikit lebih mahal, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul: “Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Loyalitas Pelanggan Pada CV Seagull Rent Car Medan”

## 2. METODE PENELITIAN

Desain penelitian adalah semua proses yang diperlukan dalam perencanaan dan pelaksanaan penelitian. Sesuai dengan latar belakang masalah yang telah disebutkan sebelumnya, maka desain tulisan ini termasuk pada jenis penelitian menggunakan metode penelitian survey dengan pendekatan deskriptif kuantitatif. Berdasarkan tingkat eksplanasinya, penelitian ini digolongkan kedalam penelitian asosiatif kausal Penelitian asosiatif kausal merupakan penelitian yang mencari hubungan atau pengaruh sebab akibat yaitu hubungan atau pengaruh variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y).

Penelitian Ini Dilakukan Pada CV Seagull Rent Car Medan, Jl. Tempuling No. 97 Kec. Medan Tembung Kel. Sidorejo Medan Sumatra Utara Kode Pos 20222. Waktu Penelitian Dilaksanakan Di Bulan April 2024 Dan Lama Penelitian Disesuaikan Dengan Kebutuhan Dalam Pengumpulan Informasi Dan Data. CV Seagull Rent Car Medan Dipilih Sebagai Tempat Penelitian Karena Populasi Dalam Penelitian Ini Adalah Pelanggan Yang Berada Di Wilayah Kota Medan Yang Menggunakan Jasa CV Seagull Rent Car Medan.

Populasi dalam penelitian ini adalah pelanggan yang menggunakan Jasa rental mobil Pada CV Seagull Rent Car Medan selama 3 bulan terakhir yang berjumlah 156 Pelanggan.

Kriteria Sampel dalam penelitian ini adalah pelanggan yang sudah menggunakan jasa CV Seagull Rent Car Medan lebih dari dua kali. Adapun metode pengambilan sampel yang digunakan adalah metode *probability sampling* dengan teknik *simple random sampling*. *Simple random sampling* adalah teknik pengambilan anggota sampel dari populasi yang dilakukan secara acak tanpa memperhatikan tingkatan yang ada pada populasi tersebut.

Dari hasil rumus Slovin diatas maka jumlah sampel yang diperlukan 61, maka peneliti mengambil sampel menjadi 61 responden. Berdasarkan pendapat Roscoe dalam (Sugiyono,2019) bahwa ukuran sampel yang layak dalam penelitian adalah antara 30 sampai dengan 500. Maka penentuan jumlah 61 sampel/responden ini sudah masuk dalam kriteria sehingga layak untuk diteliti.

### 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Penulisan di dalam bab ini akan menguraikan dan menjelaskan data-data umum tentang CV Seagull Rent Car Medan, dengan tujuan untuk memberikan gambaran nyata tentang perusahaan tersebut dan pemahaman mengenai masalah yang ada di dalam Perusahaan

#### a. Deskriptif Responden

##### Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin

**Tabel Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin**

		Jenis Kelamin			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Laki-laki	43	70.5	70.5	70.5
	Perempuan	18	29.5	29.5	100.0
	Total	61	100.0	100.0	

Sumber : Hasil Olah Data *software Statistic 26*, 2024

Berdasarkan karakteristik Jenis Kelamin table diatas menunjukkan bahwa dari 61 responden, terdapat responden Laki-Laki sebanyak 43 orang (70,5%) merupakan responden terbanyak pada penelitian ini dan responden Perempuan sebanyak 18 orang (29,5%).

##### Karakteristik responden berdasarkan Pendidikan

**Tabel Karakteristik responden berdasarkan Pendidikan**

		Pendidikan			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	SMA	14	23.0	23.0	23.0
	D3	30	49.2	49.2	72.1
	S1	17	27.9	27.9	100.0
	Total	61	100.0	100.0	

Sumber : Hasil Olah Data *software Statistic 26*, 2024

Berdasarkan karakteristik Pendidikan tabel diatas menunjukkan bahwa dari 61 responden terdapat responden lulusan SMA sebanyak 14 orang (23%), lulusan D3 sebanyak 30 orang (49,2%) merupakan responden terbanyak pada penelitian ini, dan lulusan S1 sebanyak 17 orang (27,9%).

##### Karakteristik responden berdasarkan Usia

**Tabel Karakteristik Berdasarkan Usia**

		Usia			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	20-30	32	52.5	52.5	52.5
	31-40	29	47.5	47.5	100.0
	Total	61	100.0	100.0	

Sumber : Hasil Olah Data *software Statistic 26*, 2024

Berdasarkan karakteristik Pendidikan table diatas menunjukkan bahwa dari 61 responden responden yang berusia 20-30 tahun sebanyak 32 orang (52,5%) merupakan responden terbanyak pada penelitian ini dan berusia 31-40 tahun sebanyak 29 orang (47,5%).

##### Karakteristik responden berdasarkan Pengguna Jasa

**Tabel Karakteristik responden berdasarkan Pengguna Jasa**

		Menggunakan			
--	--	-------------	--	--	--

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	<3	4	6.6	6.6	6.6
	3	26	42.6	42.6	49.2
	>3	31	50.8	50.8	100.0

Sumber : Hasil Olah Data *software Statistic 26*, 2024

Berdasarkan Karakteristik pengguna Jasa tabel diatas menunjukkan bahwa dari 61 responden yang pernah menggunakan jasa <3 sebanyak 4 orang (6,6%), respomden yang menggunakan jasa 3 sebanyak 26 orang (42,6%), dan yang menggunakan >3 sebanyak 31 orang (50,8%) dan merupakan responden terbanyak pada penelitian ini.

### Variabel Kualitas Pelayanan

Berikut ini disajikan tabel-tabel pendistribusian dari pernyataan yang diajukan dalam kuesioner penelitian. Tabel-tabel distribusi tersebut merupakan hasil pendistribusian dari pernyataan yang termasuk dalam variabel Kualitas Pelayanan (X1)

**Tabel Distribusi jawaban responden terhadap pernyataan X1.1**

PERNYATAAN X1 1					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	3	4.9	4.9	4.9
	TS	7	11.5	11.5	16.4
	N	9	14.8	14.8	31.1
	S	23	37.7	37.7	68.9
	SS	19	31.1	31.1	100.0
	Total	61	100.0	100.0	

Sumber : Hasil Olah Data *software Statistic 26*, 2024

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa pernyataan “Gooming karyawan CV Seagull Rent Car Medan baik”, sebanyak 23 orang (37,7%) menyatakan setuju, 19 orang (31,1%) menyatakan sangat setuju, 9 orang (14,8%) menyatakan netral,7 orang (11,5%) menyatakan tidak setuju, 3 orang (4,9%) menyatakan sangat tidak setuju. Hal ini dapat disimpulkan secara dominan responden menyatakan setuju Grooming karyawan CV Seagull Rent Car Medan baik

**Tabel Distribusi jawaban responden terhadap pernyataan X1.2**

PERNYATAAN X1 2					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	3	4.9	4.9	4.9
	TS	4	6.6	6.6	11.5
	N	15	24.6	24.6	36.1
	S	26	42.6	42.6	78.7
	SS	13	21.3	21.3	100.0
	Total	61	100.0	100.0	

Sumber : Hasil Olah Data *software Statistic 26*, 2024

Berdasarkan table diatas dapat diketahui bahwa pernyataan “Cv Seagull Rent Car Medan sudah menggunakan mobil yang baik dan layak digunakan sebagai kendaraan yang baik” sebanyak 26 orang (42,6%) menyatakan setuju, 15 orang (24,6%) menyatakan netral, 13 orang (21,33%) menyatakan sangat setuju, 4 orang (6,6%) menyatakan tidak setuju, 3 orang (4,9%) menyatakan sangat tidak setuju. Hal ini dapat disimpulkan secara dominan responden menyatakan setuju Cv

Seagull Rent Car Medan sudah menggunakan mobil yang baik dan layak digunakan sebagai kendaraan yang baik.

**Tabel Distribusi jawaban responden terhadap pernyataan X1.3**

PERNYATAAN X1 3					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	2	3.3	3.3	3.3
	TS	3	4.9	4.9	8.2
	N	22	36.1	36.1	44.3
	S	21	34.4	34.4	78.7
	SS	13	21.3	21.3	100.0
	Total	61	100.0	100.0	

Sumber : Hasil Olah Data *software Statistic 26, 2024*

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa pernyataan “Karyawan Cv Seagull Rent Car Medan menanggapi keluhan konsumen dengan baik” sebanyak 22 orang (36,1%) menyatakan netral, 21 orang (34,4%) menyatakan setuju, 13 orang (21,3%) menyatakan sangat setuju, 3 orang (4,9%) menyatakan tidak setuju, dan 2 orang (3,3%) menyatakan sangat tidak setuju. Hal ini dapat disimpulkan secara dominan responden menyatakan Setuju Karyawan Cv Seagull Rent Car Medan menanggapi keluhan konsumen dengan baik.

**Tabel Distribusi jawaban responden terhadap pernyataan X1.4**

PERNYATAAN X1 4					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	3	4.9	4.9	4.9
	TS	6	9.8	9.8	14.8
	N	20	32.8	32.8	47.5
	S	21	34.4	34.4	82.0
	SS	11	18.0	18.0	100.0
	Total	61	100.0	100.0	

Sumber : Hasil Olah Data *software Statistic 26, 2024*

Berdasarkan tabel diatas diketahui bahwa pernyataan “Karyawan Cv Seagull Rent Car Medan mampu menyelesaikan pekerjaan sesuai dengan permintaan konsumen” sebanyak 21 orang (34,4%) menyatakan setuju, 20 orang (32,8%) menyatakan netral, 11 orang (18,0%) menyatakan sangat setuju, 6 orang (9,8%) menyatakan tidak setuju, dan 3 orang (4,9%) menyatakan sangat tidak setuju. Hal ini dapat disimpulkan secara dominan responden menyatakan setuju Karyawan Cv Seagull Rent Car Medan mampu menyelesaikan pekerjaan sesuai dengan permintaan konsumen.

**Tabel Distribusi jawaban responden terhadap pernyataan X1.5**

PERNYATAAN X1 5					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	1	1.6	1.6	1.6
	TS	7	11.5	11.5	13.1
	N	14	23.0	23.0	36.1
	S	26	42.6	42.6	78.7

	SS	13	21.3	21.3	100.0
	Total	61	100.0	100.0	

Sumber : Hasil Olah Data *software Statistic 26*, 2024

Berdasarkan tabel diatas diketahui bahwa pernyataan “Karyawan Cv Seagull Rent Car Medan cepat dalam memberikan pelayanan kepada pelanggan” sebanyak 26 orang (42,6%) menyatakan setuju, 14 orang (23,0%) menyatakan netral, 13 orang (21,3%) menyatakan sangat setuju, 7 orang (11,5%) menyatakan tidak setuju, dan 1 orang (1,6%) menyatakan sangat tidak setuju. Hal ini dapat disimpulkan secara dominan responden menyatakan setuju Karyawan Cv Seagull Rent Car Medan cepat dalam memberikan pelayanan kepada pelanggan.

**Tabel Distribusi jawaban responden terhadap pernyataan X1.6**

PERNYATAAN X1 6					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	2	3.3	3.3	3.3
	TS	2	3.3	3.3	6.6
	N	22	36.1	36.1	42.6
	S	25	41.0	41.0	83.6
	SS	10	16.4	16.4	100.0
	Total	61	100.0	100.0	

Sumber : Hasil Olah Data *software Statistic 26*, 2024

Berdasarkan tabel diatas diketahui bahwa pernyataan “Karyawan Cv Seagull Rent Car Medan sigap dalam menanggapi komplain dari pelanggan” sebanyak 25 orang (41,0%) menyatakan setuju, 22 orang (36,1%) menyatakan netral, 10 orang (16,4%) menyatakan sangat setuju, 2 orang (3,3%) menyatakan tidak setuju, dan 2 orang (3,3%) menyatakan sangat tidak setuju. Hal ini dapat disimpulkan secara dominan responden menyatakan setuju Karyawan Cv Seagull Rent Car Medan sigap dalam menanggapi komplain dari pelanggan.

**Tabel Distribusi jawaban responden terhadap pernyataan X1.7**

PERNYATAAN X1 7					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	3	4.9	4.9	4.9
	TS	6	9.8	9.8	14.8
	N	19	31.1	31.1	45.9
	S	20	32.8	32.8	78.7
	SS	13	21.3	21.3	100.0
	Total	61	100.0	100.0	

Sumber : Hasil Olah Data *software Statistic 26*, 2024

Berdasarkan tabel diatas diketahui bahwa pernyataan “Cv Seagull Rent Car Medan mampu memberikan pelayanan yang terbaik sehingga membuat pelanggan merasa nyaman” sebanyak 20 orang (32,8%) menyatakan setuju, 19 orang (31,1%) menyatakan netral, 13 orang (21,3%) menyatakan sangat setuju, 6 orang (9,8%) menyatakan tidak setuju, dan 3 orang (4,9%) menyatakan sangat tidak setuju. Hal ini dapat disimpulkan secara dominan responden menyatakan setuju Cv Seagull Rent Car Medan mampu memberikan pelayanan yang terbaik sehingga membuat pelanggan merasa nyaman.

**Tabel Distribusi jawaban responden terhadap pernyataan X1.8**

PERNYATAAN X1 8					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent

Valid	STS	3	4.9	4.9	4.9
	TS	6	9.8	9.8	14.8
	N	13	21.3	21.3	36.1
	S	23	37.7	37.7	73.8
	SS	16	26.2	26.2	100.0
	Total	61	100.0	100.0	

Sumber : Hasil Olah Data *software Statistic 26*, 2024

Berdasarkan tabel diatas diketahui bahwa pernyataan “Karyawan Cv Seagull Rent Car Medan sigap dalam menerima keluhan pelanggan serta cepat menyelesaikannya” sebanyak 23 orang (37,7%) menyatakan setuju, 16 orang (26,2%) menyatakan sangat setuju, 13 orang (21,3%) menyatakan netral, 6 orang (9,8%) menyatakan tidak setuju, dan 3 orang (4,9%) menyatakan sangat tidak setuju. Hal ini dapat disimpulkan secara dominan responden menyatakan setuju Karyawan Cv Seagull Rent Car Medan sigap dalam menerima keluhan pelanggan serta cepat menyelesaikannya.

**Tabel Distribusi jawaban responden terhadap pernyataan X1.9**

PERNYATAAN X1 9					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	N	12	19.7	19.7	19.7
	S	23	37.7	37.7	57.4
	SS	26	42.6	42.6	100.0
	Total	61	100.0	100.0	

Sumber : Hasil Olah Data *software Statistic 26*, 2024

Berdasarkan pada tabel diatas diketahui bahwa pernyataan “Karyawan Cv Seagull Rent Car Medan bersikap ramah dan sopan saat melayani pelanggan” sebanyak 26 orang (42,6%) menyatakan sangat setuju, 23 orang (37,7%) menyatakan setuju, 12 orang (19,7%) menyatakan netral. Hal ini dapat disimpulkan secara dominan responden menyatakan setuju Karyawan Cv Seagull Rent Car Medan bersikap ramah dan sopan saat melayani pelanggan.

**Tabel Distribusi jawaban responden terhadap pernyataan X1.10**

PERNYATAAN X1 10					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	5	8.2	8.2	8.2
	TS	1	1.6	1.6	9.8
	N	16	26.2	26.2	36.1
	S	20	32.8	32.8	68.9
	SS	19	31.1	31.1	100.0
	Total	61	100.0	100.0	

Sumber : Hasil Olah Data *software Statistic 26*, 2024

Berdasarkan tabel diatas diketahui bahwa pernyataan “Karyawan Cv Seagull Rent Car Medan sigap membantu pelanggan” sebanyak 20 orang (32,8%) menyatakan setuju, 19 orang (31,1%) menyatakan sangat setuju, 16 orang (26,2%) menyatakan netral, 5 orang (8,2%) menyatakan sangat tidak setuju, dan 1 orang (1,6%) menyatakan tidak setuju. Hal ini dapat disimpulkan secara dominan responden menyatakan setuju Karyawan Cv Seagull Rent Car Medan sigap membantu pelanggan.

## Variabel Harga

**Tabel Distribusi jawaban responden terhadap pernyataan X2.1**

PERNYATAAN X2 1
-----------------

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	3	4.9	4.9	4.9
	TS	4	6.6	6.6	11.5
	N	23	37.7	37.7	49.2
	S	20	32.8	32.8	82.0
	SS	11	18.0	18.0	100.0
	Total	61	100.0	100.0	

Sumber : Hasil Olah Data *software Statistic 26*, 2024

Berdasarkan tabel diatas diketahui bahwa pernyataan “Cv Seagull Rent Car Medan memberikan harga yang terjangkau” sebanyak 23 orang (37,7%) menyatakan netral, 20 orang (32,8%) menyatakan setuju, 11 orang (18,0%) menyatakan sangat setuju, 4 orang (6,6%) menyatakan tidak setuju, dan 3 orang (4,9%) menyatakan sangat tidak setuju. Hal ini dapat disimpulkan secara dominan responden menyatakan setuju Cv Seagull Rent Car Medan memberikan harga yang terjangkau.

**Tabel Distribusi jawaban responden terhadap pernyataan X2.2**

PERNYATAAN X2.2					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	4	6.6	6.6	6.6
	N	16	26.2	26.2	32.8
	S	25	41.0	41.0	73.8
	SS	16	26.2	26.2	100.0
	Total	61	100.0	100.0	

Sumber : Hasil Olah Data *software Statistic 26*, 2024

Berdasarkan tabel diatas diketahui bahwa pernyataan” Keterjangkauan harga Ongkos Cv Seagull Rent Car Medan membuat saya tertarik” sebanyak 25 orang (41,0%) menyatakan setuju, 16 orang (26,2%) menyatakan sangat setuju, 16 orang (26,2%) menyatakan netral, dan 4 orang (6,6%) menyatakan tidak setuju. Hal ini dapat disimpulkan secara dominan responden menyatakan setuju Keterjangkauan harga Ongkos Cv Seagull Rent Car Medan membuat saya tertarik.

**Tabel Distribusi jawaban responden terhadap pernyataan X2.3**

PERNYATAAN X2 3					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	1	1.6	1.6	1.6
	TS	1	1.6	1.6	3.3
	N	15	24.6	24.6	27.9
	S	32	52.5	52.5	80.3
	SS	12	19.7	19.7	100.0
	Total	61	100.0	100.0	

Sumber : Hasil Olah Data *software Statistic 26*, 2024

Berdasarkan tabel diatas diketahui bahwa pernyataan “Harga ongkos Pada Cv Seagull Rent Car Medan sesuai dengan jasa yang ditawarkan” sebanyak 32 orang (52,5%) menyatakan setuju, 15 orang (24,6%) menyatakan netral, 12 orang (19,7%) menyatakan sangat setuju, 1 orang (1,6%) menyatakan tidak setuju, dan 1 orang (1,6%) menyatakan sangat tidak setuju. Hal ini dapat disimpulkan secara dominan responden menyatakan setuju Harga ongkos Pada Cv Seagull Rent Car Medan sesuai dengan jasa yang ditawarkan.

**Tabel Distribusi jawaban responden terhadap pernyataan X2.4**

PERNYATAAN X2.4					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	2	3.3	3.3	3.3
	TS	3	4.9	4.9	8.2
	N	15	24.6	24.6	32.8
	S	24	39.3	39.3	72.1
	SS	17	27.9	27.9	100.0
	Total	61	100.0	100.0	

Sumber : Hasil Olah Data *software Statistic 26*, 2024

Berdasarkan tabel diatas diketahui bahwa pernyataan “Harga sesuai dengan fasilitas yang diberikan Cv Seagull Rent Car Medan” sebanyak 24 orang (39,3%) menyatakan setuju, 17 orang (27,9%) menyatakan sangat setuju, 15 orang (24,6%) menyatakan netral, 3 orang (4,9%) menyatakan tidak setuju, dan 2 orang (3,3%) menyatakan sangat tidak setuju. Hal ini dapat disimpulkan secara dominan responden menyatakan setuju Harga sesuai dengan fasilitas yang diberikan Cv Seagull Rent Car Medan.

**Tabel Distribusi jawaban responden terhadap pernyataan X2.5**

PERNYATAAN X2.5					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	1	1.6	1.6	1.6
	TS	5	8.2	8.2	9.8
	N	18	29.5	29.5	39.3
	S	19	31.1	31.1	70.5
	SS	18	29.5	29.5	100.0
	Total	61	100.0	100.0	

Sumber : Hasil Olah Data *software Statistic 26*, 2024

Berdasarkan tabel diatas diketahui bahwa pernyataan “Harga yang ditawarkan Cv Seagull Rent Car Medan lebih mahal dibandingkan dari pesaing lain” sebanyak 19 orang (31,1%) menyatakan setuju, 18 orang (29,5%) menyatakan sangat setuju, 18 orang (29,5%) menyatakan setuju, 5 orang (8,2%) menyatakan tidak setuju, dan 1 orang (1,6%) menyatakan sangat tidak setuju. Hal ini dapat disimpulkan secara dominan responden menyatakan setuju Harga yang ditawarkan Cv Seagull Rent Car Medan lebih mahal dibandingkan dari pesaing lain.

**Tabel Distribusi jawaban responden terhadap pernyataan X2.6**

PERNYATAAN X2.6					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	2	3.3	3.3	3.3
	TS	5	8.2	8.2	11.5
	N	16	26.2	26.2	37.7
	S	24	39.3	39.3	77.0
	SS	14	23.0	23.0	100.0
	Total	61	100.0	100.0	

Sumber : Hasil Olah Data *software Statistic 26*, 2024

Berdasarkan tabel diatas diketahui bahwa pernyataan “Variasi harga sewa membuat saya tertarik untuk menggunakan jasa transport Cv Seagull Rent Car Medan” sebanyak 24 orang (39,3%) menyatakan setuju, 16 orang (26,2%) menyatakan netral, 14 orang (23,0%) menyatakan sangat setuju, 5 orang (8,2%) menyatakan tidak setuju, dan 2 orang (3,3%) menyatakan sangat tidak setuju. Hal ini dapat disimpulkan secara dominan responden menyatakan setuju Variasi harga sewa membuat saya tertarik untuk menggunakan jasa transport Cv Seagull Rent Car Medan

**Tabel Distribusi jawaban responden terhadap pernyataan X2.7**

PERNYATAAN X2.7					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	2	3.3	3.3	3.3
	TS	8	13.1	13.1	16.4
	N	22	36.1	36.1	52.5
	S	14	23.0	23.0	75.4
	SS	15	24.6	24.6	100.0
	Total	61	100.0	100.0	

Sumber : Hasil Olah Data *software Statistic 26, 2024*

Berdasarkan tabel diatas diketahui bahwa pernyataan “Cv Seagull Rent Car Medan menawarkan harga sesuai dengan manfaat yang dirasakan” sebanyak 22 orang (36,1%) menyatakan netral, 15 orang (24,6%) menyatakan sangat setuju, 14 orang (23,0%) menyatakan setuju, 8 orang (13,1%) menyatakan tidak setuju, dan 2 orang (3,3%) menyatakan sangat tidak setuju. Hal ini dapat disimpulkan secara dominan responden menyatakan setuju Cv Seagull Rent Car Medan menawarkan harga sesuai dengan manfaat yang dirasakan.

**Tabel Distribusi jawaban responden terhadap pernyataan X2.8**

PERNYATAAN X2.8					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	1	1.6	1.6	1.6
	TS	3	4.9	4.9	6.6
	N	22	36.1	36.1	42.6
	S	18	29.5	29.5	72.1
	SS	17	27.9	27.9	100.0
	Total	61	100.0	100.0	

Sumber : Hasil Olah Data *software Statistic 26, 2024*

Berdasarkan tabel diatas diketahui bahwa pernyataan “Harga sesuai dengan manfaat, yaitu cepat dan tepat nya pelayanan dari karyawan Cv Seagull Rent Car Medan” sebanyak 22 orang (36,1%) menyatakan netral, 18 orang (29,5%) menyatakan setuju, 17 orang (27,9%) menyatakan sangat setuju, 3 orang (4,9%) menyatakan tidak setuju, dan 1 orang (1,6%) menyatakan sangat tidak setuju. Hal ini dapat disimpulkan secara dominan responden menyatakan setuju Harga sesuai dengan manfaat, yaitu cepat dan tepat nya pelayanan dari karyawan Cv Seagull Rent Car Medan.

#### 1.1.1 Variabel Loyalitas Pelanggan

**Tabel Distribusi jawaban responden terhadap pernyataan Y.1**

PERNYATAAN Y.1					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	4	6.6	6.6	6.6
	N	16	26.2	26.2	32.8
	S	26	42.6	42.6	75.4
	SS	15	24.6	24.6	100.0
	Total	61	100.0	100.0	

Sumber : Hasil Olah Data *software Statistic 26, 2024*

Berdasarkan tabel diatas diketahui bahwa pernyataan “Jika ingin Merental mobil Saya akan kembali menggunakan Jasa rental mobil di Cv Seagull Rent Car Medan” sebanyak 26 orang (42,6%) menyatakan setuju, 16 orang (26,2%) menyatakan netral, 15 orang (24,6%) menyatakan sangat setuju, 4 orang (6,6%) menyatakan tidak setuju. Hal ini dapat disimpulkan secara dominan responden menyatakan setuju Jika ingin Merental mobil Saya akan kembali menggunakan Jasa rental mobil di Cv

**Tabel Distribusi jawaban responden terhadap pernyataan Y.2**

PERNYATAAN Y.2					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	2	3.3	3.3	3.3
	N	18	29.5	29.5	32.8
	S	30	49.2	49.2	82.0
	SS	11	18.0	18.0	100.0
	Total	61	100.0	100.0	

Sumber : Hasil Olah Data *software Statistic 26*, 2024

Berdasarkan tabel diatas diketahui bahwa pernyataan “Saya akan menggunakan jasa rental mobil Pada Cv Seagull Rent Car Medan secara terus menerus” sebanyak 30 orang (49,2%) menyatakan setuju, 18 orang (29,5%) menyatakan netral, 11 orang (18,0%) menyatakan sangat setuju, dan 2 orang (3,3%) menyatakan tidak setuju. Hal ini dapat disimpulkan secara dominan responden menyatakan setuju Saya akan menggunakan jasa rental mobil Pada Cv Seagull Rent Car Medan secara terus menerus.

**Tabel Distribusi jawaban responden terhadap pernyataan Y.3**

PERNYATAAN Y.3					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	1	1.6	1.6	1.6
	TS	1	1.6	1.6	3.3
	N	26	42.6	42.6	45.9
	S	22	36.1	36.1	82.0
	SS	11	18.0	18.0	100.0
	Total	61	100.0	100.0	

Sumber : Hasil Olah Data *software Statistic 26*, 2024

Berdasarkan tabel diatas diketahui bahwa pernyataan “Saya tidak akan terpengaruh dengan segala bentuk daya tarik pemasaran selain Cv Seagull Rent Car Medan” sebanyak 26 orang (42,6%) menyatakan netral, 22 orang (36,1%) menyatakan setuju, 11 orang (18,0%) menyatakan sangat setuju, 1 orang (1,6%) menyatakan tidak setuju, 1 orang (1,6%) menyatakan sangat tidak setuju. Hal ini dapat disimpulkan secara dominan responden menyatakan setuju Saya tidak akan terpengaruh dengan segala bentuk daya tarik pemasaran selain Cv Seagull Rent Car Medan.

**Tabel Distribusi jawaban responden terhadap pernyataan Y.4**

PERNYATAAN Y.4					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	1	1.6	1.6	1.6
	TS	2	3.3	3.3	4.9
	N	23	37.7	37.7	42.6
	S	22	36.1	36.1	78.7
	SS	13	21.3	21.3	100.0
	Total	61	100.0	100.0	

Sumber : Hasil Olah Data *software Statistic 26*, 2024

Berdasarkan tabel diatas diketahui bahwa pernyataan “Saya akan tetap setia untuk menggunakan jasa rental Pada Cv Seagull Rent Car Medan” sebanyak 23 orang (37,7%) menyatakan netral, 22 orang (36,1%) menyatakan setuju, 13 orang (21,3%) menyatakan sangat setuju, 2 orang (3,3%) menyatakan tidak setuju, 1 orang (1,6%) menyatakan sangat tidak setuju. Hal ini dapat disimpulkan

secara dominan responden menyatakan setuju Saya akan tetap setia untuk menggunakan jasa rental Pada Cv Seagull Rent Car Medan.

**Tabel Distribusi jawaban responden terhadap pernyataan Y.5**

PERNYATAAN X3.5					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	1	1.6	1.6	1.6
	N	11	18.0	18.0	19.7
	S	26	42.6	42.6	62.3
	SS	23	37.7	37.7	100.0
	Total	61	100.0	100.0	

Sumber : Hasil Olah Data *software Statistic 26*, 2024

Berdasarkan tabel diatas diketahui bahwa pernyataan “Saya akan merekomendasikan Cv Seagull Rent Car Medan kepada Keluarga, teman dan orang sekitar saya” sebanyak 26 orang (42,6%) menyatakan setuju, 23 orang (37,7%) menyatakan sangat setuju, 11 orang (18,0%) menyatakan netral, 1 orang (1,6%) menyatakan tidak setuju. Hal ini dapat disimpulkan secara dominan responden menyatakan setuju Saya akan merekomendasikan Cv Seagull Rent Car Medan kepada Keluarga, teman dan orang sekitar saya.

**Tabel Distribusi jawaban responden terhadap pernyataan Y.6**

PERNYATAAN X3.6					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	2	3.3	3.3	3.3
	TS	2	3.3	3.3	6.6
	N	13	21.3	21.3	27.9
	S	26	42.6	42.6	70.5
	SS	18	29.5	29.5	100.0
	Total	61	100.0	100.0	

Sumber : Hasil Olah Data *software Statistic 26*, 2024

Berdasarkan tabel diatas diketahui bahwa pernyataan “Cv Seagull Rent Car Medan sudah melakukan jasa layanan dengan baik” sebanyak 26 orang (42,6%) menyatakan setuju, 18 orang (29,5%) menyatakan sangat setuju, 13 orang (21,3%) menyatakan netral, 2 orang (3,3%) menyatakan tidak setuju, 2 orang (3,3%) menyatakan sangat tidak setuju. Hal ini dapat disimpulkan secara dominan responden menyatakan setuju Cv Seagull Rent Car Medan sudah melakukan jasa layanan dengan baik.

### Uji Reliabilitas

**Tabel Hasil Uji Realibilitas**

Variabel	Cronbach Alpha	Koefisien Alpha	Keterangan
Kualitas Pelayanan (X1)	0,934	0,60	Reliabel
Harga (X2)	0,901	0,60	Reliabel
Loyalitas Pelanggan (Y)	0,910	0,60	Realiabel

Sumber : Hasil Olah Data *software Statistic 26*, 2024

Berdasarkan hasil uji realibitas pada tabel diatas dengan menggunakan uji statistik *Cronbach Alpha* ( $\alpha$ ) menunjukkan bahwa semua variabel memiliki *Cronbach Alpha*  $> 0,60$ . Hal tersebut menunjukan bahwa kuisioner yang digunakan untuk mengukur variabel loyalitas pelanggan, Harga dan loyalitas pelanggan adalah konsisten karena nilai realibilitas hitung  $> 0,60$ , maka dinyatakan reliabel.

### Uji Normalitas

Uji normalitas data menggunakan statistik SPSS versi 26 dengan dasar pengambilan keputusan

bisa dilakukan probabilitas yaitu :

1. Jika Probabilitas > 0,05 maka distribusi dari model regresi adalah normal.
2. Jika Probabilitas < 0,05 maka distribusi dari model regresi tidak normal.

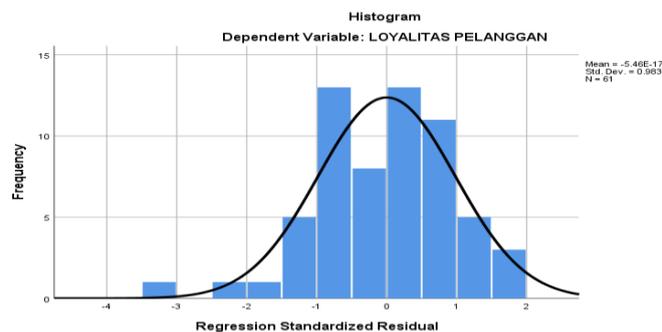
**Tabel Hasil Uji Normalitas**

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		61
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.90096685
Most Extreme Differences	Absolute	.069
	Positive	.051
	Negative	-.069
Test Statistic		.069
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 <sup>c,d</sup>

Sumber : Hasil Olah Data *software Statistic 26*, 2024

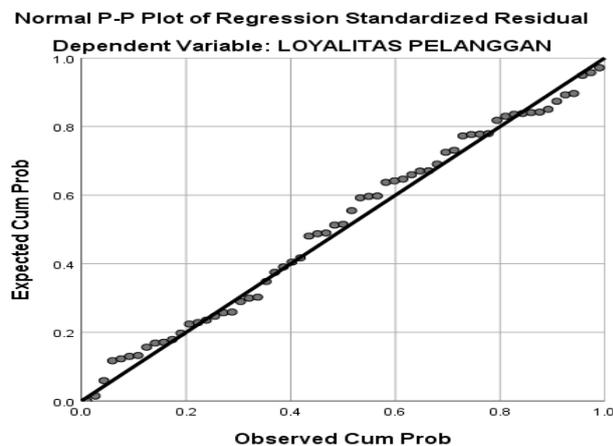
Berdasarkan hasil pengolahan data pada tabel diatas diperoleh besarnya Kolmogorov-Smirnov adalah 0,200. Nilai signifikan lebih besar dari 0,05, maka dapat dikatakan bahwa nilai residual regresi normal

### Grafik Histogram



Berdasarkan gambar 4.2 dapat dilihat bahwa data tersebut berdistribusi normal. Hal ini ditunjukkan oleh distribusi data pada grafik histogram tersebut berbentuk lonceng atau rata kanan dan rata kiri.

### Gambar Grafik P-P plot



Sumber : Hasil Olah Data *software Statistic 26*, 2024

Pendekatan ini dilakukan dengan melihat titik-titik yang tersebar di sepanjang garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal, maka data berdistribusi normal.

### Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas digunakan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi yang tinggi atau sempurna antar variabel independen/variabel bebas. Untuk menguji multikolinearitas yaitu dengan cara melihat :

- Jika nilai VIF lebih besar dari  $> 10,00$  atau nilai Tolerance  $< 0,10$  maka dapat disimpulkan multikolinieritas dalam model regresi.
- Jika nilai VIF dan lebih kecil dari  $< 10,00$  atau nilai Tolerance  $> 0,10$  maka artinya tidak terjadi multikolinieritas dalam model regresi.

**Tabel Hasil Uji Multikolonieritas**

Coefficients <sup>a</sup>								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	3.233	2.005		1.613	.112		
	KUALITAS PELAYANAN	.228	.051	.394	4.430	.000	.795	1.257
	HARGA	.383	.063	.538	6.057	.000	.795	1.257

a. Dependent Variable: LOYALITAS PELANGGAN

Sumber : Hasil Olah Data *software Statistic 26*, 2024

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa nilai Tolerance pada variabel Kualitas Pelayanan (X1) dan Harga (X2) sebesar  $0,795 > 0,10$ . Sedangkan Nilai VIF untuk variabel Kualitas Pelayanan (X1) dan Harga (X2) sebesar  $1,257 > 0,10$ . Mengacu pada dasar pengambilan keputusan, dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi gejala multikolinieritas dalam model regresi.

### Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variabel dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Penelitian ini menguji apakah ada heteroskedastisitas dalam model regresi, sehingga peneliti menggunakan uji glejser dengan mengambil keputusan.

- Jika nilai signifikan  $> 0,05$  maka tidak terjadi heteroskedastisitas.
- Jika nilai signifikan  $< 0,05$  maka terjadi heteroskedastisitas

**Tabel Hasil Uji Heteroskedastisitas**

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.562	1.198		1.304	.197
	KUALITAS PELAYANAN	-.009	.031	-.045	-.309	.758
	HARGA	.010	.038	.039	.268	.789

a. Dependent Variable: Abs\_RES

Sumber : Hasil Olah Data *software Statistic 26*, 2024

Berdasarkan tabel dapat dilihat bahwa :

- Nilai signifikansi Kualitas Pelayanan (X1) adalah  $0,758$  dan nilai signifikansi  $> 0,05$ . Dengan

demikian diambil kesimpulan bahwa nilai signifikansi Kualitas Pelayanan (X1) tidak mengalami gangguan heteroskedastisitas.

2. Nilai signifikansi Harga ( X2 ) adalah 0,789 dan signifikansi > 0,05. Dengan demikian diambil kesimpulan bahwa nilai signifikansi Harga (X2) tidak mengalami gangguan heteroskedastisitas.

### Pengujian Hasil Hipotesis

#### Uji Regresi Linear Berganda

Analisis Regresi Linier Berganda dilakukan untuk mengetahui arah dan seberapa besar tingkat keeratan hubungan simultan antara Variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y).

**Tabel Hasil Uji Regresi Linear Berganda**

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3.233	2.005		1.613	.112
	KUALITAS PELAYANAN	.228	.051	.394	4.430	.000
	HARGA	.383	.063	.538	6.057	.000

a. Dependent Variable: LOYALITAS PELANGGAN

Sumber : Hasil Olah Data *software Statistic 26*, 2024

Berdasarkan analisis data dengan menggunakan SPSS 26, maka diperoleh persamaan regresi sebagai berikut :

$$Y = a + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + e \quad \longrightarrow \quad Y = 3,233 + 0,228 X_1 + 0,383 X_2 + e$$

Keterangan :

Y : Variabel dependen

X2, X1 : Variabel independen

a : Konstanta (prediksi nilai saat variabel bebas tidak berpengaruh)

$\beta_1 \beta_2$  : Koefisien regresi berganda

e : Faktor-faktor lain yang mempengaruhi variabel

Persamaan regresi berganda tersebut dijelaskan sebagai berikut :

Nilai konstanta sebesar 3,233, apabila variabel Kualitas Pelayanan dan Harga dianggap nol, maka Loyalitas Pelanggan Pada CV Seagull Rent Car Medan adalah sebesar 3,233.

2. Nilai koefisien Kualitas Pelayanan (X1) sebesar 0,228 menyatakan bahwa semakin baik Kualitas Pelayanan (X1), maka Loyalitas Pelanggan (Y) akan mengalami kenaikan sebesar 0,228.

3. Nilai koefisien Harga (X2) sebesar 0,383 menyatakan bahwa Setiap kenaikan Harga, maka Loyalitas Pelanggan (Y) akan mengalami kenaikan sebesar 0,383.

#### Uji Secara Parsial (Uji t)

Uji parsial atau uji t dalam analisis regresi linier berganda bertujuan untuk mengetahui apakah variabel bebas (X) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat (Y) pada uji t didasarkan oleh :

Jika nilai sig. < 0,05 maka variabel bebas (X) berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat (Y) atau H0 ditolak.

Jika nilai sig. > 0,05 maka variabel bebas (X) tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat (Y) H0 diterima

Tingkat signifikan 10% (0,1)

df = (n-k)

n = jumlah sampel, n = 61

K = jumlah variabel yang digunakan = 3

t tabel = ( $\alpha/2$  ; n-k ) = (0,1 / 2 ; 61 - 3 ) = (0,05 ; 58) = 1.671

**Tabel Hasil Uji Secara Parsial (Uji t)**

Coefficients <sup>a</sup>					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		

1	(Constant)	3.233	2.005		1.613	.112
	KUALITAS PELAYANAN	.228	.051	.394	4.430	.000
	HARGA	.383	.063	.538	6.057	.000
a. Dependent Variable: LOYALITAS PELANGGAN						

Sumber : Hasil Olah Data *software Statistic 26*, 2024

Berdasarkan tabel dapat dilihat pengaruh dari setiap variabel secara parsial sebagai berikut :

- Berdasarkan pengujian *software Statistic 26*, diperoleh hasil pengujian bahwa variabel Kualitas Pelayanan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan. Hal ini dapat dilihat dari nilai signifikan variabel Kualitas Pelayanan yaitu sig. sebesar  $0,000 < 0,05$  dan nilai t-hitung sebesar  $4,430 > t\text{-tabel } 1,671$  maka H1 diterima. Demikian diambil kesimpulan bahwa variabel Kualitas Pelayanan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap variabel Loyalitas Pelanggan ( Y ).
- Berdasarkan pengujian *software Statistic 26*, diperoleh hasil pengujian dan berkaitan dengan teori variabel Harga berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan. Hal ini dapat dilihat dari nilai signifikan variabel Harga yaitu sig.  $0,000 < 0,05$  dan nilai t-hitung sebesar  $6,057 > t\text{-tabel } 1,671$ , maka H2 diterima. Demikian diambil kesimpulan bahwa variabel Harga berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap variabel Loyalitas Pelanggan.

### Uji Simultan (F)

Pada pengujian secara simultan akan diuji pengaruh kedua variabel independen secara bersama-sama terhadap variabel dependen. Untuk pengujian pengaruh simultan, didasarkan pada :

- Jika nilai F-hitung  $> F\text{-tabel}$ , maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak
- Jika nilai F-hitung  $< F\text{-tabel}$ , maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak
- Jika nilai Sig.  $> 0,05$ , maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak
- Jika nilai Sig.  $< 0,05$ , maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak

$$Df_1 \text{ (Pembilang)} = k-1 = 3-1 = 2$$

$$Df_2 \text{ (Penyebut)} = n-k = 61-3 = 58 \text{ maka nilai } f \text{ tabel} = 2,40$$

**Tabel Hasil Uji Simultan (F)**

ANOVA <sup>a</sup>						
	Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	378.852	2	189.426	50.672	.000 <sup>b</sup>
	Residual	216.820	58	3.738		
	Total	595.672	60			
a. Dependent Variable: LOYALITAS PELANGGAN						
b. Predictors: (Constant), HARGA, KUALITAS PELAYANAN						

Sumber : Hasil Olah Data *software Statistic 26*, 2024

Berdasarkan tabel dapat diketahui bahwa F-hitung  $> F\text{-tabel}$  yaitu  $50,67 > 2,40$  dan nilai signifikan =  $0,000 < 0,05$ . Hal ini berarti variabel Kualitas Pelayanan dan Harga secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan Pada CV Seagull Rent Car Medan

### Uji Koefisien Determinasi ( R<sup>2</sup> )

**Tabel 4. 1 Uji Koefisien Determinasi ( R<sup>2</sup> )**

Model Summary <sup>b</sup>				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.798 <sup>a</sup>	.636	.623	1.933
a. Predictors: (Constant), HARGA, KUALITAS PELAYANAN				
b. Dependent Variable: LOYALITAS PELANGGAN				

Sumber : Hasil Olah Data *software Statistic 26*, 2024

Berdasarkan tabel 4.37 dapat dilihat bahwa nilai R square yaitu sebesar 0,636 atau 63,6% yang artinya bahwa variasi variabel independen yaitu Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap variabel

dependen dapat menerangkan variabel Loyalitas Pelanggan sebesar 63,6%, sedangkan sisanya sebesar 36,4% diterangkan oleh variabel lain yang tidak diteliti oleh peneliti.

## 1.2 Analisis dan Pembahasan Hasil Penelitian

### **Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan**

Hasil penelitian ini menyatakan bahwa Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Pada CV Seagull Rent Car Medan. Dari hasil pengujian hipotesis (H1) yang dilakukan penelitian terbukti bahwa Kualitas Pelayanan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan Pada CV Seagull Rent Car Medan. Hal ini dapat dilihat melalui hasil pengujian yang telah dilakukan secara parsial atau uji t menggunakan spss diperoleh nilai thitung  $>$  t-tabel yaitu  $4,430 > 1,671$  dan nilai sig. sebesar  $0,000 < 0,05$ . Hal ini menunjukkan bahwa dengan adanya pengaruh Kualitas Pelayanan dapat meningkatkan Loyalitas Pelanggan Pada CV Seagull Rent Car Medan.

Hal ini sejalan dengan penelitian sebelumnya (Elisabet Tambunan & Siregar 2022) Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Dalam Menggunakan Jasa Transportasi Pada PT. Pas Transport Medan. Hasil Penelitian ini adalah Kualitas Pelayanan dan Harga berpengaruh positif terhadap Kepuasan Pelanggan.

### **Pengaruh Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan**

Hasil penelitian ini, menyatakan bahwa Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan Pada CV Seagull Rent Car Medan. Hal ini dapat dilihat dari hasil pengujian hipotesis (H2) yang dilakukan secara parsial atau uji t menggunakan spss dimana nilai t-hitung  $>$  t-tabel yaitu  $6,057 > 1,671$  dan nilai sig. sebesar  $0,000 < 0,05$ . Maka hal ini menunjukkan bahwa adanya pengaruh Harga dapat meningkatkan Loyalitas Pelanggan Pada CV Seagull Rent Car Medan.

Hal ini sejalan dengan penelitian sebelumnya (Purba & Alfian, 2019) Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Hotel Bumi Malaya Medan. Membuktikan bahwa Kualitas Pelayanan dan Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan.

### **Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan**

Hasil Penelitian ini menyatakan (H3) Kualitas Pelayanan dan Harga secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan. Hal ini dapat dilihat dari hasil pengujian secara simultan (uji F) menggunakan spss, diperoleh dari hasil nilai f-hitung  $>$  f-tabel yaitu  $50,67 > 2,40$  dan nilai signifikan sebesar  $0,000 < 0,05$ . Maka dapat disimpulkan bahwa kedua variabel bebas (X1) yaitu Kualitas Pelayanan dan (X2) harga secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan (Y). CV Seagull Rent Car Medan.

Hal ini sejalan dengan penelitian sebelumnya (Sugiarsih Duki Saputri, 2019) Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Grab Semarang. Kualitas Pelayanan dan Harga berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas pelanggan.

## **Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan mengenai pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap loyalitas pelanggan pada CV Seagull Rent Car Medan, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut :

1. Dari hasil penelitian yang dilakukan terhadap 61 orang pelanggan CV Seagull Rent Car Medan maka dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan (X1) berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas pelanggan (Y). Hal ini ditunjukkan dari nilai signifikan variabel kualitas pelayanan yaitu sig. sebesar  $0,000 < 0,05$  dan nilai t-hitung sebesar  $4,430 >$  t-tabel  $1,671$  maka H1 diterima.
2. Dari hasil penelitian yang dilakukan terhadap 61 orang pelanggan CV Seagull Rent Car Medan maka dapat disimpulkan bahwa harga (X2) berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas pelanggan (Y). Hal ini ditunjukkan dari nilai signifikan variabel harga yaitu sig. sebesar  $0,000 < 0,05$  dan nilai t-hitung sebesar  $6,057 >$  t-tabel  $1,671$  maka H2 diterima.
3. Dari hasil penelitian yang dilakukan terhadap 61 orang pelanggan CV Seagull Rent Car Medan maka dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan (X1) dan harga (X2) berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas pelanggan (Y). Hal ini ditunjukkan dari pengujian simultan dapat dilihat bahwa nilai  $F_{hitung} (50,672) > F_{tabel} (2,40)$  atau sig. sebesar  $0,000 < 0,05$  dan nilai koefisien

determinasi ( $R^2$ ) yaitu sebesar 0.636 atau 63,6%, sedangkan sisanya sebesar 36,4% dipengaruhi oleh variabel lain diluar penelitian ini.

## Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan yang telah disajikan maka selanjutnya penulis ingin menyampaikan saran-saran yang kiranya dapat memberikan manfaat kepada semua pihak yang terkait atas hasil penelitian ini. Adapun saran-saran yang dapat disampaikan adalah sebagai berikut :

- Kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan CV Seagull Rent Car Medan, maka perusahaan diharapkan lebih meningkatkan lagi kualitas pelayanan karyawan CV Seagull Rent Car Medan agar sigap dalam menerima keluhan pelanggan serta menyelesaikannya untuk dapat menambah loyalitas pelanggan yang menggunakan jasa rental pada CV Seagull Rent Car Medan.
- Harga berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan CV Seagull Rent Car Medan, maka diharapkan perusahaan mampu membuat harga yang terjangkau agar dapat meningkatkan rasa tertarik dalam menggunakan jasa rental CV Seagull Rent Car Medan dan dapat meningkatkan loyalitas pelanggan jasa rental pada CV Seagull Rent Car Medan.
- Kualitas Pelayanan dan Harga secara bersamaan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan CV Seagull Rent Car Medan, menerapkan kualitas pelayanan dan membuat harga yang terjangkau pada CV Seagull Rent Car Medan maka pelanggan akan loyal dan cenderung membeli Kembali atau menggunakan Kembali jasa rental pada CV Seagull Rent Car Medan saat kebutuhan yang sama muncul kembali dikemudian hari.

## DAFTAR PUSTAKA

- Adabi, N. (2020). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Pelayanan Dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Indihome Di Witel Telkom Depok. *Lewis Dan Booms Dalam Tjiptono & Chandra* (2013), 12(1), 32–39. <http://journal.feb.unmul.ac.id/index.php/JURNALMANAJEMEN>
- Alpasha, M. F. (2022). KAJIAN PUSTAKA , KERANGKA PEMIKIRAN Kajian Pustaka. *Kotler Dan Keller 2018*, 19–61.
- Asti, E., & Ayuningtyas, E. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen. "Menurut Mahmoedin (2010)" dalam *Desikasari (2018)*, 1(01), 1–14. <https://doi.org/10.37366/ekomabis.v1i01.2>
- Christono, A. B. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Kepuasan Pelanggan. *Kotler Dan Armstrong (2012)*, 8(1), 1–17. <https://doi.org/10.52644/joeb.v8i1.13>
- Elisabet Tambunan1, M. S. (2022). Jurnal Teknologi , Kesehatan Dan Ilmu Sosial. *Elisabet Tambunan1\*, Marupa Siregar1*, 4(2), 328–338.
- Lani Purba, M., & Simarmata, G. (2018). JKBM (Jurnal Konsep Bisnis Dan Manajemen) The Influence of Service Quality and Culture on Attraction and Interest in Revisiting Percut Tourism. *Jurnal Konsep Bisnis Dan Manajemen*, 5(1), 2443–3071. <http://ojs.uma.ac.id/index.php/bisman>
- Purba, R. R., & Alfian, H. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Hotel Bumi Malaya Medan. *Philips Kotler(2014)*, 4(2), 406–413.
- Rahayu, S., & Nurlaela Wati, L. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Dan Dampaknya Terhadap Loyalitas Pelanggan. *Kotler Dan Keller (2012)*, 8(2), 1–20. <http://ejournal.stiemj.ac.id/index.php/ekobis>
- Ramanta, T. H., Massie, J. D. D., & Soepeno, D. (2021). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Loyalitas Pelanggan Produk Mebel di CV. Karunia Meubel Tuminting. (*Kotler Dan Keller, 2016: 153*), 9(1), 1018–1027. <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/article/view/32670>
- Sugiarsih Duki Saputri, R. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Grab Semarang. *RINI SUGIARSIH DUKI SAPUTRI*, 10(1), 46–53. <https://doi.org/10.35814/coverage.v10i1.1232>
- Tambunan, E. (2022). Pengaruh Media Sosial Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Uma Racing Di CV. Sempurna Jaya Motor. *Jurnal Teknologi Kesehatan Dan Ilmu Sosial (TEKESNOS)*, 4(1), 124–1388.
- Tambunan, F., Purba, M. L. B., & ... (2023). Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan Transportasi Bus CV. Makmur.