

**PENGARUH SISTEM SEWA, KUALITAS PRODUK DAN  
KUALITAS PELAYANAN TERHADAP LOYALITAS  
PELANGGAN DI FATH PRODUCTION JEMBER**



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ  
J E M B E R

Oleh:

**Milia Ghifari**  
**NIM: E20172193**

**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ JEMBER  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
2023**

**Pengaruh Sistem Sewa, Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan  
terhadap Loyalitas Pelanggan di Fath Production Jember**

**SKRIPSI**

Diajukan kepada Universitas Islam Negeri KH Achmad Siddiq Jember  
Untuk memenuhi salah satu persyaratan memperoleh  
gelar Sarjana Ekonomi (S.E)  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
Program Studi Ekonomi Syariah



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ  
J E M B E R

Oleh:

**Milia Ghifari**  
**NIM: E20172193**

**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ JEMBER  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
2023**

**Pengaruh Sistem Sewa, Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan  
terhadap Loyalitas Pelanggan di Fath Production Jember**


**SKRIPSI**

Diajukan kepada Universitas Islam Negeri KH Achmad Siddiq Jember  
Untuk memenuhi salah satu persyaratan memperoleh  
gelar Sarjana Ekonomi (S.E)  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
Program Studi Ekonomi Syariah

Oleh:

**Milia Ghifari**  
**NIM: E20172193**

Pembimbing

  
**Dr. Khairunnisa Musari, S.T., M.MT.**  
**NIP. 197810032015032001**

**Pengaruh Sistem Sewa, Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan di Fath Production Jember**

**SKRIPSI**

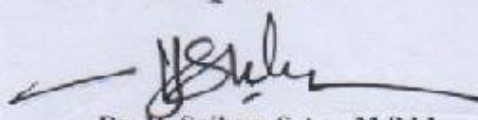
Telah diuji dan diterima untuk memenuhi salah satu persyaratan memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E) Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Jurusan Ekonomi Islam Program Studi Ekonomi Syariah

**Hari : Kamis**

**Tanggal : 22 Juni 2023**

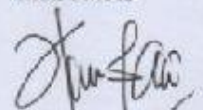
**Tim Penguji**

**Ketua**



Dr. H. Saihan, S.Ag., M.Pd.I.  
NIP: 197202172005011001

**Sekretaris**



Ayu Ainin Mustafida, S.H.I., ME.  
NIP: 199107152019032013

**Anggota :**

1. Dr. M.F Hidayatullah, S.H.I, M.S.I. (

2. Dr. Khairunnisa Musari, S.T., M.MT. (



**Menyetujui**

**Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam**



  
Dr. Muhammad Rifa'i, S.E., M.Si.  
NIP: 196808072000031001

## MOTTO

( فَمَنْ يَعْمَلْ مِثْقَالَ ذَرَّةٍ خَيْرًا يَرَهُ ۗ )

Artinya: “Siapa yang mengerjakan kebaikan seberat zarah, dia akan melihat (balasan)-nya” (QS. Az-Zalzalah: 7).<sup>1</sup>

( قَالَتْ إِحْدَاهُمَا يَا أَبَتِ اسْتَجِرْهُ إِنَّ خَيْرَ مَنِ اسْتَجَرْتِ الْقَوِيُّ الْأَمِينُ ﴿٦٦﴾ )

Artinya: "Salah seorang dari kedua wanita itu berkata: "Ya bapakku ambillah ia sebagai orang yang bekerja (pada kita), karena sesungguhnya orang yang paling baik yang kamu ambil untuk bekerja (pada kita) ialah orang yang kuat lagi dapat dipercaya". (QS. Al-Qasas: 26).<sup>2</sup>



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ  
J E M B E R

<sup>1</sup> Kementerian Agama Indonesia, *Al-Qur'an Tajwid dan Terjemah* (2019) Q.S Az-Zalzalah, 7.

<sup>2</sup> Kementerian Agama Republik Indonesia, *Al-Qur'an Tajwid dan Terjemah* (2014) Q.S Al-Qasas, 26.

## PERSEMBAHAN

Segala puji bagi Allah SWT atas segala nikmat dan karunia-Nya yang telah memberikan kekuatan dan membekaliku dengan ilmu. Atas karunia serta kemudahan yang Engkau berikan, akhirnya skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik. Oleh karena itu dengan rasa syukur serta bahagia karya ini saya persembahkan kepada:

1. Ibuku Tercinta Nurul Fadilah yang telah menjadi sosok wanita yang sabar dan tak kenal lelah dalam memberikan kasih sayang, dukungan dan doa demi kesuksesan dan kelancaran saya dalam hal apapun.
2. Abaku Tercinta Sulton Maksum yang telah banting tulang dalam mencari nafkah untuk membiayai kebutuhan dan pendidikanku.
3. Adikku Moch. Noer Arifendi yang selalu memberikan dukungan dan semangat kepada saya dalam menyelesaikan segala urusan masalah.
4. Keluarga besarku yang telah memberi support dan memberikan semangat yang tidak pernah padam disetiap waktu.
5. Dua orang berhati mulia mbak Wiji dan mas Kokoh, yang telah membantu, menginspirasi, dan mendukung saya untuk menyelesaikan skripsi ini.
6. Teman-temanku Fika Luthfiah, Diana Kholida, Insiyatul Hasanah, dan Nurul Qomariyah yang telah memberi semangat serta dukungan.
7. Teman-teman seperjuangan ES4 angkatan 2017

Penulis

Milia Ghifari

## KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Dengan memanjatkan puja dan puji syukur kepada Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, karunia dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul “Pengaruh Sistem Sewa, Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan di Fath Production Jember”. Sholawat serta salam semoga tetap kita curahkan kepada Baginda Rasul Muhammad SAW. Beserta keluarga, para sahabat dan para pengikut mereka, semoga kita mendapatkan syafaatnya di hari kiamat kelak, aamiin. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Prof. Dr. H. Babun Suharto, SE., MM. selaku Rektor Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember.
2. Bapak Dr. Khamdan Rifa’i, S.E., M.Si. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember.
3. Bapak M.F. Hidayatullah, S.H.I, M.S.I. selaku Koordinator Program Studi Ekonomi Syariah Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember.
4. Ibu Dr. Khairunnisa Musari, S.T., M.MT. selaku dosen pembimbing yang telah meluangkan waktu, tenaga serta pikirannya dalam mengarahkan dan membimbing proses penyelesaian skripsi.
5. Ibu Dr. Siti Masrohatin, M.M. selaku pembimbing akademi yang selama ini telah memberikan nasehat dan bimbingan dalam kegiatan akademi.
6. Bapak Fathor selaku pemilik Fath Production yang telah memberikan dukungan dan bantuan selama melaksanakan penelitian.

7. Semua pihak yang telah membantu baik secara langsung maupun tidak langsung dalam menyusun skripsi.

Peneliti menyadari bahwa dalam pembahasan dan penulisan pada skripsi ini sangat jauh dari kata sempurna dan banyak kekurangan, maka kritik dan saran selalu peneliti harapkan demi kesempurnaan penulisan skripsi ini. semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi semua pihak yang membutuhkan terutama penulis sendiri.



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ  
J E M B E R



## ABSTRAK

**Milia Ghifari, Dr. Khairunnisa Musari, S.T., M.MT. 2023;** Pengaruh Sistem Sewa, Kualitas Produk, dan Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan di Fath Production Jember.

Kemajuan teknologi pada era globalisasi saat ini terus mengalami inovasi dan penyempurnaan seiring berkembangnya teknologi. Melihat realita dunia bisnis, sektor jasa memegang peranan penting termasuk jasa fotografi. Dengan persaingan yang cukup kompetitif, mengakibatkan penyedia jasa fotografi dituntut untuk membangun dan mengembangkan layanan berkualitas agar dapat menjaga loyalitas pelanggan pada setiap perusahaan yang berperan sangat penting.

Rumusan masalah penelitian ini: (1) apakah sistem sewa berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan pada Fath Production Jember secara parsial?, (2) apakah kualitas produk berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan pada Fath Production Jember secara parsial?, (3) apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan pada Fath Production Jember secara parsial?, (4) sistem sewa, kualitas produk dan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan pada Fath Production Jember secara simultan?.

Tujuan penelitian ini yakni: (1) Menganalisis pengaruh sistem sewa pada loyalitas pelanggan Fath Production Jember secara parsial. (2) Menganalisis pengaruh kualitas produk pada loyalitas pelanggan Fath Production Jember secara parsial. (3) Menganalisis pengaruh kualitas pelayanan pada loyalitas pelanggan Fath Production Jember secara parsial. (4) Menganalisis pengaruh sistem sewa, kualitas produk, dan kualitas pelayanan pada loyalitas pelanggan Fath Production Jember secara simultan.

Metode penelitian yang digunakan adalah metode kuantitatif dengan jenis penelitian deskriptif. Teknik pengumpulan data dengan menyebarkan kuesioner kepada responden. Populasi dalam penelitian 1.500 dengan pengambilan sampel sebanyak 150 responden, teknik pengambilan sampel *simple random sampling*. Analisis data yang digunakan ialah analisis regresi linier berganda.

Hasil dalam penelitian telah menunjukkan bahwa uji t dengan nilai t hitung dan tabel pada sistem sewa berpengaruh signifikan sebesar ( $2,923 > 1,983$ ), untuk kualitas produk berpengaruh signifikan sebesar ( $3,738 > 1,983$ ), dan pada kualitas pelayanan berpengaruh signifikan sebesar ( $0,000 < 0,05$ ). Berdasarkan uji f pada loyalitas pelanggan ( $7,933 > 2,69$ ). Berdasarkan uji  $R^2$  sebesar 0,629 atau 62,9% dengan sisanya 37,1% oleh variabel lainnya.

**Kata Kunci: Sistem Sewa, Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Loyalitas Pelanggan.**

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL .....	i
PESETUJUAN PEMBIMBING .....	ii
MOTTO .....	iii
PERSEMBAHAN.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
ABSTRAK .....	vi
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL .....	x
DAFTAR LAMPIRAN.....	xi
<b>BAB 1 PENDAHULUAN</b>	
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	5
C. Tujuan Penelitian.....	5
D. Manfaat Penelitian.....	6
E. Ruang Lingkup Penelitian .....	7
F. Definisi Operasional .....	9
G. Asumsi Penelitian .....	11
H. Hipotesis .....	11
I. Metode Penelitian .....	12
1. Pendekatan dan Jenis Penelitian.....	12
2. Populasi dan Sampel.....	12

3. Teknik dan Instrumen Pengumpulan Data .....	13
4. Analisis Data.....	15
J. Sistematika Pembahasan.....	22
<b>BAB II KAJIAN KEPUSTAKAAN</b>	
A. Penelitian Terdahulu .....	23
B. Kajian Teori .....	31
1. Sistem Sewa.....	31
2. Kualitas Produk .....	33
3. Kualitas Pelayanan.....	36
4. Loyalitas Pelanggan.....	38
<b>BAB III PENYAJIAN DATA DAN ANALISIS</b>	
A. Gambaran Objek Penelitian.....	41
B. Penyajian Data.....	42
C. Analisis dan Pengujian Data.....	58
D. Pembahasan.....	71
<b>BAB IV PENUTUP</b>	
A. Kesimpulan .....	78
B. Saran .....	79
<b>DAFTAR PUSTAKA</b>	

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Penyedia Jasa Fotografi di Jember.....	4
Tabel 1.2 Indikator Variabel .....	8
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu .....	29
Tabel 2.2 Strategi Pelayanan 7P.....	37
Tabel 3.1 Jenis Kelamin Responden.....	42
Tabel 3.2 Usia Responden.....	43
Tabel 3.3 Pendidikan Terakhir Responden .....	43
Tabel 3.4 Pekerjaan Responden .....	44
Tabel 3.5 Hasil Jawaban Responden.....	45
Tabel 3.35 Hasil Uji Validitas.....	59
Tabel 3.36 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Sistem Sewa.....	61
Tabel 3.37 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Kualitas Produk .....	61
Tabel 3.38 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Kualitas Pelayanan .....	61
Tabel 3.39 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Loyalitas Pelanggan.....	62
Tabel 3.40 Hasil Uji Normalitas .....	62
Tabel 3.41 Hasil Uji Multikolonieritas .....	63
Tabel 3.42 Hasil Uji Heteroskedastisitas .....	65
Tabel 3.43 Hasil Uji Regresi Linier Berganda.....	66
Tabel 3.44 Hasil Uji Parsial (Uji-t) .....	68
Tabel 3.45 Hasil Uji Simultan (Uji-F) .....	69
Tabel 3.46 Hasil Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	70
Tabel 3.47 Hasil Pengolahan Data .....	75

## LAMPIRAN-LAMPIRAN

Lampiran 1 : Pernyataan Keaslian Tulisan

Lampiran 2 : Matrik Penelitian

Lampiran 3 : Angket Penelitian

Lampiran 4 : Data Hasil Angket

Lampiran 5 : Data Hasil SPSS

Lampiran 6 : Surat Izin Penelitian Skripsi UIN Kiai Achmad Siddiq Jember

Lampiran 7 : Surat Keterangan Selesai Penelitian Dari Fath Production Jember

Lampiran 8 : Jurnal Kegiatan Penelitian

Lampiran 9 : Dokumentasi Penelitian

Lampiran 10 : Surat Keterangan Lulus Plagiasi

Lampiran 11 : Surat Keterangan Selesai Bimbingan Skripsi

Lampiran 12 : Biodata Penulis

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ  
J E M B E R

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang

Berhasil masuknya suatu produk pada pasar dan menghasilkan keuntungan menjadi harapan suatu perusahaan. Mengambil ini sebagai titik awal, perusahaan ingin menciptakan pelanggan yang bisa dipertahankan untuk waktu yang lebih lama dan selamanya. Namun, hal ini sangatlah sulit dan tidak mudah dengan adanya perubahan dari waktu ke waktu, termasuk perubahan pelanggan, selera dan aspek sosial pelanggan tertentu.

Tiap pelanggan mempunyai tingkah laku pembelian yang beragam, sebab konsumen bersumber dari bagian pasar yang berbeda-beda, dan tentunya mereka memiliki tata cara dan sikap yang berbeda dalam memperhitungkan sesuatu objek. Terdapatnya perbandingan kebutuhan serta kemauan pelanggan memunculkan sikap pembelian yang sangat unik. Dengan adanya keunikan tersebut, perusahaan perlu memahami perilaku pelanggannya agar produk yang nantinya akan ditawarkan dapat menarik pelanggan untuk membeli dalam masa periode yang lama.

Dengan terwujudnya pembelian ulang suatu produk pada perusahaan, maka akan berdampak pada terbentuknya loyalitas konsumen dalam jangka panjang. Loyalitas pelanggan itu sendiri berasal dari kepercayaan perusahaan itu sendiri.<sup>1</sup> Sehingga loyalitas memiliki suatu komitmen pelanggan untuk

---

<sup>1</sup> Felicia Laurent, "Pengaruh *E-Service Quality* terhadap Loyalitas Pelanggan Go-jek melalui Kepuasan Pelanggan", *Jurnal Agora*, Vol. 4, No. 2 (2016), 96.

terus berlangganan kembali pada sesuatu produk ataupun layanan yang dipilih sebagai fitur yang konsisten di masa mendatang.<sup>2</sup>

Hal ini sejalan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Andriani<sup>3</sup> terhadap loyalitas pelanggan, dengan mengambil tiga variabel tentang kualitas produk, layanan dan harga. Sedangkan pada penelitian ini, peneliti mengambil salah satu diantaranya sistem sewa, kualitas produk dan kualitas pelayanan sebagai variabel independen terhadap loyalitas pelanggan.

Loyalitas pelanggan dapat tercipta karena berbagai faktor yaitu sistem sewa, kualitas produk dan kualitas pelayanan. Pada pengertian sistem sewa sendiri merupakan sesuatu aktifitas penyediaan benda buat dipakai dalam masa tertentu, bersumber pada sesuatu perjanjian antara dua belah pihak ataupun lebih, yang pembayarannya dilakukan sesuai dengan apa yang telah dijanjikan.<sup>4</sup>

Dalam Islam, sewa disebut *al-ijarah*. *Al-ijarah* adalah tatanan yang diatur oleh hukum Islam. Secara etimologis, *ijarah* berarti “gaji” atau “imbalan”. Sementara itu, dari segi syarat-syaratnya adalah memperoleh manfaat dari suatu barang melalui penggantian dalam jangka waktu tertentu.<sup>5</sup>

---

<sup>2</sup> Katon Wisnu Bhagaskoro, “Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Loyalitas Pelanggan pada Terrace Cafe Yogyakarta”, (Skripsi, Universitas Sanata Dharma Yogyakarta, 2017), 20.

<sup>3</sup> Andrian, “Pengaruh Kualitas Produk, Layanan dan Harga terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi pada Warung Kopi Mini Coffee di Banda Aceh)”, (Skripsi, Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh, 2022), 2.

<sup>4</sup> Muhammad Arif, “Sistem Informasi Penyewaan Kamera pada CV. Dipo Creativindo berbasis Android”, (Skripsi, Universitas Semarang, 2020), 13.

<sup>5</sup> Puji Hastuti, “Penerapan Akad Ijarah pada Sistem Sewa Menyewa Sawah (Studi pada Desa Tanjung Agung Kecamatan Ulumusi Kabupaten Empat Lawang)”, (Skripsi, Universitas Islam Negeri Fatmawati Sukarno Bengkulu, 2022), 4.

Selain sistem sewa, produk yang berkualitas harus ditawarkan dengan baik untuk membangun loyalitas pelanggan. Suatu komoditi atau jasa dianggap sebagai produk yang berkualitas jika manfaatnya dapat memenuhi kebutuhan pelanggan dan tingkat standar kualitas yang dipenuhinya. Dengan demikian, barang yang berkualitas yang dapat memenuhi kebutuhan pelanggan akan dapat memberikan kepuasan kepada pembeli.<sup>6</sup>

Begitu pula pada pelayanan, loyalitas pelanggan juga dapat dikembangkan jika pelayanan dapatenuhi ataupun melebihi harapan pelanggan, serta mutu pelayanan wajib sesuai dan memuaskan. Layanan itu sendiri merupakan faktor berharga yang dapat membuat konsumen terkesan. Melalui pelayanan yang berkualitas, konsumen akan merasa keberadaannya benar-benar dibutuhkan dan diperhatikan.<sup>7</sup>

Kemajuan teknologi pada era globalisasi saat ini, juga terjadi pada produk kamera. Kamera terus mengalami inovasi, baik pada yang berada pada kamera telepon seluler (ponsel) maupun kamera digital. produk ini terus mengalami penyempurnaan seiring berkembangnya teknologi.

Seiring dengan perkembangan tersebut, sektor jasa memegang peranan penting dalam perekonomian Indonesia. Terutama dengan kebutuhan dan keinginan pelanggan yang semakin meningkat serta kebutuhan untuk mendapatkan pelayanan yang terbaik. Melihat realita dunia bisnis, banyak

---

<sup>6</sup> Andrian, "Pengaruh Kualitas Produk, Layanan dan Harga terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi pada Warung Kopi Mini Coffee di Banda Aceh)", (Skripsi, Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh, 2022), 2.

<sup>7</sup> Sanjaya, "Pengaruh *Brand Image* dan Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan Jasa Bisnis Transporasi", *Jurnal Online Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik (Jom Fisip)*, Vol. 03, No. 05 (Juni, 2016), 3.



sekali kegiatan di bidang jasa, termasuk jasa fotografi. Banyak jasa fotografi dengan lokasi tetap atau pekerjaan yang dipanggil atau tidak dipanggil di lokasi tetap mengetahui hal ini.

Industri jasa fotografi juga eksis di Kabupaten Jember. Persaingannya cukup kompetitif<sup>8</sup> sehingga penyedia jasa fotografi dituntut untuk membangun dan mengembangkan layanan berkualitas, baik pada produk jasa maupun sistem sewa yang diberlakukan. Adapun penyedia jasa fotografi di Kabupaten Jember ditunjukkan pada Tabel 1.1

**Tabel 1.1**  
**Penyedia Jasa Fotografi di Jember**

No.	Nama Jasa Fotografi
1.	AVS Production
2.	Studio 2 Jember
3.	Idola Photo
4.	DIG Photowork
5.	Hendrik Studio
6.	MSI Production
7.	KANZA Studio
8.	Recefer
9.	SIGMA Production
10.	UDIN Studio

Sumber: Fath Production, Tahun 2022

Tabel 1.1 menunjukkan persaingan yang ada dalam bisnis jasa fotografi di Jember. Sehingga, penyedia jasa harus menjaga loyalitas pelanggan untuk setiap bisnis, karena loyalitas pelanggan berperan sangat penting dalam perusahaan. Ketika pelanggan puas dan senang maka akan muncul keinginan pada diri pelanggan untuk terus berlangganan dan dapat juga menyarankan produk pada kerabat, sahabat dan orang-orang sekitar.

<sup>8</sup> Muhammad Fathol Bari, *wawancara*, Jember, 30 Maret 2023.

Dalam penelitian ini, Fath Production Jember merupakan salah satu penyedia jasa fotografi yang sudah berdiri selama dua puluh tujuh tahun di Kabupaten Jember. Dari sejumlah penyedia jasa fotografi, Fath Production merupakan salah satu yang mampu bertahan sekaligus mentor<sup>9</sup> bagi bisnis-bisnis baru yang bergerak pada bidang yang sama di Kabupaten Jember. Hal ini yang menjadi dasar dipilihnya Fath Production sebagai penelitian.

Merujuk latar belakang yang telah dijelaskan, maka judul yang ditetapkan pada penelitian ini adalah **“Pengaruh Sistem Sewa, Kualitas Produk, dan Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan di Fath Production Jember”**.

## **B. Rumusan Masalah**

Pokok bahasan penelitian yang menjadi rumusan masalah adalah:

1. Apakah sistem sewa berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan pada Fath Production Jember secara parsial?
2. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan pada Fath Production Jember secara parsial?
3. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan pada Fath Production Jember secara parsial?
4. Apakah sistem sewa, kualitas produk dan kualitas pelayanan berpengaruh secara simultan terhadap loyalitas pelanggan pada Fath Production Jember secara simultan?

---

<sup>9</sup> Muhammad Fathol Bari, *wawancara*, Jember, 30 Maret 2023.

### C. Tujuan Penelitian

Pada masalah sebelumnya, seperti yang tercantum di bawah ini, harus dirujuk dalam tujuan penelitian. Diantaranya yakni:

1. Menganalisis pengaruh sistem sewa terhadap loyalitas pelanggan pada Fath Production Jember secara parsial.
2. Menganalisis pengaruh kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan pada Fath Production Jember secara parsial.
3. Menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan pada Fath Production Jember secara parsial.
4. Menganalisis pengaruh sistem sewa, kualitas produk, dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan pada Fath Production Jember secara simultan.

### D. Manfaat Penelitian

Suatu pemberian yang akan diterima dalam penelitian setelah selesai yakni manfaat pada penelitian. Mengenai kasiat dalam penelitian ini, diantaranya :

1. Manfaat teoretis

Diharapkan pada hasil riset ini bisa memberikan pemikiran serta menambahkan pemikiran dan wawasan baru dalam penelitian tentang loyalitas pelanggan.

2. Manfaat praktis

- a. Bagi penulis

Sebagai sarana pembelajaran dan menambah pengetahuan serta pengalaman dalam proses riset dan penulisan tentang loyalitas pelanggan pada industri jasa fotografi.

b. Bagi UIN KHAS Kiai Haji Achmad Siddiq

Sebagai referensi bagi penelitian lebih lanjut terkait industri jasa fotografi sekaligus berkontribusi menambah kepustakaan UIN KHAS Jember.

c. Bagi Pemilik Jasa

Menjadi sarana dalam menambah ilmu pengetahuan, referensi maupun catatan untuk pemilik usaha jasa dalam meningkatkan kemampuan dalam mempertahankan pelanggan.

## E. Ruang Lingkup Penelitian

### 1. Variabel Penelitian

Segala sesuatu yang peneliti selidiki untuk mengumpulkan data dan informasi dari mana kesimpulan diturunkan yakni variabel pada penelitian.<sup>10</sup> Terdapat tiga variabel independen (X) serta satu variabel dependen (Y) dalam penelitian ini.

Berikut ini klarifikasi dari tiap-tiap variabel:

a. Variabel independen/variabel bebas (X)

Variabel independen/variabel bebas menyebabkan perubahan atau munculnya variabel dependen (terikat).<sup>11</sup> Terdapat tiga variabel independen diantaranya yakni:

X1 = Sistem Sewa

X2 = Kualitas Produk

X3 = Kualitas Pelayanan

<sup>10</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2016), 38.

<sup>11</sup> *Ibid.*, 39.

b. Variabel dependen/variabel terikat (Y)

Variabel yang dipengaruhi maupun dihasilkan dari variabel bebas disebut variabel terikat.<sup>12</sup> Dalam variabel dependen memiliki satu, yaitu:

$$Y = \text{Loyalitas Pelanggan}$$

2. Indikator Variabel

Setelah pemaparan variabel-variabel penelitian, selanjutnya disajikan indikator-indikator pada variabel. Pertanyaan akan didasarkan pada penanda empiris di masa depan pada persoalan dalam kuesioner, wawancara, serta observasi.<sup>13</sup>

Pada indikator pada penelitian ini terdapat pada Tabel 1.2

**Tabel 1.2**

**Indikator Variabel**

Variabel	Indikator	Sumber
Sistem Sewa (X1)	1. Barang sewa 2. Waktu sewa	Muhammad Alal Murotib. <sup>14</sup>
Kualitas Produk (X2)	1. Kinerja produk 2. Ciri-ciri produk 3. Keandalan 4. Kesesuaian 5. Keindahan produk 6. Ketahanan 7. Kesan kualitas 8. Kemampuan diperbaiki	Rosnaini Daga. <sup>15</sup>
Kualitas	1. Bukti fisik	Wiwik

<sup>12</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2016), 39.

<sup>13</sup> Tim Penyusun, *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah* (Jember: IAIN Jember Press, 2017), 38.

<sup>14</sup> Muhammad Alal Murotib, "Sistem Sewa Menyewa Kamera DSRL menurut UU No. 08 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (Studi Kasus di Kelurahan Sempusari Kecamatan Kaliwates Kabupaten Jember)", (Skripsi, UIN Kiai Haji Achmad Siddiq, 2021), 59.

<sup>15</sup> Rosnaini Daga, *Citra Kualitas Produk dan Kepuasan Pelanggan* (Makassar: Global Research and Consulting Institute, 2017), 39.

Pelayanan (X3)	2. Keadaan 3. Daya tanggap 4. Jaminan 5. Empati	Sulistiyowati. <sup>16</sup>
Loyalitas Pelanggan (Y)	1. Pembelian ulang 2. Kebiasaan menggunakan merek 3. Rasa suka yang besar terhadap merek 4. Tidak beralih, meskipun ada pilihan 5. Keyakinan jika merek tertentu yang terbaik 6. Mereferensikan merek tertentu kepada orang lain	Devin Sebhastyan. <sup>17</sup>

Sumber: Diolah Peneliti 2023.

## F. Definisi Operasional

### 1. Sistem sewa

Sistem sewa tersendiri merupakan suatu kegiatan dalam menyediakan barang untuk diambil manfaatnya dalam waktu tertentu, berdasarkan perjanjian yang melibatkan dua pihak ataupun lebih dengan melakukan transaksi sesuai dengan kesepakatan yang telah disanggupi.<sup>18</sup>

Dalam penelitian ini, yang dimaksudkan yakni sistem sewa yang diperlakukan oleh Fath Production kepada seluruh pelanggannya dengan memberikan sewa beberapa kamera digital seperti kamera video, kamera DCRL dan peralatan-peralatan pendukung lainnya. Dan lamanya waktu sewa yang disepakati.

<sup>16</sup> Wiwik Sulistiyowati, *Kualitas Layanan: Teori dan Aplikasinya* (Sidoarjo: Universitas Muhammadiyah Sidoarjo Press, 2018), 28.

<sup>17</sup> Devin Sebhastyan, "Pengaruh Kualitas Layanan dan Harga serta Fasilitas terhadap Loyalitas melalui Kepuasan Pelanggan Warna Indonesia Tour and Travel Jember", (Skripsi, Universitas Jember, 2017), 23.

<sup>18</sup> Muhammad Arif, "Sistem Informasi Penyewaan Kamera pada CV. Dipo Creativindo berbasis Android", (Skripsi, Universitas Semarang, 2020), 13.

## 2. Kualitas Produk

Kualitas produk yakni jenis benda ataupun jasa yang diukur berdasarkan tingkatan standar mutu dan cara kerja produk sehingga dapat memuaskan kebutuhan konsumen. Mutu produk yang baik hendak membuat pelanggan senang.<sup>19</sup>

Penelitian ini mengacu pada kualitas produk yang diperlakukan oleh Fath Production kepada seluruh pelanggannya dengan memberikan produk seperti hasil foto yang telah dicetak oleh Fath Production dan vandell.

## 3. Kualitas Pelayanan

Tujuan kualitas layanan adalah memberikan layanan sempurna buat penuhi kebutuhan pelanggan dengan membagikan layanan yang sesuai dengan produk untuk membuat mereka bahagia.<sup>20</sup>

Pada penelitian ini, kualitas pelayanan yang dimaksud yakni kualitas yang diperlakukan oleh Fath Production kepada seluruh pelanggannya dengan memberikan pelayanan yang sopan, pelayanan yang cepat tanggap, memberikan kenyamanan saat bekerja, peralatan kerja yang lengkap.

## 4. Loyalitas Pelanggan

Loyalitas pelanggan yaitu kecenderungan untuk membeli kembali barang ataupun jasa. Loyalitas pelanggan dalam jangka panjang akan

---

<sup>19</sup> Rosnaini Daga, *Citra Kualitas Produk dan Kepuasan Pelanggan* (Makassar: Global Research and Consulting Institute, 2017), 39.

<sup>20</sup> Wiwik Sulistiyowati, *Kualitas Layanan: Teori dan Aplikasinya* (Sidoarjo: Universitas Muhammadiyah Sidoarjo Press, 2018), 28.

dipengaruhi oleh kepuasan pelanggan sehingga menimbulkan suatu kepercayaan bisnis yang menghasilkan loyalitas pelanggan.<sup>21</sup>

Untuk loyalitas pelanggan tersebut pada penelitian ini yakni pelanggan yang terus menerus atau berkali-kali melakukan pembelian pada jasa Fath Production, dan memakai jasa Fath Production pada setiap momen terpenting pada seorang pelanggan.

### G. Asumsi Penelitian

Asumsi penelitian didasarkan pada asumsi mendasar, berfungsi sebagai landasan untuk penelitian dan diterima oleh peneliti. Peneliti harus membuat beberapa asumsi mendasar sebelum memulai pengumpulan data.<sup>22</sup> Loyalitas pelanggan pada Fath Production Jember diduga berpengaruh sebagian atau secara simultan oleh sistem sewa, kualitas produk, dan kualitas pelayanan dalam penelitian ini. Memahami hipotesis penelitian adalah tanggapan sementara terhadap suatu masalah.<sup>23</sup>

### H. Hipotesis

Dalam istilah sederhana, hipotesis yakni solusi sementara dari masalah penelitian, yang dinyatakan dalam satu kalimat tunggal, ringkas, dan mudah dipahami.<sup>24</sup> Untuk hipotesis dalam penelitian ini adalah :

1. H<sub>1</sub>: Sistem sewa berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan.

<sup>21</sup> Devin Sebhastyan, "Pengaruh Kualitas Layanan dan Harga serta Fasilitas terhadap Loyalitas melalui Kepuasan Pelanggan Warna Indonesia Tour and Travel Jember", (Skripsi, Universitas Jember, 2017), 22.

<sup>22</sup> Tim Penyusun, *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah* (Jember: IAIN Jember Press, 2017), 39.

<sup>23</sup> Sugiyono, *Statistika untuk Penelitian* (Bandung: Alfabeta, 2017), 85.

<sup>24</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (Bandung: Penerbit Alfabeta, 2016), 64.



Sejalan dengan penelitian terdahulu oleh Muhammad Alal Murotib<sup>25</sup> yang mengambil unsur sistem sewa menyewa kamera DSRL menurut UU No. 08 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. Sehingga peneliti mengambil hipotesis dalam penelitian ini yakni Sistem sewa berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan.

2. H<sub>2</sub> : Kualitas produk berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan.

Penelitian yang dilakukan oleh Agus Purnomo Sidi<sup>26</sup> menyatakan kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Dengan mempertahankan kualitas produk adalah cara terbaik dan efektif membangun rasa loyal dan senang dari pelanggan terhadap suatu produk.

3. H<sub>3</sub> : Kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan.

Sejalan dengan penelitian terdahulu oleh Intan Rurieta Anggarawati<sup>27</sup> dengan hipotesis kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Upaya meningkatkan kualitas pelayanan dibutuhkan sarana dan prasarana yang mendukung dalam proses pelayanan yang diberikan.

4. H<sub>4</sub> : Sistem sewa, kualitas produk dan kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan.

<sup>25</sup> Muhammad Alal Murotib, "Sistem Sewa Menyewa Kamera DSRL menurut UU No. 08 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (Studi Kasus di Kelurahan Sempusari Kecamatan Kaliwates Kabupaten Jember)", (Skripsi, UIN Kiai Haji Achmad Siddiq, 2021), 59.

<sup>26</sup> Agus Purnomo Sidi, "Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Dan Digital Marketing Terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi pada Pelanggan Kedai Hj. S Jl. Kesumba Kota Malang)", *Jurnal JIBEKA*, Vol. 12, No. 1 (2018). 4

<sup>27</sup> Ibid., 4.

Penelitian Lilik Trianah, Diah Pranitasari, dan Siti Zahrani Marich<sup>28</sup> menunjukkan kualitas produk dan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan. Adapun kualitas produk serta kualitas pelayanan adalah cara terbaik dan efektif membangun rasa loyal dari pelanggan terhadap suatu bisnis.

## I. Metode Penelitian

### 1. Pendekatan dan jenis penelitian

Pendekatan kuantitatif digunakan dalam penelitian ini. Menurut definisi penelitian kuantitatif, instrumen digunakan untuk mengumpulkan data dengan menggunakan metode penelitian berdasarkan firasat positivisme untuk meneliti populasi atau sampel tertentu. Tujuan analisis data kuantitatif/statistik ialah untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan sebelumnya.<sup>29</sup>

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah jenis penelitian deskriptif. Penelitian deskriptif yakni hanya melakukan analisis sampai taraf deskriptif saja, yang mana membedah dan memperkenalkan secara sistematis dapat mempermudah dalam memahami dan menyimpulkan. Hasil tersebut berdasarkan angka yang belum diteliti secara menyeluruh. Sebagian besar pengolahan data didasarkan pada persentase dan analisis kecenderungan.<sup>30</sup>

---

<sup>28</sup> Lilik Trianah, Diah Pranitasari, dan Siti Zahrani Marichs, "Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi Kasus Pelanggan D'Besto Mangun Jaya 2 Tambun Selatan)", *Jurnal STEI Ekonomi*, Vol. 26, No. 01 (2017), 115.

<sup>29</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (Bandung: Penerbit Alfabeta, 2016), 8.

<sup>30</sup> Sifuddin Azwar, *Metode Penelitian* (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2016), 6.

## 2. Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pelanggan Fath Production Kabupaten Jember. Mengenai metode pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu menggunakan *simple random sampling* yaitu metode pengambilan sampel dari populasi tanpa memperhatikan strata yang ada dan memberikan peluang yang sama kepada tiap anggota populasi buat dijadikan sampel.<sup>31</sup>

Populasi yang dimiliki oleh Fath Production Jember sebanyak 1.500 pelanggan yang tersebar di wilayah Jember. Dengan adanya populasi tersebut, maka peneliti mengambil sampel pada penelitian ini, yang mana ukuran sampel yang sesuai yaitu antara 100-200 sampel. Pada penggunaan angket atau kuesioner ditentukan berdasarkan jumlah indikator penelitian. Adapun jumlah sampel yaitu sama dengan jumlah indikator penelitian dikali 5 sampai dengan 10.<sup>32</sup> Peneliti memakai 21 indikator, maka jumlah sampel penelitian ini ditetapkan sebesar 105. Berikut ini perhitungan jumlah sampel:

$$\begin{aligned} \text{Sampel} &= \text{jumlah indikator} \times 5 \\ &= 21 \times 5 = 105 \text{ sampel} \end{aligned}$$

## 3. Teknik dan Instrumen Pengumpulan Data

Pengumpulan data/informasi merupakan proses riset yang standar serta sistematis untuk mendapatkan informasi yang akurat, valid dan juga

<sup>31</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (Bandung: Penerbit Alfabeta, 2016), 85.

<sup>32</sup> Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik* (Jakarta: Rineka Cipta, 2014), 143.

selaku perlengkapan penyusunan riset ini. Pada metode pengumpulan informai yang hendak dicoba yakni dengan *interview* (wawancara), kuesioner (angket) dan dokumentasi.

a. Wawancara

Wawancara dapat digunakan sebagai metode pengumpulan data jika peneliti ingin melakukan penyelidikan pendahuluan untuk mengidentifikasi suatu masalah. Peneliti juga dapat menggunakan wawancara untuk mempelajari informasi tambahan dari responden yang lebih mendalam, baik besar ataupun kecil.<sup>33</sup> Wawancara pada penelitian ini meliputi pemilik Fath Production Jember dan pelanggan Fath Production.

b. Kuesioner

Kuesioner yakni metode yang sangat tepat untuk mengumpulkan data ketika peneliti ingin mengidentifikasi secara jelas variabel yang akan diukur. Kuesioner dapat diberikan kepada responden secara langsung atau dikirim melalui pos, media, atau internet, dan teknik pengumpulan data melibatkan mengajukan pertanyaan kepada responden atau memberikan pernyataan tertulis untuk dijawab.<sup>34</sup>

Penyebaran kuesioner pada penelitian ini menggunakan skala Likert dalam bentuk pertanyaan atau pernyataan, skala pengukuran berfungsi sebagai tolok ukur indikator variabel. Skala Likert juga dikenal sebagai skala yang dijumlahkan (*summated scale*) yang pada

<sup>33</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (Bandung: Penerbit Alfabeta, 2016), 137.

<sup>34</sup> *Ibid.*, 142.

dasarnya adalah ordinal, Akan tetapi Skala Likert menjadi interval jika jarak skala sama besar atau konstan nilainya.<sup>35</sup>

Peneliti menggunakan skala Likert yang mempunyai gradasi pada jawaban setiap item *instrument* dari sangat positif sampai sangat negatif, yakni sebagai berikut: “sangat setuju”, “setuju”, “ragu-ragu”, “tidak setuju”, “sangat tidak setuju”.

#### c. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan suatu metode dengan menempatkan informasi tentang variabel atau hal-hal yang terdapat dalam catatan, transkrip, surat kabar, dan sumber lain yang sejenis. Metode dokumentasi digunakan oleh peneliti dalam penelitian ini untuk mengumpulkan data dan gambar yang diperlukan. Pada riset ini, metode dan *instrument* pengumpulan data penelitian yakni dengan melakukan penyebaran kuesioner kepada pelanggan Fath Production Jember sebagai salah satu cara dalam mengumpulkan data.

#### 4. Analisis Data

Pada metode ini, Peneliti menggunakan analisis regresi linier berganda untuk menganalisis data. Pengaruh variabel independen berganda (lebih dari satu) terhadap variabel dependen menjadi pokok bahasan pada analisis regresi linier berganda.<sup>36</sup> Analisis ini bertujuan untuk mengetahui sejauh mana loyalitas pelanggan dipengaruhi oleh sistem sewa, kualitas

<sup>35</sup> Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Mutivariate dengan Program IBM SPSS 25* (Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2018), 45.

<sup>36</sup> Suliyanto, *Ekonometrika Terapan: Teori dan Aplikasi dengan SPSS* (Yogyakarta: ANDI, 2011), 53.

produk, serta kualitas pelayanan. Dengan melihat data dan menganalisisnya, tujuannya yakni untuk membuat persepsi kurang lebih sama. Metode berikut akan dipakai untuk menganalisis data yang dikumpulkan untuk riset ini, diantaranya:

a. Uji Validitas

Uji validitas yaitu digunakan untuk mengetahui sah atau valid tidaknya pada daftar pertanyaan atau pernyataan dalam mendefinisikan suatu variabel. Instrument dianggap valid jika dapat menunjukkan alat ukur yang validitasnya tinggi, sebaliknya instrument tidak valid dan tidak akurat apabila validitas nilainya rendah.<sup>37</sup> Dengan memakai program komputer seperti SPSS (*Statistical Package For the Social Science*) tipe 25, peneliti melakukan uji validitas pada penelitian ini.

Dengan menggunakan SPSS untuk membandingkan korelasi antara  $r$  hitung dan  $r$  tabel.<sup>38</sup>

Apabila  $r$  hitung  $<$   $r$  tabel maka data tidak valid.

Apabila  $r$  hitung  $>$   $r$  tabel maka data valid.

b. Uji Reliabilitas

Metode untuk menakar kuesioner yang juga merupakan indikator variabel disebut reliabilitas. Reliabilitas tidak memperlakukan apa yang diukur, melainkan yang penting yakni seberapa akurat alat ukur dalam mengukurnya.<sup>39</sup> Pada suatu pengukuran dikatakan memiliki

<sup>37</sup> Agus Tri Basuki, *Penggunaan SPSS dalam Statistik* (Yogyakarta: Danisa Media, 2014), 65.

<sup>38</sup> Aminatus Zahriyah, *Ekonometrika Teknik dan Aplikasi dengan SPSS* (Jember: Mandala Press, 2018), 126.

<sup>39</sup> Edi Purwanto, *Metode Penelitian Kuantitatif* (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2016), 91.

reliabilitas yang baik jika hasil dari beberapa pengukuran kurang lebih sama.

Adapun aturan yang dipakai dalam menguji reliabilitas pada kuesioner penelitian ini yaitu memakai rumus koefisien *Cronbach Alpha*. Untuk kriteria penilaian uji reliabilitas jika memiliki *Cronbach Alpha*  $> 0,6$ . Pada reliabilitas rendah dari 0,6 atau 60% maka kurang baik, jika reliabilitas lebih dari 0,6 atau 60% maka dinyatakan baik.

### c. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik berguna dalam menentukan apakah hasil persamaan pada analisis regresi linier berganda selanjutnya memenuhi asumsi teoritis. Jika asumsi teoritis terpenuhi, persamaan analisis regresi berganda dapat digunakan untuk memprediksi nilai variabel independen atau dependen. Adapun uji asumsi klasik diantaranya yakni:

#### 1. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk melihat apakah variabel residual dalam model regresi berdistribusi normal. Selain itu juga untuk menentukan bagaimana distribusi data variabel yang akan dipakai dalam penelitian. Kriteria penerapan uji normalitas pada *Kolmogorov Smirnov* yakni:

Apabila  $\text{sig} > 0,05$  maka menunjukkan distribusi normal.

Apabila  $\text{sig} < 0,05$  maka menunjukkan distribusi tidak normal.

## 2. Uji Multikolinieritas

Pengujian ini berencana untuk mengetahui apakah model regresi ditemukan memiliki korelasi antar variabel independen. Masalah multikolinier muncul ketika ada korelasi. Seharusnya tidak ada korelasi antara variabel independen dalam model regresi yang baik. Pada besaran *tolerance* dan *variance inflation factor* (VIF) dapat dilihat dan digunakan untuk menentukan ada atau tidaknya multikolinearitas.

## 3. Uji Heteroskedastisitas

Asumsi ini bertujuan untuk menentukan apakah ada ketidaksamaan varian residual pada model regresi untuk semua pengamatan menyimpang dari asumsi klasik heteroskedastisitas.

Pada uji Glesjer ini, khususnya untuk menentukan apakah ada heteroskedastisitas. Dengan meregresikan variabel independen ke nilai mutlak residual, metode Glejser bisa digunakan buat memastikan terdapat ataupun tidaknya heteroskedastisitas.<sup>40</sup>

## d. Uji Regresi Linier berganda

Pada penelitian ini, peneliti menggunakan analisis regresi linier berganda untuk mengetahui apakah variabel independen/bebas (X) berpengaruh positif atau negatif terhadap variabel dependen/terikat (Y). Maka disini menggunakan bantuan SPSS Versi 25. Untuk melihat

---

<sup>40</sup> Aminatus Zahriyah, *Ekonometrika Teknik dan Aplikasi dengan SPSS* (Jember: Mandala Press, 2018), 83.



seberapa pengaruh koefisien variabel dependen terhadap variabel independen maka dapat dituliskan sebagai berikut:

$$Y = a + b_1 x_1 + b_2 x_2 + b_3 x_3 + e$$

Keterangan:

Y = Loyalitas Pelanggan

a = Konstanta

$b_1$  = Koefisien Sistem Sewa

$b_2$  = Koefisien Kualitas Produk

$b_3$  = Koefisien Kualitas Pelayanan

$x_1$  = Sistem Sewa

$x_2$  = Kualitas Produk

$x_3$  = Kualitas Pelayanan

e = Standar Error

e. Uji Hipotesis.

Signifikansi tiap-tiap variabel dependen yang terdapat dalam model ditentukan melalui pengujian hipotesis. Hipotesis yang akan diuji yakni:

#### 1. Uji Parsial (Uji-t)

Uji parsial (uji-t) dalam regresi linier berganda digunakan untuk menunjukkan apakah secara parsial variabel independen pengaruhi secara signifikan ataupun tidak terhadap variabel dependen. Untuk memastikan suatu taraf signifikansi, maka menggunakan 5% ( $\alpha=0,05$ ) atau tingkat keyakinan sebesar 0,95 karena tingkat kepentingan yang secara umum digunakan dalam penelitian dan

dianggap cukup untuk mengatasi hubungan antara variabel yang dimaksud.

Berikut ini adalah faktor-faktor yang menjadi keputusan:

- a. Jika  $\text{Sig} > 0,05$  maka  $H_0$  diterima.
- b. Jika  $\text{Sig} < 0,05$  maka  $H_0$  ditolak.

Selain itu dapat dilakukan perbandingan  $t$  hitung beserta  $t$  tabel sebagai berikut:

- a.  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima jika  $t$  hitung  $>$   $t$  tabel, yang menunjukkan bahwa variabel bebas ( $X$ ) mempunyai pengaruh terhadap variabel terikat ( $Y$ ).
- b.  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak jika  $t$  hitung  $<$   $t$  tabel, yang menunjukkan bahwa variabel bebas ( $X$ ) tidak mempunyai pengaruh terhadap variabel terikat ( $Y$ ).

## 2. Uji Simultan (Uji-F)

Uji F digunakan untuk mengetahui secara simultan apakah pengaruh variabel bebas ( $X$ ) signifikan terhadap variabel terikat ( $Y$ ).

Caranya adalah sebagai berikut:

$H_0$  : variabel independen secara simultan tidak berpengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen yaitu loyalitas pelanggan.

$H_a$  : variabel independen secara simultan berpengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen yaitu loyalitas pelanggan.

Dasar suatu pengambilan keputusan memakai angka probabilitas signifikan, yakni:

- a.  $H_0$  diterima apabila  $\text{Sig} > 0,05$ .
- b.  $H_0$  ditolak apabila  $\text{Sig} < 0,05$ .

Untuk cara yang selanjutnya yakni dengan membandingkan nilai  $F$  hitung dengan  $F$  tabel. Dasar pengambilannya sebagai berikut:

- a.  $H_0$  diterima jika  $F \text{ hitung} < F \text{ tabel}$ .
- b.  $H_0$  ditolak jika  $F \text{ tabel} > F \text{ hitung}$ .

### 3. Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Koefisien determinasi ( $R^2$ ) Bertujuan untuk dapat mengetahui persentase pada perubahan variabel bebas/dependen ( $X$ ) yang disebabkan oleh variabel terikat/independen ( $Y$ ). Pada intinya koefisien determinasi mengestimasi kapasitas variabel bebas (dependen) dalam memahami variabel terikat (independen). Persentase perubahan variabel terikat ( $Y$ ) yang disebabkan oleh variabel bebas ( $X$ ) lebih besar dan sebaliknya jika  $R^2$  mendekati 1 atau semakin besar.

Koefisien determinasi nilainya yakni antara 0 dan 1

$$(0 < R^2 < 1).$$

## J. Sistematika Pembahasan

Sistematika pembahasan memberikan garis besar alur pembahasan pada skripsi, yang diawali dengan bab pendahuluan dan dilanjutkan dengan bab penutup. Sub-bab berikut ini membahas penelitian yakni.:

BAB I Konteks pembahasan dalam bab ini yaitu rumusan masalah, tujuan dan manfaat, penjelasan definisi, hipotesis penelitian, metode penelitian dan sistematika pembahasan.

BAB II Tinjauan literatur, yang meliputi sepuluh penelitian sebelum dan kajian teori yang berfokus pada teori yang menjadi pedoman pada penelitian.

BAB III Pada bab ini menjelaskan tentang pengenalan informasi dan kajian yang mencakup penyajian data, analisis serta pembahasan temuan.

BAB IV Pada bagian bab ini berisi kesimpulan serta saran-saran.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI

KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ

J E M B E R

## BAB II

### KAJIAN KEPUSTAKAAN

#### A. Penelitian Terdahulu

Perbandingan dan referensi merupakan tujuan dari penelitian sebelumnya. Selain untuk menghindari salah tafsir kesamaan pada penelitian ini, maka dalam kajian pustaka peneliti memasukkan berbagai hasil penelitian sebelumnya dengan mengaitkan dengan penelitian yang hendak dilakukan sebagai berikut:

1. Felicia Laurent dari Universitas Kristen Petra pada Jurnal AGORA pada tahun 2016 dengan judul Pengaruh *E-Service Quality* terhadap Loyalitas Pelanggan Go-Jek melalui Kepuasan Pelanggan.<sup>41</sup>

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kuantitatif yang mana menekankan analisisnya pada data-data *numerica* (angka) yang diolah dengan metode statistika. Dengan menyebarkan 150 kuesioner online untuk mengumpulkan data yang kemudian diolah menggunakan SmartPLS, tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh kualitas *e-service quality* terhadap loyalitas pelanggan *gojek* melalui kepuasan pelanggan. Menurut temuan pada penelitian ini, jika *e-service quality* berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan.

Persamaannya yakni menggunakan loyalitas pelanggan sebagai variabel dependen dan menggunakan pendekatan kuantitatif. Sedangkan

---

<sup>41</sup> Felicia Laurent, "Pengaruh *E-Service Quality* terhadap Loyalitas Pelanggan Go-jek melalui Kepuasan Pelanggan", *Jurnal Agora*, Vol. 4, No. 2 (2016).

perbedaannya terletak pada variabel bebas yang berbeda serta subjek penelitiannya, yang mana penelitian ini pada *gojek*, sementara itu milik peneliti pada bidang jasa.

2. Utilasari dari Universitas Muhammadiyah Makassar pada tahun 2017 dengan judul skripsi Pengaruh Kualitas Pelayanan & Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan pada PT. Garuda Indonesia (PERSERO), Tbk. Cabang Makassar.<sup>42</sup>

Penelitian ini menggunakan jenis kuantitatif. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui loyalitas pelanggan pada PT. Garuda Indonesia (PERSERO), Tbk. Cabang Makassar dipengaruhi oleh kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan dengan mensosialisasikan 92 kuesioner. pada temuan penelitian ini, variabel sangat besar pengaruhnya terhadap loyalitas pelanggan ialah kepuasan pelanggan dengan hasil uji t sebesar 14,989 lebih tinggi dari variabel kualitas pelanggan dengan hasil uji t sebesar 2,537.

Dalam persamaannya yaitu sama-sama memakai variabel terikat loyalitas pelanggan, dan satu variabel bebas kualitas pelayanan. Sedangkan perbedaannya terlihat pada objek penelitian serta variabel bebas, yakni penelitian hanya memakai dua variabel bebas, sedangkan peneliti memakai tiga variabel bebas.

3. Katon Wisnu Bhagaskoro dari Universitas Sanata Dharma Yogyakarta pada tahun 2017 dengan skripsi berjudul Analisis Pengaruh Kualitas

---

<sup>42</sup> Utilasari, "Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan Pada PT. Garuda Indonesia (PERSERO), Tbk. Cabang Makassar", (Skripsi, Universitas Muhammadiyah Makassar, 2017).

Pelayanan & Harga terhadap Loyalitas Pelanggan pada Terrace Cafe Yogyakarta.<sup>43</sup>

Penelitian ini memakai judgment sampling sebagai metode pengambilan sampel dan pendekatan kuantitatif. Tujuan dari pengujian ini adalah untuk mengetahui hasil positif dari kualitas pelayanan dan harga terhadap loyalitas pelanggan. Loyalitas pelanggan berkorelasi positif dengan kualitas pelayanan, tetapi tidak dengan harga, menurut temuan penelitian. Persamaannya terletak pada variabel dependen yakni loyalitas pelanggan serta pendekatan kuantitatif. Sedangkan untuk perbedaannya pada variabel bebas, dan juga berbeda pada subjek penelitian.

4. Devin Sebhastyan dari Universitas Jember dengan judul skripsi Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga serta Fasilitas terhadap Loyalitas melalui Kepuasan Pelanggan Warna Indonesia Tour and Travel Jember pada tahun 2017.<sup>44</sup>

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan memanfaatkan penelitian dengan menggunakan *purposive sampling* untuk menyebarkan kuesioner kepada 100 orang. Tujuannya adalah untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan, fasilitas, harga terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan. Kepuasan pelanggan dengan Warna Indonesia Tour and Travel Jember pada dasarnya dipengaruhi oleh kualitas

<sup>43</sup> Katon Wisnu Bhagaskoro, “Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Terrace Cafe Yogyakarta”, (Skripsi, Universitas Sanata Dharma Yogyakarta, 2017).

<sup>44</sup> Devin Sebhastyan “Pengaruh Kualitas Layanan dan Harga serta Fasilitas terhadap Loyalitas melalui Kepuasan Pelanggan Warna Indonesia Tour and Travel Jember”, (Skripsi, Universitas Jember, 2017).

pelayanan, harga, serta fasilitas, sebagaimana ditunjukkan oleh temuan penelitian.

Persamaannya yaitu menggunakan pendekatan kuantitatif dan juga menggunakan variabel terikat loyalitas. Sedangkan perbedaannya terletak variabel bebas dan objek penelitian yaitu *tour* dan *travel* sedangkan peneliti pada bidang jasa fotografi

5. Gita Oktaviani pada 2019 dari Universitas Islam Riau dengan skripsi berjudul Pengaruh Kepuasan terhadap Loyalitas Pelanggan pada Jasa PT. Gita Rifa Express.<sup>45</sup>

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan dua variabel dan *purposive sampling* sebanyak 100 pelanggan sebagai metode pengambilan sampel di PT Gita Rifa Express, tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah kepuasan pelanggan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas. Temuan penelitian menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan sangat dipengaruhi. Untuk persamaannya yakni memakai variabel terikat loyalitas pelanggan serta pendekatan kuantitatif. Untuk perbedaannya terlihat pada variabel bebas yakni kepuasan, dan subjek penelitian.

6. Muhammad Arif dari Universitas Semarang pada tahun 2020 dengan judul skripsi Sistem Informasi Penyewaan Kamera pada CV. Dipo Creativindo Berbasis Android.<sup>46</sup>

<sup>45</sup> Gita Oktaviani, "Pengaruh Kepuasan terhadap Loyalitas Pelanggan pada Jasa PT. Gita Rifa Express", (Skripsi, Universitas Islam Riau, 2019).

<sup>46</sup> Muhammad Arif, "Sistem Informasi Penyewaan Kamera pada CV. Dipo Creativindo Berbasis Android", (Skripsi, Universitas Semarang, 2020).



Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif, dengan metode *waterfall* dengan diawali mengumpulkan data yang berhubungan dengan sistem yang akan dibangun. Kemudian melakukan analisis, yang diteruskan dengan mendesain sistem berdasarkan hasil analisis. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui sistem penyewaan. Hasil akhir dari penelitian dibuatnya sistem informasi penyewaan kamera untuk mempermudah *owner* dalam pengelolaan data penyewaan dan data barang.

Persamaannya yaitu menggunakan pendekatan kuantitatif serta satu variabel bebas sama-sama membahas tentang penyewaan. Sedangkan perbedaannya terletak di variabel terikat, serta subjek yang berbeda.

7. Andrian pada tahun 2020, dari Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh dengan skripsi berjudul Pengaruh Kualitas Produk, Layanan dan Harga terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi Pada Warung Kopi Mini Coffee di Banda Aceh).<sup>47</sup>

Riset ini memakai kuantitatif dengan jumlah sampel 102 orang responden. Tujuannya untuk melihat pengaruh kualitas produk, kualitas layanan dan harga terhadap loyalitas pelanggan pada warung kopi *mini coffee*. Hasil yang diperoleh yaitu kualitas produk mempunyai hubungan positif terhadap loyalitas pelanggan.

Persamaannya yakni memakai variabel terikat loyalitas pelanggan dan juga menggunakan pendekatan kuantitatif. Untuk perbedaan terletak pada 1 variabel bebas yakni harga dan juga berbeda pada subjek penelitian.

---

<sup>47</sup> Andrian, "Pengaruh Kualitas Produk, Layanan dan Harga terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi Pada Warung Kopi Mini Coffee di Banda Aceh)", (Skripsi, Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh, 2022).

8. Amriani, dari Universitas Muhammadiyah Makassar pada tahun 2020 dengan judul skripsi Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Konsumen pada PT. Pos Indonesia (PERSERO) Cabang Sungguminasa Kabupaten Gowa. Universitas Muhammadiyah Makassar.<sup>48</sup>

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan dua variabel dan teknik pengambilan menggunakan model interaktif dengan responden. Tujuannya untuk melihat sejauh mana pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas konsumen. Hasil dari penelitian mengatakan jika variabel kualitas pelayanan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen di PT. Pos Indonesia (PERSERO) Cabang Sungguminasa Kabupaten Gowa. Untuk kesamaannya terletak pada variabel terikat loyalitas pelanggan dan pendekatan kuantitatif yang digunakan. Sedangkan perbedaannya terletak pada subjek penelitian.

9. Muhammad Fadil dari Universitas Tribhuwana Tunggadewi Malang pada tahun 2021 dengan Pengaruh Promosi, Layanan & Lokasi terhadap Loyalitas Pelanggan *Champion* Futsal Cabang Tlogomas Malang”, Universitas Tribhuwana Tunggadewi Malang.<sup>49</sup>

Pendekatan yang dilakukan yakni kuantitatif, dengan metode penentuan representatif yang dipakai ialah metode sample penilaian dengan jumlah narasumber sejumlah 100 dengan metode kuesioner yang disebarakan ke seluruh responden. Tujuannya melihat pengaruh promosi,

<sup>48</sup> Amriani, “Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Konsumen pada PT. Pos Indonesia (PERSERO) Cabang Sungguminasa Kabupaten Gowa”, (Skripsi, Universitas Muhammadiyah Makassar, 2020).

<sup>49</sup> Muhammad Fadil, “Promosi, Layanan dan Lokasi terhadap Loyalitas Pelanggan *Champion* Futsal Cabang Tlogomas Malang”, (Skripsi, Universitas Tribhuwana Tunggadewi Malang, 2021).

layanan dan lokasi terhadap loyalitas pelanggan. Dan hasil menunjukkan promosi, layanan dan lokasi berdampak positif secara signifikan atas loyalitas pelanggan.

Persamaannya yaitu menggunakan pendekatan kuantitatif serta variabel terikat sama-sama menggunakan loyalitas pelanggan. Sedangkan perbedaannya terletak di variabel bebas, serta objek penelitian pada futsal sedangkan peneliti di bidang jasa.

10. Puji Hastuti dari UIN Fatmawati Soekarno Bengkulu dengan judul skripsi Penerapan Akad Ijarah pada Sistem Sewa Menyewa Sawah (Studi pada Desa Tanjung Agung Kecamatan Ulumusi Kabupaten Empat Lawang) pada tahun 2022.<sup>50</sup>

Penelitian ini berjenis kualitatif dengan jenis penelitian lapangan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui sistem penyewaan sawah pada desa tanjung agung, dan penerapan kontrak ijarah ke sistem penyewaan sawah di Desa Tanjung Agung. Dari hasil penelitian ini ditemukan bahwa sistem penyewaan sawah di Desa Tanjung Agung di lahan pertanian padi telah menjadi salah satu aktifitas yang dikerjakan antara pemilik lahan dan petani penyewa untuk mengelola tanah seproduktif mungkin.

Persamaannya yaitu sama-sama menggunakan variabel bebas yakni sistem sewa. Sedangkan perbedaannya terletak pada pendekatan yang menggunakan kualitatif sedangkan peneliti menggunakan kuantitatif dan subjek penelitian.

<sup>50</sup> Puji Hastuti, "Penerapan Akad Ijarah pada Sistem Sewa Menyewa Sawah (Studi pada Desa Tanjung Agung Kecamatan Ulumusi Kabupaten Empat Lawang)", (Skripsi, Universitas Islam Negeri Fatmawati Soekarno Bengkulu, 2022).

Pendekatan penelitian sebelumnya akan dipaparkan di bawah ini agar dapat memberikan gambaran yang lebih komprehensif dari permasalahan yang telah dibahas sebelumnya.

**Tabel 2.1**  
**Penelitian Terdahulu**

No	Nama, Tahun Penelitian	Judul Penelitian	Persamaan	Perbedaan
1.	Felicia Laurent 2016.	Pengaruh <i>E-Service Quality</i> Terhadap Loyalitas Pelanggan Go-jek Melalui Kepuasan Pelanggan.	Persamaannya menggunakan variabel terikat loyalitas pelanggan dan pendekatan menggunakan kuantitatif.	Perbedaannya terletak pada variabel bebas yang berbeda serta subjek penelitian, yang mana penelitian ini pada Go-jek, sedangkan peneliti di bidang jasa.
2.	Utilasaria 2017.	Pengaruh Kualitas Pelayanan & Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan pada PT. Garuda Indonesia (PERSERO), Tbk. Cabang Makassar	Persamaannya yaitu sama-sama menggunakan variabel terikat loyalitas pelanggan serta satu variabel bebas kualitas pelayanan	Perbedaannya terletak pada variabel bebas yakni penelitian menggunakan dua variabel bebas, sedangkan peneliti menggunakan tiga variabel bebas, dan objek penelitian
3.	Katon Wisnu Bhagaskoro 2017.	Analisis Pengaruh Kualitas Pelayan & Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Terrace Cafe Yogyakarta.	Persamaannya yaitu pada variabel terikatnya, yakni sama-sama menggunakan variabel terikat loyalitas pelanggan serta menggunakan metode penelitian kuantitatif	Perbedaannya yakni pada variabel bebas & bagian subjek penelitian.
4.	Devin Sebhastyan 2017.	Pengaruh Kualitas Pelayanan & Harga serta	Persamaannya yaitu menggunakan pendekatan	Perbedaannya terletak variabel bebas & objek penelitian

		Fasilitas terhadap Loyalitas melalui Kepuasan Pelanggan Warna Indonesia Tour and Travel Jember.	kuantitatif serta menggunakan variabel terikat loyalitas.	yaitu <i>tour</i> dan <i>travel</i> sedangkan peneliti pada bidang jasa fotografi
5.	Gita Oktaviani 2019.	Pengaruh Kepuasan terhadap Loyalitas Pelanggan pada Jasa PT. Gita Rifa Express	Persamaan yang ada pada penelitian ini sama-sama menggunakan kuantitatif & memakai variabel terikat loyalitas pelanggan	Perbedaannya terdapat pada variabel bebas serta berbeda pada subjek penelitian.
6.	Muhammad Arif 2020.	Sistem Informasi Penyewaan Kamera pada CV. Dipo Creativindo Berbasis Android.	Persamaannya yaitu menggunakan pendekatan kuantitatif serta 1 variabel bebas sama-sama membahas tentang penyewaan.	Perbedaannya terletak pada variabel terikat, serta subjek yang berbeda
7.	Andrian tahun 2020.	Pengaruh Kualitas Produk, Layanan & Harga terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi pada Warung Kopi Mini Coffee di Banda Aceh	Persamaannya pada penggunaan variabel terikat loyalitas pelanggan & pendekatan yang menggunakan kuantitatif.	Perbedaannya terletak pada 1 variabel bebas yakni harga serta subjek penelitian.
8.	Amriani tahun 2020.	Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Konsumen pada PT. Pos Indonesia (PERSERO) Cabang Sungguminasa Kabupaten Gowa	Persamaannya yaitu sama-sama menggunakan variabel terikat loyalitas pelanggan dan juga menggunakan pendekatan kuantitatif.	Perbedaannya terlihat pada subjek penelitian.
9.	Muhammad fadil 2021.	Pengaruh Promosi, Layanan & Lokasi terhadap Loyalitas	Persamaannya yaitu menggunakan pendekatan kuantitatif serta variabel terikat	Perbedaannya terletak pada variabel bebas, serta objek penelitian pada futsal sedangkan

		Pelanggan <i>Champion</i> Futsal Cabang Tlogomas Malang.	sama-sama menggunakan loyalitas pelanggan.	peneliti di bidang jasa.
10.	Puji Hastuti 2022.	Penerapan Akad Ijarah pada Sistema Sewa Menyewa Sawah (Studi pada Desa Tanjungr Agung Kecamatan Ulumusi Kabupaten Empat)	Persamaannya yaitu sama-sama menggunakan variabel bebas yakni sistem sewa.	Perbedaannya terletak pada pendekatan yang menggunakan kualitatif sedangkan peneliti menggunakan kuantitatif dan subjek penelitian.

Sumber: Data penelitian terdahulu yang diolah.

## B. Kajian Teori

### 1. Sistem sewa

Sewa menyewa didefinisikan sebagai “perjanjian dengan mana satu pihak mengikatkan diri untuk memberikan kepada pihak lain kenikmatan suatu barang untuk jangka waktu tertentu dan membayar suatu harga yang kemudian disetujui oleh pihak yang lain” dalam Pasal 1548 Kitab Undang-undang Hukum Perdata (KUH Perdata).<sup>51</sup>

Dari penjelasan tentang sewa tersebut, sistem sewa yakni mengambil manfaat suatu benda yang mana dalam hal *object* tidak berkurang dengan cara apa pun yang berpindah hanyalah manfaat dari *object* yang disewakan tersebut. Dalam hal ini manfaat barang dapat berupa kendaraan, rumah, barang, bahkan dapat pula berupa karya pribadi seperti pekerjaan. Sedangkan pada Kamus Ensiklopedi Umum, sewa-menyewa yakni jumlah

<sup>51</sup> Muhammad Alal Murotib, “Sistem Sewa Menyewa Kamera DSRL menurut UU No. 08 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (Studi Kasus di Kelurahan Sempusari Kecamatan Kaliwates Kabupaten Jember”, (Skripsi, UIN Kiai Haji Achmad Siddiq, 2021), 59.

uang yang harus dibayar oleh penyewa untuk penggunaan barang orang lain.<sup>52</sup>

Selain itu juga, kerangka persewaan adalah pihak yang menyewakan dan penyewa. Orang yang menyewakan barang atau jasa kepada penyewa adalah penyewa. Sedangkan orang yang menyewakan barang atau jasa kepada pihak yang menyewakannya adalah penyewa. Aturan pada sistem sewa berlaku untuk semua barang, baik bergerak maupun tidak bergerak.<sup>53</sup> Begitu pula orang-orang yang menggunakan waktu tertentu atau yang tidak menggunakan waktu tertentu, karena pengertian yang dimaksud adalah perjanjian dimana seseorang mengikatkan diri pada orang lain atau kedua pemain saling berjanji untuk melakukan suatu hal.

## 2. Kualitas Produk

Perusahaan akan selamanya berusaha untuk memuaskan para pelanggan dengan cara selalu berusaha menyediakan barang berkualitas tinggi. Produk yang berkualitas pastinya memiliki manfaat bagi pelanggannya. Produk yang berkualitas sangat diperlukan agar keinginan para pelanggan dapat terpenuhi.

Konsep suatu produk yakni bahwa pelanggan dominan memilih suatu produk yang memberikan karakteristik yang bermutu, berprestasi dan inovasi. Sehingga kualitas menjadi totalitas dan karakteristik keistimewaan suatu produk atau jasa yang ditentukan oleh kemampuannya

---

<sup>52</sup> Hasan, "Pola Sewa Menyewa di Desa Morella Kecamatan Leihitu Kabupaten Maluku Tengah Perspektif Hukum Islam", (Skripsi, IAIN Ambon, 2017), 8.

<sup>53</sup> Ibid., 15.

untuk memenuhi harapan pelanggan. Kualitas produk yakni suatu aspek yang perlu diperhatikan.<sup>54</sup>

Perusahaan dipaksa untuk menyediakan produk yang lebih menarik daripada pesaing mereka sebagai akibat dari persaingan merek baru-baru ini. Sehingga produk harus memiliki kualitas yang tinggi agar keinginan para pelanggan terpenuhi sesuai dengan harapan yang akan membuat pelanggan loyal terhadap produk tersebut.

Seorang ahli pengendalian kualitas tahun 1987 yakni David A. Garvin mengungkapkan bahwa ada delapan dimensi kualitas produk yang dapat diperhatikan oleh pemasar.<sup>55</sup> Delapan dimensi kualitas tersebut diantaranya yakni :

a. Kinerja Produk (*Performance*)

Saat melakukan pembelian, ini adalah manfaat dan pertimbangan yang paling signifikan. Sehingga kinerja merupakan karakteristik atau fungsi utama dalam suatu produk.

b. Ciri-ciri Produk (*Feature*)

*Feature* adalah elemen tambahan yang melengkapi keunggulan mendasar suatu barang. Fitur ini akan ditambahkan jika manfaat utama sudah standar. Ide ini untuk meningkatkan produk yang berkualitas jika pesaing tidak memilikinya.

---

<sup>54</sup> Andrian, "Pengaruh Kualitas Produk, Layanan dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi pada Warung Kopi Mini Coffee di Banda Aceh)", (Skripsi, Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh, 2022), 20.

<sup>55</sup> Rosnaini Daga, *Citra Kualitas Produk dan Kepuasan Pelanggan* (Makassar: Global Research and Consulting Institute, 2017), 39.



c. Keandalan (*Reliability*)

Kemampuan suatu produk untuk berfungsi secara memuaskan dalam kondisi tertentu dan pada waktu tertentu dikenal sebagai keandalan.

d. Kesesuaian (*Conformance*)

Kinerja produk dengan kesesuaian dengan standar yang diharapkan. Sehingga, setiap produk mempunyai standar yang harus dipenuhi.

e. Ketahanan (*Durability*)

Ketahanan menunjukkan waktu daya produk, yakni jumlah pemakaian sebelum produk diganti atau rusak. Dengan kata lain, semakin lama maka produk tersebut semakin awet.

f. Kemampuan diperbaiki (*Repairability*)

Kualitas produk dilihat dari kemampuan diperbaiki. Suatu produk jika berkualitas tinggi maka akan sangat mudah diperbaiki berbanding dengan produk yang sulit diperbaiki.

g. Keindahan produk (*Aesthetic*)

Hal ini berkaitan pada tampilan suatu produk sehingga pelanggan menyukainya. Tampilan suatu produk sering dilakukan dalam bentuk desain atau kemasan produk.

h. Kesan kualitas (*Perceived Quality*)

Dampak pada kualitas produk adalah dimensi yang terakhir. Ini menyangkut penilaian pelanggan terhadap merek, gambar, atau

promosi. Dan tentunya hal ini menyangkut berbagai aspek seperti kualitas produk dalam hal penampilan, elemen, daya tahan, dan lain-lain.

Kualitas produk termasuk dalam kumpulan karakteristik dan ciri-ciri dari barang yang memiliki keahlian untuk terpenuhinya suatu kebutuhan. Dan hal ini merupakan suatu penjelasan dari gabungan keandalan, kemudahan, ketelitian, perbaikan dan komponen-komponen lain dari suatu produk.<sup>56</sup>

### 3. Kualitas Pelayanan

Secara alami, perusahaan harus menawarkan layanan terbaik kepada pelanggan, termasuk ramah, tersenyum, dan memperlakukan mereka seperti raja. Pelanggan akan merasa puas ketika mendapatkan pelayanan yang baik; ketika pelanggan senang dengan layanan ini, mereka akan ingin kembali.

Contoh pemanfaatan pelanggan dan cara hidup mengharapkan perusahaan untuk menawarkan jenis bantuan yang berkualitas agar mampu mempertahankan dan tetap mendapat kepercayaan pelanggan. Kualitas pelayanan terpaku pada keinginan untuk melengkapi kebutuhan pelanggan dan memberikan layanan yang cepat untuk memenuhi harapan pelanggan.<sup>57</sup>

---

<sup>56</sup> Andrian, "Pengaruh Kualitas Produk, Layanan dan Harga terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi pada Warung Kopi Mini Coffee di Banda Aceh)", (Skripsi, Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh, 2022), 21.

<sup>57</sup> Kandida Indah Sola, "Pengaruh Harga Kualitas Produk dan Kualitas Layanan terhadap Loyalitas Pelanggan", (Skripsi, Universitas Sanata Dharma, 2017), 24.

Dengan demikian, terdapat lima aspek yang diurutkan sesuai tingkat kepentingan relatifnya<sup>58</sup> yaitu :

- a. Bukti fisik (*Tangibles*), yakni peralatan atau perlengkapan, fasilitas fisik, sumberdaya manusia, dan sarana komunikasi perusahaan.
- b. Keadaan (*Reliability*), yaitu kapasitas perusahaan untuk menawarkan jaminan dukungan dengan cara yang tepat, tepat, dan baik.
- c. Daya tanggap (*Responsiveness*), yakni kemauan dan kapasitas penyedia layanan untuk memberikan bantuan kepada pelanggan dan tanggapan yang cepat atas permintaan pelanggan.
- d. Jaminan (*Assurance*), mencakup pengetahuan, kesopanan karyawan, dan kapasitas untuk membentuk kepercayaan pada pelanggan.
- e. Empati (*Emphaty*), yaitu kemudahan membangun hubungan, kemahiran dalam komunikasi, perhatian individu, dan pemahaman kebutuhan pelanggan.

Manajemen kualitas yakni administrasi sebagai penyelidikan tentang bagaimana mempromosikan melalui inovasi dan individu yang bermanfaat bagi pelanggan. Seorang pelanggan kesulitan dalam mengevaluasi kualitas pelayanan dibandingkan kualitas barang.<sup>59</sup> Untuk lebih mengembangkan kualitas pelayanan, perusahaan pada bidang kualitas jasa saat ini membantu pertimbangan pusat kualitas seputar sistem bantuan 7P, seperti yang ditunjukkan pada tabel berikut :

<sup>58</sup> Wiwik Sulistiyowati, *Kualitas Layanan: Teori dan Aplikasinya* (Sidoarjo: Universitas Muhammadiyah Sidoarjo Press, 2018), 28.

<sup>59</sup> Vincent Gaspers, *Manajemen Kualitas dalam Industri Jasa* (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2012), 4.

**Tabel 2.2**  
**Keputusan Manajemen Kualitas**  
**berkaitan dengan Strategi Pelayanan 7P**

No.	Strategi Pelayanan 7P	Isu-isu Manajemen Kualitas
1.	Produk	a. Variasi dan model produk b. Spesifikasi kualitas produk c. Pengemasan produk d. Logo produk merek dagang dan persepsi publik
2.	Harga	a. Strategi penetapan harga tingkat dan target pasar b. Pemberian potongan harga, kupon hadiah c. Proses atau cara melakukan pembayaran
3.	Tempat	a. Penempatan produk dan administrasi b. Manajemen persediaan dan gudang c. Lokasi, fasilitas dan keamanan
4.	Promosi	a. Strategi pada promosi: target pasar, media promosi yang digunakan, agenda, durasi, dll. b. Penjualan pribadi dan secara langsung.
5.	Bukti Fisik	a. Tata letak perabot, topik, hiasan, kebersihan, pencahayaan, <i>service counters</i> , dll. b. Penampilan dan kesehatan karyawan.
6.	Proses	a. Deskripsi pekerjaan yang mendalam, manual, dan prosedur operasi. b. Sistem untuk tujuan masalah klien. c. Prosedur pelatihan sebagai bagian dari pekerjaan.
7.	Partisipan	a. Penjualan pribadi b. Pengumpulan pelayanan atau sistem pendukung individu dan standar perilaku

Sumber : Vincent Gaspers.<sup>60</sup>

#### 4. Loyalitas Pelanggan

Loyalitas di antara pelanggan terkait erat dengan bagaimana mereka bertindak terhadap produk atau layanan, membentuk suatu keyakinan yang menentukan apakah mereka akan membeli produk atau tidak. Berdasarkan pemahaman tersebut sangatlah jelas bahwa loyalitas pelanggan lebih

<sup>60</sup> Vincent Gaspers, *Manajemen Kualitas dalam Industri Jasa* (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2012), 6-7.

berkaitan dengan kecenderungan pelanggan untuk melakukan pembelian barang atau jasa selanjutnya.<sup>61</sup>

Ketergantungan pelanggan secara keseluruhan dapat dikatakan sebagai kesetiaan seseorang terhadap suatu barang, baik tenaga kerja maupun produk tertentu. Loyalitas adalah bukti pelanggan yang positif tentang bisnis dan merasa nyaman dengan perusahaan itu, sehingga setiap pelanggan memiliki basis loyalitas yang berbeda berdasarkan seberapa objektif mereka loyalitas bukan tentang tingkat pelanggan yang baru saja membeli produk atau layanan, tetapi kemauan pelanggan untuk membeli kembali produk yang dijual oleh perusahaan.<sup>62</sup>

Meskipun ada banyak merek pesaing yang menawarkan produk unggulan dari berbagai perspektif, pelanggan biasanya akan tetap setia melakukan pembelian dari merek tersebut. Terdapat empat macam loyalitas yang terlihat bila keterikatan rendah atau tinggi diklarifikasi silang dengan pola pembelian ulang.<sup>63</sup> Adapun jenis loyalitas pelanggan tersebut yaitu :

- a. Tanpa loyalitas adalah tahap tanpa loyalitas terjadi saat pembelian pada perilaku pelanggan tergolong lemah, sehingga pelanggan tidak dapat menunjukkan kesetiaan pada suatu produk maupun jasa tertentu. Pada

---

<sup>61</sup> Yulia Larasati Putri dan Hardi Utomo, “Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan dengan Kepuasan sebagai Variabel Intervening”, *Jurnal Among Makarti*, Vol. 10, No. 02 (2017), 76.

<sup>62</sup> Katon Wisnu Bhagaskoro, “Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Loyalitas Pelanggan pada Terrace Cafe Yogyakarta”, (Skripsi, Universitas Sanata Dharma Yogyakarta, 2017), 19.

<sup>63</sup> Devin Sebhastyan, “Pengaruh Kualitas Layanan dan Harga serta Fasilitas terhadap Loyalitas melalui Kepuasan Pelanggan Warna Indonesia Tour and Travel Jember”, (Skripsi, Universitas Jember, 2017), 22.

dasarnya, perusahaan harus menghindari tahap tanpa loyalitas ini, karena tidak akan menjadi konsumen yang loyal.

- b. Loyalitas yang lemah adalah jenis loyalitas yang lemah ini ditandai dengan keterikatan yang rendah dan pembelian berulang yang tinggi, itu biasanya mewujudkan dalam produk atau layanan yang digunakan secara konsisten.
- c. Loyalitas tersembunyi adalah suatu permintaan sehingga terjadi pembelian berulang yang relatif sedikit. Pelanggan dengan sikap ini juga dipengaruhi oleh berbagai faktor kontekstual.
- d. Loyalitas premium adalah suatu permintaan tinggi sehingga dilakukan kegiatan pembelian secara berulang-ulang.

Loyalitas pelanggan ialah ukuran yang kuat untuk mengantisipasi pengembangan transaksi dan loyalitas pelanggan juga ditandai dengan kelakuan pembelian yang stabil.<sup>64</sup>

Terdapat enam karakteristik loyalitas pelanggan yakni:

1. Pembelian ulang
2. Kebiasaan menggunakan merek
3. Rasa suka yang besar terhadap merek
4. Tidak beralih, meskipun ada pilihan
5. Keyakinan jika merek tertentu yang terbaik
6. Mereferensikan merek tertentu kepada orang lain

---

<sup>64</sup> Devin Sebhastyan, "Pengaruh Kualitas Layanan dan Harga serta Fasilitas terhadap Loyalitas melalui Kepuasan Pelanggan Warna Indonesia Tour and Travel Jember", (Skripsi, Universitas Jember, 2017), 23.

## BAB III

### PENYAJIAN DATA DAN ANALISIS

#### A. Gambaran Objek Penelitian

Objek pada penelitian ini merupakan usaha pribadi yang bergerak dibidang jasa fotografi yang dikenal dengan Fath Production Jember, yang didirikan oleh pada tahun 1997. Sebelum mendirikan usaha, Bapak Fathor diberikan tanggung jawab sebagai bagian dokumentasi oleh pimpinan pondok semasa sekolah, yang pada awalnya tidak tahu bagaimana mengoperasikan kamera saat itu. Dengan ditunjuknya Bapak Fathor kala itu, bertekatlaha pada diri beliau untuk mendalami cara memakai kamera secara otodidak. Sehingga, bertekatlaha pada diri beliau ingin membuka jasa fotografi di Jember saat lulus nanti.

Pada saat membuka usaha di tahun 1997, Bapak Fathor membeli kamera *second* dengan kualitas baik agar dapat mengembangkan usaha tersebut secara perlahan. Dari penghasilan tersebut, sedikit demi sedikit Bapak Fathor menabung agar dapat membeli kembali kamera baru yang berkualitas dan alat elektronik lainnya seperti komputer, kamera video dan alat-alat pendukung lainnya agar mempermudah dalam bekerja dan menghasilkan produk-produk yang berkualitas.

Dengan seiringnya waktu berjalan, Fath Production Jember mulai dikenal di wilayah Bapak Fathor tinggal, sekolah, lembaga dan beberapa masyarakat Jember. Berawal dari usaha milik pribadi, hingga bisa membantu orang-orang yang ingin belajar pada bidang jasa fotografi. Bapak Fathor

dikenal sebagai seorang guru yang membagikan ilmunya tanpa meminta imbalan,<sup>65</sup> beliau akan menolak dengan tegas jika hal itu terjadi. Murid yang Bapak Fathor didik selama ini juga sukses di bidang jasa khususnya yaitu bidang fotografi berkat ilmu yang disalurkaninya.

## B. Penyajian Data

### 1. Statistik Deskriptif

Dalam bagian ini peneliti akan membahas karakteristik responden yang berdasarkan jenis kelamin, usia, pendidikan terakhir, dan pekerjaan yang dimasukkan kedalam uji deskriptif. Penelitian ini dilakukan pada masyarakat Jember yang pernah memakai jasa Fath Production Jember minimal 2 kali dengan populasi 1.500<sup>66</sup> dengan pengambilan sampel pada responden sebanyak 105 responden. Data responden yang menggunakan jasa Fath Production Jember selama periode 2022-2023, berikut adalah gambaran deskriptif tentang responden.

#### a. Jenis Kelamin Responden

**Tabel 3.1**

#### **Jenis Kelamin Responden**

No.	Jenis Kelamin	Frekuensi	Persentase %
1.	Laki-laki	41	39%
2.	Perempuan	64	61%
Total		105	100%

Sumber: Data primer diolah tahun 2023

<sup>65</sup> Muhammad Fathol Bari, *wawancara*, Jember, 30 Maret 2023

<sup>66</sup> Hasil pengamatan, *wawancara*, Jember, 30 Maret 2023.



Merujuk informasi pada Tabel 3.1, terdapat 41 responden laki-laki (39%) dan 64 responden perempuan (61%) pada penelitian ini. Dengan demikian, ada 105 responden untuk penelitian ini.

b. Usia Responden

**Tabel 3.2**  
**Usia Responden**

No.	Usia	Frekuensi	Persentase %
1.	20-29 Tahun	37	35,2%
2.	30-39 Tahun	31	29,5%
3.	40-49 Tahun	27	25,7%
4.	>50 Tahun	10	9,5%
Total		105	100%

Sumber: Data Primer diolah 2023

Peneliti mengelompokkan menjadi empat jenis sebagai berikut 20-29 tahun sebanyak 37 orang (35,2%), 30-39 tahun terdapat 31 orang (29,5%), 40-49 tahun sebanyak 27 orang (25,7%), dan untuk >50 tahun terlihat 10 orang (9,5%).

c. Pendidikan Terakhir Responden

**Tabel 3.3**  
**Pendidikan Terakhir Responden**

No.	Pendidikan Terakhir	Frekuensi	Persentase %
1.	SD/SMP/SMA/SMK	52	49,5%
2.	D1/D3	5	4,8%
3.	D4/S1	45	42,9%
4.	S2/S3	3	2,9%
Total		105	100%

Sumber: Data Primer diolah tahun 2023

Mayoritas responden dari SD/SMP/SMS/SMK berpendidikan sebanyak 52 orang (49,5%), D1/D3 sebanyak 5 orang (4,8%), D4/S1 sebanyak 45 orang (24,9%), dan S2/S3 sebanyak 3 orang (2,9%).

d. Pekerjaan Responden

**Tabel 3.4**  
**Pekerjaan Responden**

No.	Pekerjaan	Frekuensi	Persentase %
1.	Guru	35	33,3%
2.	Swasta	24	22,9%
3.	Wiraswasta	24	22,9%
4.	Ibu Rumah Tangga	17	16,2%
5.	Lainnya	5	4,8%
Total		105	100%

Sumber: Data Primer diolah tahun 2023

Kemudian terdapat data perihal pekerjaan responden meliputi 35 orang (33,3%) sebagai guru, 24 orang (22,9%) sebagai swasta, sebanyak 24 orang (22,9%) sebagai wiraswasta, sebanyak 17 orang (4,8%) sebagai ibu rumah tangga, dan sebanyak 5 orang (4,8%) dengan profesi lainnya.

Untuk selanjutnya agar mengetahui bagaimana pandangan 105 responden terhadap setiap variabel sistem sewa, kualitas produk, kualitas pelayanan dan loyalitas pelanggan. Dalam menyajikan data tersebut, maka digunakan statistik deskriptif frekuensi terhadap hasil jawaban responden terhadap 30 pernyataan sebagai berikut:

## 1. Sistem Sewa

**Tabel 3.5**  
**Menyewakan Kamera dan Perlengkapan**

		Frequency	Percent
Valid	RAGU	7	6.7
	SETUJU	79	75.2
	SANGAT SETUJU	19	18.1
	Total	105	100.0

Sumber: Olah Data Kuesioner, 2023

Berpijak pada Tabel 3.5, dari 105 total responden tidak ditemukan jawaban tidak setuju dan sangat tidak setuju, 7 orang (6,7%) menjawab ragu, 79 orang (75,2%) menjawab setuju, 19 orang (18%) menjawab sangat setuju.

**Tabel 3.6**  
**Penyewaan Lengkap**

		Frequency	Percent
Valid	TIDAK SETUJU	3	2.9
	RAGU	25	23.8
	SETUJU	66	62.9
	SANGAT SETUJU	11	10.5
	Total	105	100.0

Sumber: Olah Data Kuesioner, 2023

Bersumber pada Tabel 3.6, dari 105 total responden tidak ditemukan jawaban sangat tidak setuju, 3 orang (2,9%) menjawab tidak setuju, 25 orang (23,8%) menjawab ragu, 66 orang (62,9%) menjawab setuju, 11 orang (10,5%) menjawab sangat setuju.

**Tabel 3.7**  
**Harga Sewa Terjangkau**

		Frequency	Percent
Valid	TIDAK SETUJU	6	5.7

RAGU	34	32.4
SETUJU	52	49.5
SANGAT SETUJU	13	12.4
Total	105	100.0

Sumber: Olah Data Kuesioner, 2023

Berpicu pada Tabel 3,7, dari 105 total responden tidak ditemukan jawaban sangat tidak setuju, 6 orang (5,7%) menjawab tidak setuju, 34 orang (32,4%) menjawab ragu, 52 orang (49,5%) menjawab setuju, 13 orang (12,4%) menjawab sangat setuju.

**Tabel 3.8**  
**Tingkat Kewaspadaan Menyewa**

		Frequency	Percent
Valid	TIDAK SETUJU	1	1.0
	RAGU	9	8.6
	SETUJU	74	70.5
	SANGAT SETUJU	21	20.0
	Total	105	100.0

Sumber: Olah Data Kuesioner, 2023

Terlihat pada Tabel 3.8, dari 105 responden yang menjawab sangat tidak setuju tidak ada satupun yang memberi jawaban tersebut, 1 (1%) responden menjawab tidak setuju, 9 (8,6%) responden menjawab ragu, 74 (70,5%) responden menjawab setuju, 21 (20%) responden menjawab sangat setuju.

**Tabel 3.9**  
**Pemeriksaan Sebelum Disewakan**

		Frequency	Percent
Valid	RAGU	6	5.7
	SETUJU	64	61.0
	SANGAT SETUJU	35	33.3
	Total	105	100.0

Sumber: Olah Data Kuesioner, 2023

Berlandaskan pada Tabel 3.9, tidak satu pun dari 105 responden yang menyatakan tidak setuju atau sangat tidak setuju, 6 (5,7%) responden menjawab ragu, 64 (61%) responden menjawab setuju, 35 (33,3%) responden menjawab sangat setuju.

**Tabel 3.10**  
**Pemeriksaan Kembali Setelah Menyewa**

		Frequency	Percent
Valid	RAGU	7	6.7
	SETUJU	65	61.9
	SANGAT SETUJU	33	31.4
	Total	105	100.0

Sumber: Olah Data Kuesioner, 2023

Penjelasan pada Tabel 3.10, tidak satu pun dari 105 responden yang menyatakan tidak setuju atau sangat tidak setuju, 7 (6,7%) responden menjawab ragu, 65 (61,9%) responden menjawab setuju, 33 (31,4%) responden menjawab sangat setuju.

**Tabel 3.11**  
**Jangka Waktu Penyewaan**

		Frequency	Percent
Valid	RAGU	4	3.8
	SETUJU	84	80.0
	SANGAT SETUJU	17	16.2
	Total	105	100.0

Sumber: Olah Data Kuesioner, 2023

Dilihat pada Tabel 3.11, dari 105 total responden tidak ditemukan jawaban tidak setuju dan sangat tidak setuju, 4 orang (3,8%) menjawab ragu, 84 orang (80%) menjawab setuju, 17 orang (16,2%) menjawab sangat setuju.

**Tabel 3.12**  
**Syarat Penyewaan Mudah Dipahami**

		Frequency	Percent
Valid	TIDAK SETUJU	1	1.0
	RAGU	7	6.7
	SETUJU	85	81.0
	SANGAT SETUJU	12	11.4
	Total	105	100.0

Sumber: Olah Data Kuesioner, 2023

Berdasarkan Tabel 3.12, dari 105 total responden tidak ditemukan jawaban sangat tidak setuju, 1 orang (1%) menjawab tidak setuju, 7 orang (6,7%) menjawab ragu, 85 orang (81%) menjawab setuju, 12 orang (11,4%) menjawab sangat setuju.

## 2. Kualitas Produk

**Tabel 3.13**  
**Kualitas Foto**

		Frequency	Percent
Valid	RAGU	10	9.5
	SETUJU	65	61.9
	SANGAT SETUJU	30	28.6
	Total	105	100.0

Sumber: Olah Data Kuesioner, 2023

Berpacu pada Tabel 3.13, dari 105 total responden tidak ditemukan jawaban tidak setuju serta sangat tidak setuju, 10 orang (9,5%) menjawab ragu, 65 orang (61,9%) menjawab setuju, 30 orang (28,6%) menjawab sangat setuju.

**Tabel 3.14**  
**Produk Sesuai dengan Permintaan**

		Frequency	Percent
Valid	TIDAK SETUJU	1	1.0
	RAGU	6	5.7

SETUJU	76	72.4
SANGAT SETUJU	22	21.0
Total	105	100.0

Sumber: Olah Data Kuesioner, 2023

Pada Tabel 3.14, dari 105 responden tidak ada satupun yang menjawab sangat tidak setuju, 1 (1%) responden menjawab tidak setuju, 6 (5,7%) responden menjawab ragu, 76 (72,4%) responden menjawab setuju, 22 (21%) responden menjawab sangat setuju.

**Tabel 3.15**  
**Produk untuk Beragam Kebutuhan**

		Frequency	Percent
Valid	RAGU	18	17.1
	SETUJU	70	66.7
	SANGAT SETUJU	17	16.2
	Total	105	100.0

Sumber: Olah Data Kuesioner, 2023

Berdasarkan Tabel 3.15 dari 105 total responden tidak ditemukan jawaban tidak setuju serta sangat tidak setuju, 18 orang (17,1%) menjawab ragu, 70 orang (66,7%) menjawab setuju, 17 orang (16,2%) menjawab sangat setuju.

**Tabel 3.16**  
**Produk Mengikuti Perkembangan Zaman Digital**

		Frequency	Percent
Valid	TIDAK SETUJU	1	1.0
	RAGU	9	8.6
	SETUJU	74	70.5
	SANGAT SETUJU	21	20.0
	Total	105	100.0

Sumber: Olah Data Kuesioner, 2023

Informasi pada Tabel 3.16, dari 105 tidak ada satupun responden menjawab sangat tidak setuju, 1 (1%) responden menjawab tidak setuju, 9 (8,6%) responden menjawab ragu, 74 (70,5%) responden menjawab setuju, 21 (20%) responden menjawab sangat setuju.

**Tabel 3.17**

**Produk Awet dalam Jangka Waktu Lama**

		Frequency	Percent
Valid	RAGU	7	6.7
	SETUJU	63	60.0
	SANGAT SETUJU	35	33.3
	Total	105	100.0

Sumber: Olah Data Kuesioner, 2023

Pada keterangan Tabel 3.17, dari 105 total responden tidak ditemukan jawaban tidak setuju serta sangat tidak setuju, 7 orang (6,7%) menjawab ragu, 63 orang (60%) menjawab setuju, 35 orang (33,3%) menjawab sangat setuju.

**Tabel 3.18**

**Produk dapat Diperbaiki**

		Frequency	Percent
Valid	RAGU	7	6.7
	SETUJU	65	61.9
	SANGAT SETUJU	33	31.4
	Total	105	100.0

Sumber: Olah Data Kuesioner, 2023

Informasi pada Tabel 3.18, dari 105 total responden tidak ditemukan jawaban tidak setuju dan sangat tidak setuju, 7 orang (6,7%) menjawab ragu, 65 orang (61,9%) menjawab setuju, 33 orang (31,4%) menjawab sangat setuju.



**Tabel 3.19**  
**Desain Memenuhi Selera Pelanggan**

		Frequency	Percent
Valid	TIDAK SETUJU	6	5.7
	RAGU	23	21.9
	SETUJU	48	45.7
	SANGAT SETUJU	28	26.7
	Total	105	2100.0

Sumber: Olah Data Kuesioner, 2023

Terpacu pada Tabel 3.19, dari 105 total responden tidak ditemukan jawaban sangat tidak setuju, 6 orang (5,7%) menjawab tidak setuju, 23 orang (21,9%) menjawab ragu, 48 orang (45,7%) menjawab setuju, 28 orang (26,7%) menjawab sangat setuju.

**Tabel 3.20**  
**Konsisten Mempertahankan Kualitas Produk**

		Frequency	Percent
Valid	TIDAK SETUJU	9	8.6
	RAGU	22	21.0
	SETUJU	53	50.5
	SANGAT SETUJU	21	20.0
	Total	105	100.0

Sumber: Olah Data Kuesioner, 2023

Keterangan pada Tabel 3.20, dari 105 total responden tidak ditemukan jawaban sangat tidak setuju, 9 orang (8,6%) menjawab tidak setuju, 22 orang (21%) menjawab ragu, 53 orang (50,5%) menjawab setuju, 21 orang (20%) menjawab sangat setuju.

### 3. Kualitas Pelayanan

**Tabel 3.21**  
**Perlengkapan Kerja Lengkap**

		Frequency	Percent
--	--	-----------	---------

Valid	TIDAK SETUJU	3	2.9
	RAGU	25	23.8
	SETUJU	66	62.9
	SANGAT SETUJU	11	10.5
	Total	105	100.0

Sumber: Olah Data Kuesioner, 2023

Berpacu pada Tabel 3.21, dari 105 total responden tidak ditemukan jawaban sangat tidak setuju, 3 orang (2,9%) menjawab tidak setuju, 25 orang (23,8%) menjawab ragu, 66 orang (62,9%) menjawab setuju, 11 orang (10,5%) menjawab sangat setuju.

**Tabel 3.22**  
**Informasi Jelas dan Mudah Dimengerti**

		Frequency	Percent
Valid	TIDAK SETUJU	1	1.0
	RAGU	15	14.3
	SETUJU	52	49.5
	SANGAT SETUJU	37	35.2
	Total	105	100.0

Sumber: Olah Data Kuesioner, 2023

Keterangan pada Tabel 3.22, dari 105 total responden tidak ditemukan jawaban sangat tidak setuju, 1 orang (1%) menjawab tidak setuju, 15 orang (14,3%) menjawab ragu, 52 orang (49,5%) menjawab setuju, 37 orang (35,2%) menjawab sangat setuju.

**Tabel 3.23**  
**Bersikap Sopan dan Ramah**

		Frequency	Percent
Valid	RAGU	13	12.4
	SETUJU	64	61.0
	SANGAT SETUJU	28	26.7
	Total	105	100.0

Sumber: Olah Data Kuesioner, 2023

Keterangan pada Tabel 3.23, dari 105 total responden tidak ditemukan jawaban tidak setuju dan sangat tidak setuju, 13 orang (12,4%) menjawab ragu, 64 orang (61%) menjawab setuju, 28 orang (26,7%) menjawab sangat setuju.

**Tabel 3.24**  
**Kenyamanan di Lokasi**

		Frequency	Percent
Valid	TIDAK SETUJU	1	1.0
	RAGU	9	8.6
	SETUJU	74	70.5
	SANGAT SETUJU	21	20.0
	Total	105	100.0

Sumber: Olah Data Kuesioner, 2023

Informasi di Tabel 3.24, dari 105 total responden tidak ditemukan jawaban sangat tidak setuju, 1 orang (1%) menjawab tidak setuju, 9 orang (8,6%) menjawab ragu, 74 orang (70,5%) menjawab setuju, 21 orang (20%) menjawab sangat setuju.

**Tabel 3.25**  
**Komunikasi Baik saat Bekerja**

		Frequency	Percent
Valid	RAGU	6	5.7
	SETUJU	64	61.0
	SANGAT SETUJU	35	33.3
	Total	105	100.0

Sumber: Olah Data Kuesioner, 2023

Keterangan pada Tabel 3.25, dari 105 tidak ada satupun responden yang menjawab sangat tidak setuju dan tidak setuju, 6 (5,7%) responden menjawab ragu, 64 (61%) responden menjawab setuju, 35 (33,3%) responden menjawab sangat setuju.

**Tabel 3.26**  
**Tanggap dalam Menghadapi Masalah**

		Frequency	Percent
Valid	RAGU	7	6.7
	SETUJU	65	61.9
	SANGAT SETUJU	33	31.4
	Total	105	100.0

Sumber: Olah Data Kuesioner, 2023

Berpacu pada Tabel 3.26, dari 105 total responden tidak ditemukan jawaban tidak setuju serta sangat tidak setuju, 7 orang (6,7%) menjawab ragu, 65 orang (61,9%) menjawab setuju, 33 orang (31,4%) menjawab sangat setuju.

**Tabel 3.27**  
**Tepat Waktu dalam Bekerja**

		Frequency	Percent
Valid	RAGU	4	3.8
	SETUJU	84	80.0
	SANGAT SETUJU	17	16.2
	Total	105	100.0

Sumber: Olah Data Kuesioner 2023

Berdasarkan Tabel 3.27, dari 105 total responden tidak ditemukan jawaban tidak setuju dan sangat tidak setuju, 4 orang (3,8%) menjawab ragu, 84 orang (80%) menjawab setuju, 17 orang (16,2%) menjawab sangat setuju.

**Tabel 3.28**  
**Penampilan Rapi dan Bersih**

		Frequency	Percent
Valid	TIDAK SETUJU	9	8.6
	RAGU	22	21.0
	SETUJU	53	50.5
	SANGAT SETUJU	21	20.0
	Total	105	100.0

Sumber: Olah Data Kuesioner 2023

Keterangan pada Tabel 3.28, dari 105 total responden tidak ditemukan jawaban sangat tidak setuju, 9 orang (8,6%) menjawab tidak setuju, 22 orang (21%) menjawab ragu, 53 orang (50,5%) menjawab setuju, 21 orang (20%) menjawab sangat setuju.

#### 4. Loyalitas Pelanggan

**Tabel 3.29**  
**Puas Atas Kinerja**

		Frequency	Percent
Valid	TIDAK SETUJU	1	1.0
	RAGU	4	3.8
	SETUJU	65	61.9
	SANGAT SETUJU	35	33.3
	Total	105	100.0

Sumber: Olah Data Kuesioner 2023

Informasi pada Tabel 3.29, dari 105 total responden tidak ditemukan jawaban sangat tidak setuju, 1 orang (1%) menjawab tidak setuju, 4 orang (3,8%) menjawab ragu, 65 orang (61,9%) menjawab setuju, 35 orang (33,3%) menjawab sangat setuju.

**Tabel 3.30**  
**Senang dengan Hasil Produk**

		Frequency	Percent
Valid	RAGU	17	16.2
	SETUJU	69	65.7
	SANGAT SETUJU	19	18.1
	Total	105	100.0

Sumber: Olah Data Kuesioner, 2023

Berkaitan pada Tabel 3.30, dari 105 tidak ada satupun yang menjawab sangat tidak setuju dan tidak setuju, 17 (16,2%) responden

menjawab ragu, 69 (65,7%) responden menjawab setuju, 19 (18,1%) responden menjawab sangat setuju.

**Tabel 3.31**  
**Pelayanan yang Nyaman**

		Frequency	Percent
Valid	RAGU	18	17.1
	SETUJU	70	66.7
	SANGAT SETUJU	17	16.2
	Total	105	100.0

Sumber: Olah Data Kuesioner, 2023

Keterangan pada Tabel 3.31, dari 105 tidak ada satupun yang menjawab sangat tidak setuju dan tidak setuju, 18 (17,1%) responden menjawab ragu, 70 (66,7%) responden menjawab setuju, 17 (16,2%) responden menjawab sangat setuju.

**Tabel 3.32**  
**Keinginan Kembali Memakai Jasa**

		Frequency	Percent
Valid	RAGU	5	4.8
	SETUJU	69	65.7
	SANGAT SETUJU	31	29.5
	Total	105	100.0

Sumber: Olah Data Kuesioner, 2023

Pemaparan pada Tabel 3.32, dari 105 total responden tidak ditemukan jawaban tidak setuju dan sangat tidak setuju, 5 orang (48%) menjawab ragu, 69 orang (65,7%) menjawab setuju, 31 orang (29,5%) menjawab sangat setuju.

**Tabel 3.33**  
**Merekomendasikan kepada Rekan, Saudara dan Kolega**

		Frequency	Percent
--	--	-----------	---------

Valid	RAGU	15	14.3
	SETUJU	64	61.0
	SANGAT SETUJU	26	24.8
	Total	105	100.0

Sumber: Olah Data Kuesioner, 2023

Informasi pada Tabel 3.33, dari 105 total responden tidak ditemukan jawaban tidak setuju dan sangat tidak setuju. Sebanyak 15 orang (14,3%) menjawab ragu, 64 orang (61%) menjawab setuju, 26 orang (24,8%) menjawab sangat setuju.

**Tabel 3.34**  
**Tidak Beralih ke Jasa Lain**

		Frequency	Percenti
Valid	TIDAK SETUJU	1	1.0
	RAGU	12	11.4
	SETUJU	63	60.0
	SANGAT SETUJU	29	27.6
	Total	105	100.0

Sumber: Olah Data Kuesioner, 2023

Terpacu pada Tabel 3.34, dari 105 total responden tidak ditemukan jawaban sangat tidak setuju, 1 orang (1%) menjawab tidak setuju, 12 orang (11,4%) menjawab ragu, 63 orang (60%) menjawab setuju, 29 orang (27,6%) menjawab sangat setuju.

## C. Analisis dan Pengujian Data

### 1. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk memutuskan apakah suatu instrumen dapat dipercaya atau tidak. Untuk mengetahui kelayakan daripada butir-butir pada *survei* yang dapat diketahui dengan melihat perbandingan pada  $r$  hitung dan  $r$  tabel. Dengan menggunakan program komputer seperti

SPSS (*Statistical Package For the Social Science*) tipe 25, peneliti melakukan uji validitas pada penelitian ini. Dengan menggunakan SPSS untuk membandingkan korelasi antara r hitung dan r tabel.<sup>67</sup>

Data tidak valid jika r hitung < r tabel

Data valid jika r hitung > r tabel

Dengan signifikansi 5% atau 0,5 dua arah pada penelitian ini sebesar 0,1918 yang didapatkan dari melihat ritabel *product moment* dengan besarnya *degree of freedom* (df)=n-2, n menjadi jumlah sampel sebesar 105, sehingga  $105-2=103$  dengan *alpha* 0,05 maka didapati r tabel sebesar 0,191.

**Tabel 3.35**  
**Uji Validitas**

Variabel	Item Pertanyaan	Corrected pertanyaan total correlation	R tabel	Ket.k
Sistem Sewa (X1)	X1p1	0,417	0,191	Valid
	X1p2	0,621	0,191	Valid
	X1p3	0,707	0,191	Valid
	X1p4	0,579	0,191	Valid
	X1p5	0,669	0,191	Valid
	X1p6	0,644	0,191	Valid
	X1p7	0,449	0,191	Valid
	X1p8	0,466	0,191	Valid
Kualitas Produk (X2)	X2p1	0,358	0,191	Valid
	X2p2	0,354	0,191	Valid
	X2p3	0,452	0,191	Valid
	X2p4	0,481	0,191	Valid
	X2p5	0,593	0,191	Valid
	X2p6	0,647	0,191	Valid
	X2p7	0,696	0,191	Valid
	X2p8	0,554	0,191	Valid
Kualitas Pelayanan	X3p1	0,393	0,191	Valid
	X3p2	0,553	0,191	Valid

<sup>67</sup> Aminatus Zahriyah, *Ekonometrika Teknik dan Aplikasi dengan SPSS* (Jember: Mandala Press, 2018), 99.



(X3)	X3p3	0,474	0,191	Valid
	X3p4	0,537	0,191	Valid
	X3p5	0,712	0,191	Valid
	X3p6	0,688	0,191	Valid
	X3p7	0,341	0,191	Valid
	X3p8	0,496	0,191	Valid
Loyalitas Pelanggan (Y)	Yp1	0,536	0,191	Valid
	Yp2	0,661	0,191	Valid
	Yp3	0,697	0,191	Valid
	Yp4	0,621	0,191	Valid
	Yp5	0,518	0,191	Valid
	Yp6	0,555	0,191	Valid

Sumber: Data diolah tahun 2023

Pada Tabel 3.35 pengujian validitas yang membuktikan jika pada setiap item pertanyaan pada semua variabel yaitu valid, karena seluruh butir pernyataan memiliki nilai  $r$  hitung lebih besar dibandingkan dengan hasil  $r$  tabel sebesar 0,191.

## 2. Uji Reliabilitas

Reliabilitas merupakan indikator seberapa konsisten temuan penelitian ketika pengukuran dilakukan dua kali atau lebih. Rumus koefisien *Cronbach Alpha* digunakan dalam penelitian ini untuk menguji reliabilitas kuesioner. Untuk kriteria penilaian uji reliabilitas apabila reliabilitas kurang dari 0,6 atau 60% maka kurang baik, jika reliabilitas lebih dari 0,6 atau 60% maka dikatakan baik.<sup>68</sup> Berikut perolehan dari uji reliabilitas:

**Tabel 3.36**

### **Hasil Uji Reliabilitas X1 (Sistem Sewa)**

#### **Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
------------------	--	------------

<sup>68</sup> Aminatus Zahriyah, *Ekonometrika Teknik dan Aplikasi dengan SPSS* (Jember: Mandala Press, 2018), 95.

.711	.707	8
------	------	---

Sumber: Data Primer, 2023

Seperti tabel diatas, nilai *Cronbach Alpha's* lebih besar dari 0,60.

Maka hasil menyatakan sistem sewa dianggap reliabel.

**Tabel 3.37**

**Hasil Uji Reliabilitas X2 (Kualitas Produk)**

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.613	.618	8

Sumber: Data Primer, 2023

Nilai *Cronbach Alpha* lebih besar dari 0,60 yang terlihat pada tabel di atas. Jadi hasil menyatakan bahwa kualitas barang dianggap reliabel.

**Tabel 3.38**

**Hasil Uji Reliabilitas X3 (Kualitas Pelayanan)**

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.607	.630	8

Sumber: Data Primer, 2023

Nilai *Cronbach Alpha* lebih besar dari 0,60, terlihat pada tabel di atas. Jadi hasil menyatakan bahwa kualitas pelayanan dinyatakan reliabel.

**Tabel 3.39**

**Hasil Uji Reliabilitas Y (Loyalitas Pelanggan)**

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.636	.641	6

Sumber: Data Primer, 2023

Seperti dari tabel diatas, nilai *Cronbach Alpha's* lebih besar dari 0,60. Maka hasil menyatakan loyalitas pelanggan dianggap reliabel.

### 3. Uji Asumsi Klasik

#### a. Uji Normalitas

Pada uji ini merupakan cara untuk melihat apakah suatu informasi biasanya disebarluaskan secara teratur. Data yang baik adalah data dengan distribusi normal yang jelas. Sehingga dalam pemeriksaan dapat diamati dengan menggunakan uji normalitas dari *Kolmogorov-Smirnov* dengan memastikan peredaran data sudah tersampaikan dengan baik atau tidak.<sup>69</sup> Berikut hasil uji normalitas menggunakan SPSS versi 25:

**Tabel 3.40**  
**Uji Normalitas**

#### One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		105
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.90011311
Most Extreme Differences	Absolute	.055
	Positive	.055
	Negative	-.053
Test Statistica		.055
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 <sup>c,d</sup>

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. This is a lower bound of the true significance.

Sumber: Hasil Pengolahan Data Primer, 2023.

<sup>69</sup> Aminatus Zahriyah, *Ekonometrika Teknik dan Aplikasi dengan SPSS* (Jember: Mandala Press, 2018), 61.

Berdasarkan hasil tersebut, dapat diketahui bahwa nilai dari *Asymp. Sig (2-tailed)* 0,200 yang dimana hal tersebut lebih besar dari 0,05. Maka bisa disimpulkan jika data tersebut berdistribusi normal.

#### b. Uji Multikolinearitas

Pengujian ini berencana untuk mengetahui apakah model regresi ditemukan memiliki korelasi antar variabel independen. Masalah multikolinier muncul ketika ada korelasi. Seharusnya tidak ada korelasi antara variabel independen dalam model regresi yang baik. Pada besaran *Tolerance* dan *Variance Inflation Factor (VIF)* dapat dilihat dan digunakan untuk menentukan ada atau tidaknya multikolinearitas.

Dengan ketentuan nilai *tolerance* diatas 0,1 dan VIF kurang dari 10 maka dinyatakan tidak terjadi multikolinieritas. Berikut ini hasil uji Multikolinearitas dengan SPSS 25:

**Tabel 3.41**  
**Uji Multikolinearitas**

Model		Coefficients <sup>a</sup>					Collinearity Statistics	
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Tolerance	VIF
	B	Std. Error	Beta.					
1 (Constant)	15.836	2.614		6.059	.000			
SISTEM SEWA	.349	.119	.435	2.923	.004	.362	2.760	
KUALITAS PRODUK	.405	.108	.519	3.738	.000	.416	2.405	
KUALITAS PELAYANAN	-.477	.153	-.588	-3.125	.002	.227	4.414	

a. Dependent Variable: LOYALITAS PELANGGAN

Sumber: Data diolah SPSS (terlampir).

Hasil nilai dari pemeriksaan Multikolinearitas diatas, menunjukkan jika nilai VIF dan *tolerance* pada regresi di penelitian ini tidak memiliki Multikolinearitas antar variabel independen. Nilai perhitungan VIF memperlihatkan nilai dibawah 10 dan untuk nilai *tolerance* di atas 0,1.

c. Uji Heteroskedastisitas

Tujuan uji heteroskedastisitas adalah untuk mengetahui ada tidaknya ketidaksamaan varian antar observasi dalam model regresi. Dalam uji heteroskedastisitas, peneliti menggunakan teknik Glejser. Data tidak menunjukkan tanda heteroskedastisitas jika nilai signifikansi antara variabel independen dan residual absolut lebih besar dari 0,05.<sup>70</sup> Tes heteroskedastisitas memberikan hasil sebagai berikut:

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ  
JEMBER

**Tabel 3.42**  
**Uji Heteroskedastisitas**

Model		Coefficients <sup>a</sup>				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-2.009	1.445		-1.391	.167
	SISTEM SEWA	.071	.066	.172	1.074	.285
	KUALITAS PRODUK	.001	.060	.003	.019	.985
	KUALITAS PELAYANAN	.038	.084	.090	.445	.658

a. Dependent Variable: abs\_RES

Sumber: Data diolah SPSS (terlampir).

<sup>70</sup> Aminatus Zahriyah, *Ekonometrika Teknik dan Aplikasi dengan SPSS* (Jember: Mandala Press, 2018), 83.

Dari hasil diatas dapat dilihat jika semua variabel-variabel independent mempunyai nilai Sig lebih besar dari 0,05. Maka dapat diambil kesimpulan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas.

#### 4. Analisis Regresi Linier Berganda

Peneliti menggunakan analisis regresi linier berganda untuk mengetahui apakah variabel independen/bebas (X) berpengaruh positif atau negatif terhadap variabel dependen/terikat (Y). Berikut penelitian ini akan melakukan pengujian analisis regresi linier berganda pada variabel-variabel Sistem Sewa (X1), Kualita Produk (X2), Kualitas Pelayanan (X3) terhadap Loyalitas Pelanggan (Y), untuk hasil pengolahan data sebagai berikut:

**Tabel 3.43**

#### Hasil Uji Regresi Linier Berganda

##### Coefficients<sup>a</sup>

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	15.836	2.614		6.059	.000
	SISTEM SEWA	.349	.119	.435	2.923	.004
	KUALITAS PRODUK	.405	.108	.519	3.738	.000
	KUALITAS PELAYANAN	-.477	.153	-.588	-3.125	.002

a. Dependent Variable: LOYALITAS PELANGGAN

Sumber: Hasil Pengolahan Data Primer, 2023.

Berikut hasil pengujian data yang diperoleh, maka persamaan regresi penelitian ini sebagai berikut:

$$Y : 15,836 + 0,349X_1 + 0,405X_2 - 0,477X_3 + e$$

Dari persamaan tersebut menunjukkan jika:

A (konstanta) = 15,836

X1 = Sistem Sewa

X2 = Kualitas Produk

X3 = Kualitas Pelayanan

e = Standar eror

dari pernyataan tersebut dapat dijelaskan suatu hubungan antara variable independen dengan variabel dependen, sebagai berikut:

- a. Konstanta (a) = 15,836 menunjukkan bahwa semua variabel dianggap konstanta, maka nilai loyalitas pelanggan sebesar 15,836.
- b. Nilai koefisien variabel sistem sewa (X1) sebesar 0,349 yang berarti setiap variabel sistem sewa jika mengalami kenaikan sebanyak 1, maka menghasilkan kenaikan jumlah pelanggan sebesar 0,349 dengan asumsi nilai variabel lain tetap. Dan disimpulkan jika sistem sewa berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan disebabkan oleh beberapa aspek yakni pada barang dan waktu sewa yang diberikan kepada pelanggan.
- c. Variabel kualitas produk (X2) adalah 0,405 yang artinya bahwa kualitas produk akan meningkat sebesar 0,405 untuk setiap kenaikan 1% dalam variabel kualitas produk dengan mengharapkan keuntungan dari faktor yang berbeda adalah tetap. Jadi kualitas barang berdampak pada loyalitas pelanggan karena ada beberapa bagian dalam barang yang menghasilkan barang berkualitas dan dapat diberikan kepada pelanggan.

d. Nilai koefisien sebesar  $-0,477$  pada variabel kualitas pelayanan ( $X_3$ ) yang menunjukkan bahwa setiap satuan variabel kualitas pelayanan yang naik akan menghasilkan penurunan sebesar  $-0,477$ . Memiliki nilai koefisien yang bertanda negatif, menunjukkan bahwa hubungan antara variabel loyalitas pelanggan dan kualitas pelayanan berlawanan satu sama lain. Akibatnya, variabel dependen akan semakin tinggi jika variabel independennya rendah, begitu pula sebaliknya.

## 5. Uji Hipotesis

### a. Uji Parsial (Uji-t)

Signifikansi hubungan antara variabel independen dan dependen dapat ditentukan dengan menggunakan uji-t. Berdasarkan suatu keputusan, yaitu  $H_0$  diterima jika signifikansinya lebih kecil dari  $0,05$  atau  $t$  hitung lebih besar dari  $t$  tabel. Dengan demikian, dapat ditarik kesimpulan bahwa variabel dependen secara signifikan dipengaruhi oleh variabel independen, begitu pula sebaliknya. Berikut adalah hasil pengujian dengan SPSS25.

**Tabel 3.44**

### Uji Parsial (Uji-t)

Model		Coefficients <sup>a</sup>				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	15.836	2.614		6.059	.000
	SISTEM SEWA	.349	.119	.435	2.923	.004
	KUALITAS PRODUK	.405	.108	.519	3.738	.000
	KUALITAS PELAYANAN	-.477	.153	-.588	-3.125	.002

a. Dependent Variable: LOYALITAS PELANGGAN



Sumber: Data diolah pada tahun 2023.

Berdasarkan data dari uji parsial pada tabel diatas, sebagai berikut:

1. Hasil variabel sistem sewa memiliki nilai  $t$  hitung  $2,923 > t$  tabel  $1,983$ , dengan nilai signifikansi  $0,004 < 0,05$  maka  $H_1$  diterima. Kemudian, pada titik itu muncul spekulasi bahwa variabel sistem sewa ( $X_1$ ) secara signifikansi berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan.
2. Hasil statistik uji parsial variabel kualitas produk menunjukkan nilai  $t$  hitung  $3,738 > t$  tabel  $1,983$ , dengan taraf signifikansi  $0,000 < 0,05$  yang menunjukkan bahwa  $H_2$  diterima. Oleh karena itu hipotesis mengenai variabel kualitas produk ( $X_2$ ) berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan.
3. Hasil uji  $t$  pada variabel kualitas pelayanan didapatkan nilai signifikansi sebesar  $0,002 < 0,05$  sehingga  $H_3$  diterima. Dengan demikian, hipotesis mengenai variabel kualitas pelayanan ( $X_3$ ) berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan.

b. Uji Simultan (Uji-F)

Uji simultan digunakan untuk memutuskan apakah faktor sistem sewa ( $X_1$ ), kualitas barang ( $X_2$ ), kualitas pelayanan ( $X_3$ ) memiliki dampak secara bersamaan pada loyalitas pelanggan ( $Y$ ).  $H_0$  ditolak jika nilai signifikansi  $< 0,05$  atau  $F$  hitung  $> F$  tabel. Output anova di bawah ini menunjukkan hasil tes simultan.:

**Tabel 3.45**  
**Uji Simultan (Uji-F)**

<b>ANOVA<sup>a</sup></b>						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	88.477	3	29.492	7.933	.000 <sup>b</sup>
	Residual	375.485	101	3.718		
	Total	463.962	104			

a. Dependent Variable: LOYALITAS PELANGGAN

b. Predictors: (Constant), KUALITAS PELAYANAN, KUALITAS PRODUK, SISTEM SEWA

Sumber: Data diolah tahun 2023.

Nilai F hitung yang berdasarkan hasil uji simultan (uji F) adalah 7,933 dengan F table (k:n-k) atau (3:105-3) = 3:102, yang menghasilkan F tabel 2,69. Maka dapat dijelaskan, F hitung sebesar 7,933 > 2,69 dengan signifikansi 0,000 < 0,005. Oleh karena itu, dapat ditarik kesimpulan bahwa sistem sewa, kualitas produk, dan kualitas layanan secara bersamaan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan.

#### 6. Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Koefisien determinasi ( $R^2$ ) bertujuan untuk dapat mengetahui seberapa besar kemampuan variabel bebas (dependen) dalam menjelaskan variabel terikat (independen). Untuk nilai Koefisien determinasi yaitu antara 0 dan 1. Hasil koefisien determinasi terdapat pada tabel berikut:

**Tabel 3.46**  
**Uji Koefisien Determinasi**

<b>Model Summary<sup>b</sup></b>				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.793 <sup>a</sup>	.629	.618	.71919

a. Predictors: (Constant), Sistem Sewa, Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan

b. Dependent Variable: Loyalitas Pelanggan

Sumber: Data diolah tahun 2023.

Pengujian koefisien determinasi pada tabel menunjukkan bahwa R square bernilai 0,629. Hal ini menunjukkan bahwa sistem sewa, kualitas produk, serta kualitas pelayanan dari variabel independen berpotensi mempengaruhi variabel dependen yaitu loyalitas pelanggan sebesar 62,9 persen, sedangkan variabel independen lainnya berpengaruh terhadap sisa loyalitas pelanggan sebesar 37,1 persen.

#### **D. Pembahasan**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh antara sistem sewa, kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan di Fath Production Jember.

##### **1. Pengaruh Sistem Sewa terhadap Loyalitas Pelanggan di Fath Production Jember**

Berdasarkan hasil penyajian dan analisis data, menunjukkan hal pada variabel sistem sewa memperoleh nilai t hitung sebesar  $2,923 > 1,983$  dengan signifikansi  $0,004 < 0,05$  sehingga menyatakan jika  $H_1$  diterima. Maka hipotesis  $H_1$  dapat diterima sesuai dengan hipotesis yang telah dirumuskan yang berarti secara parsial variabel sistem sewa berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas pelanggan di Fath Production Jember.

Sejalan dalam penyajian tersebut, peneliti menemukan pendataan yang dilakukan Fath Production tersebut mengikuti zaman yakni pendataan didalam komputer agar mempermudah pemilik dalam mendata siapa saja yang menyewa kamera dan alat pendukung lainnya. Sejalan dengan temuan tersebut, terdapat rukun ijarah menurut Jumhur Ulama ada 4 macam yaitu: 1. Orang yang berakad, 2. Sewa/imbalan, 3. Manfaat dan 4. Ijab dan qabul.<sup>71</sup>

Hal ini sejalan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Muhammad Alal Murotib dengan judul “Sistem Penyewaan Kamera DSRL sesuai dengan UU No. 08 Tahun 1999 tentang perlindungan konsumen (Studi Kasus di Desa Sempusari Kecamatan Kaliwates Kabupaten Jember)”. Hasil penelitian tersebut yakni mekanisme perjanjian sewa kamera DLSR dilakukan dengan perjanjian tidak tertulis yang mewajibkan penyewa memiliki KTP, KK, kartu pelajar, atau SIM sebagai jaminan. Setelah dilakukan pengecekan kondisi kamera sebelum dan sesudah disewa, serta melakukan upaya penertiban penyewa dengan denda keterlambatan pengembalian atau ganti rugi atas kerusakan penyewa.<sup>72</sup>

Pada penelitian ini sistem sewa yang diberikan sesuai pada dasar hukum pada Pasal 1548 Kitab Undang-Undang Hukum Perdata (KUH Perdata) menyatakan sebagai perjanjian di mana satu pihak berkomitmen

---

<sup>71</sup> Syaikh, Ariyadi, dan Norwili, *Fikih Muamalah Memahami Konsep dan Dialektika Kontemporer* (Yogyakarta: K- Media, 2017), 138.

<sup>72</sup> Muhammad Alal Murotib, “Sistem Sewa Menyewa Kamera DSRL menurut UU No. 08 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (Studi Kasus di Kelurahan Sempusari Kecamatan Kaliwates Kabupaten Jember)”, (Skripsi, UIN Kiai Haji Achmad Siddiq, 2021).

untuk memberikan pihak lain suatu barang untuk jumlah waktu yang telah ditentukan dan setuju untuk membayar harga yang telah ditentukan.

## **2. Pengaruh Kualitas Produk terhadap Loyalitas Pelanggan di Fath Production Jember**

Berdasarkan penyampaian data dan analisis data yang dilakukan peneliti sekarang, Temuan menunjukkan bahwa loyalitas pelanggan secara signifikan dipengaruhi oleh kualitas produk. Pada pemeriksaan informasi yang telah selesai, variabel kualitas produk mendapatkan nilai t hitung sebesar  $3,738 > t \text{ tabel } 1,983$ , dengan nilai signifikansi  $0,000 < 0,05$  sehingga beralasan  $H_2$  diterima.

Temuan pada Fath Production, yakni memberikan kualitas produk yang sesuai dengan delapan dimensi kualitas produk, akan tetapi ada beberapa dimensi yang menyatakan tidak setuju oleh pelanggan terhadap kualitas produk yakni pada ketahanan dan keindahan produk. Tetapi pelanggan tetap melakukan pembelian ulang pada jasa Fath Production Jember.

Dalam hal ini sesuai dengan referensi yang dikemukakan oleh Seorang ahli pengendalian kualitas tahun 1987 yakni David A. Garvin mengungkapkan bahwa ada delapan dimensi kualitas produk yang dapat diperhatikan oleh pemasar diantaranya kinerja produk, ciri-ciri produk, kehandalan, kesesuaian, ketahanan, kemampuan diperbaiki, keindahan produk, dan kesan kualitas.

Hal ini sejalan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Andrian dengan judul “Pengaruh Kualitas Produk, Layanan dan Harga terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi pada Warung Kopi Mini Coffee di Banda Aceh)” menunjukkan bagaimana loyalitas pelanggan dipengaruhi oleh variabel kualitas produk, dengan nilai t hitung sebesar 4,096 dan t tabel sebesar 1,660, menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan.<sup>73</sup>

### **3. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan di Fath Production Jember**

Penyajian dan analisis data peneliti saat ini menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan memiliki tingkat signifikansi  $0,002 < 0,05$  yang menunjukkan bahwa H3 diterima. Hipotesis yang telah dirumuskan menunjukkan bahwa sebagian variabel kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan di Fath Production Jember, sehingga hipotesis H3 dapat diterima. Sehingga dalam lima aspek dalam kualitas pelayanan pada Fath Production, dua diantaranya belum bisa memberikan kesan pada para pelanggan diantaranya yakni bukti fisik dan daya tanggap.

Lima aspek tersebut sesuai dengan referensi pada kualitas pelayanan yang dikemukakan Wiwik Sulistiyowati yang terdiri dari lima dimensi,

---

<sup>73</sup> Andrian, “Pengaruh Kualitas Produk, Layanan dan Harga terhadap Loyalitas Pelanggan.(Studi Pada Warung Kopi Mini Coffee di Banda Aceh)”, (Skripsi, Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh, 2022).

yaitu: Bukti fisik (*Tangibles*), Keadaan (*Reliability*), Daya tanggap (*Responsiveness*), Jaminan (*Assurance*) dan Empati (*Emphaty*).<sup>74</sup>

Sejalan dengan penelitian terdahulu oleh Florianus Neris dan Willy Tri Hardianto pada judul Analisis “Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap *Voice* (Ekspresi Ketidakpuasan) Masyarakat di Sektor Administrasi Kependidikan” menunjukkan bahwa dengan taraf signifikansi 0,000, variabel uji t variabel *tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *empathy* semuanya berpengaruh negatif dan signifikan terhadap *voice* (ekspresi ketidakpuasan). Akibatnya, variabel dependen akan semakin tinggi jika variabel independennya rendah, begitu pula sebaliknya.<sup>75</sup>

#### **4. Pengaruh Sistem Sewa, Kualitas Produk, dan Kualitas Pelayanan secara bersama-sama terhadap Loyalitas Pelanggan di Fath Production Jember**

Berdasarkan temuan pada penyajian data serta analisis data yang dilakukan peneliti saat ini, menunjukkan hasil pada tabel 3.45 uji F, diketahui bahwa hasil pada F hitung  $7,933 > 2,69$  dengan signifikansi  $0,000 < 0,005$  yang artinya H4 diterima sesuai dengan hipotesis yang dirumuskan yakni sistem sewa, kualitas produk, kualitas pelayanan secara bersama-sama (simultan) berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan di Fath Production Jember.

<sup>74</sup> Wiwik Sulistiyowati, *Kualitas Layanan: Teori dan Aplikasinya* (Sidoarjo: Universitas Muhammadiyah Sidoarjo Press, 2018), 28.

<sup>75</sup> Florianus Neris, dan Willy Tri Hardianto, “Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap *Voice* (Ekspresi Ketidakpuasan) Masyarakat di Sektor Administrasi Kependidikan”, *Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik*, Vol. 5, No. 2 (2017).

Dalam temuan ini peneliti menemukan ketertarikan pelanggan terhadap sistem sewa, kualitas produk dan kualitas pelayanan yang diberikan oleh Fath Production Jember. Para pelanggan memperlihatkan kepuasan, kesenangan, ketertarikan untuk kembali memakai jasa Fath Production Jember, yang kemudian merekomendasikan kepada orang lain atas kinerja Fath Production.

Enam karakteristik tersebut sesuai dengan referensi pada loyalitas pelanggan yang dikemukakan Devin Sebhastyan yakni: secara teratur melakukan pembelian ulang, kepuasan terhadap label, memberi referensi pada orang lain, melakukan pembelian produk atau jasa antar lini, tidak memiliki ketertarikan terhadap produk pesaing.

Sejalan dengan penelitian terdahulu yang diteliti oleh Utilasari dengan judul “Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan pada PT. Garuda Indonesia (PERSERO), Tbk. Cabang Makassar” menunjukkan bahwa hasil uji F menunjukkan nilai F yang ditentukan sebesar 133,432 dari F tabel sebesar 3,10 ( $133,432 > 3,10$ ) dengan signifikansi 0,000. Oleh karena itu, dapat dikatakan bahwa loyalitas pelanggan dipengaruhi secara signifikan oleh kualitas layanan dan kepuasan pelanggan secara bersamaan, dengan nilai probabilitas signifikan kurang dari 0,05 persen.<sup>76</sup>

Sedangkan untuk pengujian koefisien determinasi menunjukkan bahwa  $R^2$  bernilai 0,629. Hal ini memperlihatkan jika sistem sewa, kualitas

---

<sup>76</sup> Utilasari, “Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan pada PT. Garuda Indonesia (PERSERO), Tbk. Cabang Makassar”, (Skripsi, Universitas Muhammadiyah Makassar, Makassar, 2017).



produk, serta kualitas pelayanan dari variabel independen berpotensi mempengaruhi variabel dependen yaitu loyalitas pelanggan sebanyak 62,9 persen, sedangkan variabel independen lainnya berpengaruh terhadap sisa loyalitas pelanggan sebanyak 37,1 persen.

Dalam penelitian ini dapat dilihat, jika loyalitas merupakan bentuk komitmen pelanggan terhadap suatu merek yang tercemin dalam pembelian ulang yang konsisten. Bagi sebuah bisnis, pelanggan yang memiliki sikap loyal yang tinggi akan menjadi hal yang harus diperhatikan dan dijaga. Di tahap ini, kualitas produk serta kualitas pelayanan adalah cara terbaik dan efektif membangun rasa senang dan puas dari pelanggan terhadap suatu bisnis.

**Tabel 3.47**  
**Hasil Pengolahan Data**

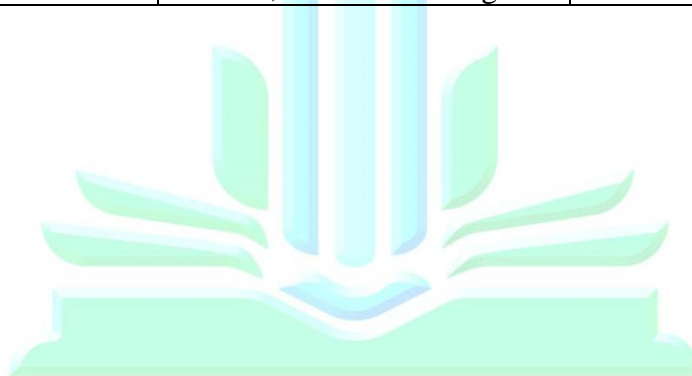
Hasil Pengolahan Data	Kajian Teori	Penelitian Terdahulu
Sistem Sewa	Fath Production Jember menyewakan kamera dengan melakukan pendataan di computer yang selaras dengan rukun ijarah. <sup>77</sup>	Sejalan dengan penelitian Muhammad Alal Murotib. <sup>78</sup>
Kualitas Produk	Dari delapan dimensi kualitas produk, ada dua diantaranya yang tidak didapatkan oleh pelanggan yakni ketahanan dan keindahan produk. Akan tetapi produk dari Fath Production diterima dengan baik oleh pelanggan sehingga masih melakukan pembelian ulang pada produk tersebut. <sup>79</sup>	Sejalan dengan penelitian Andrian. <sup>80</sup>

<sup>77</sup> Syaikh, Ariyadi, dan Norwili, *Fikih Muamalah Memahami Konsep dan Dialektika Kontemporer* (Yogyakarta: K- Media, 2017).

<sup>78</sup> Muhammad Alal Murotib, "Sistem Sewa Menyewa Kamera DSRL menurut UU No. 08 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (Studi Kasus di Kelurahan Sempusari Kecamatan Kaliwates Kabupaten Jember)", (Skripsi, UIN Kiai Haji Achmad Siddiq, 2021).

<sup>79</sup> Rosnaini Daga, *Citra Kualitas Produk dan Kepuasan Pelanggan* (Makassar: Global Research and Consulting Institute, 2017).

Kualitas Pelayanan	Dari lima aspek dalam kualitas pelayanan pada Fath Production, dua diantaranya belum bisa memberikan kesan pada para pelanggan diantaranya yakni bukti fisik dan daya tanggap. <sup>81</sup>	Sejalan dengan penelitian Amriani. <sup>82</sup>
Loyalitas Pelanggan	Pelanggan Fath Production Jember banyak melakukan pembelian ulang atau memakai jasa tersebut, dan merekomendasikan kepada saudara, teman dan kolega <sup>83</sup>	Sejalan dengan penelitian Utilasari. <sup>84</sup>



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ  
J E M B E R

<sup>80</sup> Andrian, "Pengaruh Kualitas Produk, Layanan dan Harga terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi Pada Warung Kopi Mini Coffee di Banda Aceh)", (Skripsi, Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh, 2022).

<sup>81</sup> Wiwik Sulistiyowati, *Kualitas Layanan: Teori dan Aplikasinya* (Sidoarjo: Universitas Muhammadiyah Sidoarjo Press, 2018).

<sup>82</sup> Amriani, "Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Konsumen pada PT. Pos Indonesia (PERSERO) Cabang Sungguminasa Kabupaten Gowa", (Skripsi, Universitas Muhammadiyah Makassar, 2020).

<sup>83</sup> Devin Sebhastyan, "Pengaruh Kualitas Layanan dan Harga serta Fasilitas terhadap Loyalitas melalui Kepuasan Pelanggan Warna Indonesia Tour and Travel Jember", (Skripsi, Universitas Jember, 2017).

<sup>84</sup> Utilasari, "Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan pada PT. Garuda Indonesia (PERSERO), Tbk. Cabang Makassar", (Skripsi, Universitas Muhammadiyah Makassar, Makassar, 2017).

## **BAB IV**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

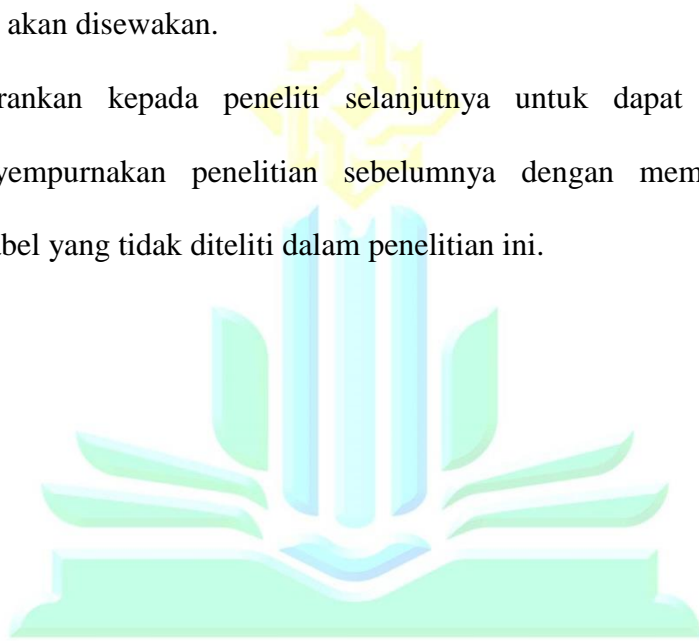
Kesimpulan pada penelitian ini berdasarkan analisis data dan pembahasan dengan judul “Pengaruh Sistem Sewa, Kualitas Produk, dan Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan di Fath Production Jember” sebagai berikut:

1. Hasil uji t menunjukkan bahwa sistem sewa secara parsial berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan, dengan hasil  $t_{hitung} > t_{tabel}$  ( $2,923 > 1,983$ ) dengan signifikansi ( $0,004 < 0,05$ ).
2. Hasil uji t menunjukkan bahwa kualitas produk secara parsial berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan, dengan hasil  $t_{hitung} > t_{tabel}$  ( $3,738 > 1,983$ ) dengan probabilitas signifikansi ( $0,000 < 0,05$ ).
3. Hasil uji t menunjukkan bahwa kualitas pelayanan secara parsial berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan, dengan hasil probabilitas signifikansi ( $0,000 < 0,05$ ).
4. Hasil uji F menunjukkan sistem sewa, kualitas produk dan kualitas pelayanan secara simultan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan. Dengan hasil nilai F hitung sebesar  $7,933 > 2,69$  dengan signifikansi  $0,000 < 0,005$ .

#### **B. Saran**

Berdasarkan hasil penelitian, serta kesimpulan yang telah diuraikan, sebagai peneliti memberikan saran-saran sebagai berikut:

1. Bagi pemilik Fath Production Jember, penulis menyarankan agar lebih ditingkatkan kembali dalam menjaga kualitas produk dan pelayanan terhadap pelanggan, dan untuk penyewaan barang agar diperbanyak kembali barang yang akan disewakan.
2. Disarankan kepada peneliti selanjutnya untuk dapat memperbaiki dan menyempurnakan penelitian sebelumnya dengan memasukkan variabel-variabel yang tidak diteliti dalam penelitian ini.



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ  
J E M B E R

## DAFTAR PUSTAKA

- Arif, Muhammad. 2020. "Sistem Informasi Penyewaan Kamera pada CV. Dipo Creativindo berbasis Android". Skripsi, Universitas Semarang, Semarang.
- Andrian. 2022. "Pengaruh Kualitas Produk, Layanan dan Harga terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi pada WarungKopi Mini Coffee di Banda Aceh)". Skripsi, Universitas Islam Negeri Ar-Raniry, Banda Aceh.
- Amriani. 2020. "Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Konsumen pada PT. Pos Indonesia (PERSERO) Cabang Sungguminasa Kabupaten Gowa". Skripsi, Universitas Muhammadiyah, Makassar.
- Azwar, Sifuddin. 2016. *Metode Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Arikunto, Suharsimi. 2014 *Prosedur Penelitian (Suatu Pendekatan Praktek)*. Jakarta: Rajawali.
- Basuki, Agus Tri. 2014. *Penggunaan SPSS dalam Statistik*. Yogyakarta: Danisa Media.
- Bhagaskoro, Wisnu Katon. 2017. "Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Loyalitas Pelanggan pada Terrace Cafe Yogyakarta". Skripsi, Universitas Sanata Dharma, Yogyakarta.
- Depdiknas RI. 2002. *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Jakarta: Balai Pustaka.
- Daga, Rosnaini. 2017. *Citra Kualitas Produk Dan Kepuasan Pelanggan*. Makassar: Global Research and Consulting Institute.
- Fadil, Muhammad. 2021. "Promosi, Layanan dan Lokasi terhadap Loyalitas Pelanggan Champion Futsal Cabang Tlogomas Malang". Skripsi, Universitas Tribhuwana Tungadewi, Malang.
- Gaspers, Vincent. 2012. *Manajemen Kualitas dalam Industry Jasa*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Ghazali, Imam. 2011. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Hastuti, Puji. 2022. "Penerapan Akad Ijarah pada Sistem Sewa Menyewa Sawah (Studi pada Desa Tanjung Agung Kecamatan Ulumusi Kabupaten Empat Lawang)". Skripsi, Universitas Islam Negeri Fatmawati Sukarno, Bengkulu.

- Hasan. 2017. "Pola Sewa Menyewa di Desa Morella Kecamatan Leihitu Kabupaten Maluku Tengah Perspektif Hukum Islam". Skripsi, IAIN. Ambon.
- Kementerian Agama Republik Indonesia, 2014. *Al-Qur'an Tajwid dan Terjemahan*. QS. Al-Qasas, 26.
- Kementerian Agama Indonesia, 2019. *Al-Qur'an Tajwid dan Terjemahan*. QS. Az-Zalzalah, 7
- Laurent, Felicia. 2016. "Pengaruh E-Service Quality terhadap Loyalitas Pelanggan Go-jek melalui Kepuasan Pelanggan". *Jurnal Agora*. Vol. 4, No. 2: 95-100
- Murotib, Alal Muhammad. 2021. "Sistem Sewa Menyewa Kamera DSRL menurut UU No. 08 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (Studi Kasus di Kelurahan Sempusari Kecamatan Kaliwates Kabupaten Jember)". Skripsi, UIN Kiai Haji Achmad Siddiq, Jember.
- Nazir. 2009. *Metode Penelitian*. Bogor: Ghalia Indonesia
- Oktaviani, Gita. 2019. "Pengaruh Kepuasan terhadap Loyalitas Pelanggan pada Jasa PT. Gita Rifa Express". Skripsi, Universitas Islam Riau, Riau.
- Putri, Yulia Larasati, dan Utomo Hardi. 2017. "Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan dengan Kepuasan sebagai Variabel Intervening". *Jurnal Among Makarti*, Vol. 10, No. 19: 70-90.
- Purwanto, Edi. 2020. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Yogyakarta: IKAPI.
- Priyato, Dwi. 2013. *Analisis Korelasi, Regresi dan Multivariate dengan SPSS*. Yogyakarta: Gava Media.
- Syaikhu, Ariyadi, dan Norwili. 2017. *Fikih Muamalah Memahami Konsep dan Dialektika Kontemporer*. Yogyakarta: K- Media.
- Sanjaya. 2016. "Pengaruh Brand Image dan Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan Jasa Bisnis Transpormasi". *Jurnal Online Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik (Jom Fisip)*. Vol. 3, No. 2: 1-13
- Sebastian, Devin. 2017. "Pengaruh Kualitas Layanan dan Harga serta Fasilitas terhadap Loyalitas melalui Keputusan Pelanggan Warna Indonesia Tour and Travel Jember". Skripsi, Universitas Jember.
- Sugiyono. 2016. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2017. *Statistika untuk Penelitian*. Bandung: Alfabeta.

- Sola, Indah Kandida. 2017. "Pengaruh Harga Kualitas Produk dan Kualitas Layanan terhadap Loyalitas Pelanggan". Skripsi, Universitas Sanata Dharma.
- Suliyanto, 2011. *Ekonometrika Terapan: Teori dan Aplikasi dengan SPSS*. Yogyakarta: ANDI.
- Sulistiyowati, Wiwik. 2018. *Kualitas Layanan: Teori dan Aplikasinya*. Sidoarjo: Universitas Muhammadiyah Sidoarjo Press.
- Tim Penyusun. 2017. *Pedoman Penelitian Karya Ilmiah*. Jember: IAIN Jember
- Utilasari. 2017. "Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan Pada PT. Garuda Indonesia (PERSERO), Tbk. Cabang Makassar". Skripsi, Universitas Muhammadiyah Makassar.
- Zahriyah, Aminatus, 2018. *Aplikasi Komputer Teori dan Aplikasi dengan SPSS*. Jember: IAIN Jember Pres.



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ  
J E M B E R

## PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

Yang bertandatangan dibawah ini;

Nama : Milia Ghifari  
NIM : E20172193  
Prodi/Jurusan : Ekonomi Syariah/Ekonomi Islam  
Universitas : UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi dengan judul: **“Pengaruh Sistem Sewa, Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan di Fath Production Jember”** bukan merupakan hasil plagiat dan/atau tidak mengandung unsur plagiat (*plagiasi*).

Demikian surat ini saya buat dengan sebenarnya untuk digunakan sebagaimana mestinya.

Jember, 16 Mei 2023

Saya yang menyatakan,



Milia Ghifari  
E20172193



## MATRIK PENELITIAN

Judul	Variable	Indikator	Sumber Data	Metode Penelitian	Rumusan masalah
“Pengaruh Sistem Sewa, Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan di Fath Production Jember”	- Sistem Sewa	- Barang Sewa - Waktu Sewa	1. Wawancara 2. Angket (kuesioner) 3. Dokumentasi	1. Pendekatan Penelitian Kuantitatif 2. Teknik pengambilan sampel yaitu <i>simple random sampling</i> 3. Analisis data Uji Asumsi Klasik 4. Menggunakan Regresi Linier Berganda 5. Uji Hipotesis : Uji T, Uji F, dan Uji R2	1. Apakah sistem sewa berpengaruh secara parsial terhadap loyalitas pelanggan pada Fath Production Jember? 2. Apakah kualitas produk berpengaruh secara parsial terhadap loyalitas pelanggan pada Fath Production Jember? 3. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh secara parsial terhadap loyalitas pelanggan pada Fath Production Jember? 4. Apakah sistem sewa, kualitas produk dan kualitas pelayanan berpengaruh secara simultan terhadap loyalitas pelanggan pada Fath Production Jember?
	- Kualitas Produk	- Kinerja Produk ( <i>Performance</i> ) - Ciri-ciri Produk ( <i>Feature</i> ) - Keandalan ( <i>Reliability</i> ) - Kesesuaian ( <i>Conformance</i> ) - Ketahanan ( <i>Durability</i> ) - Kemampuan diperbaiki ( <i>Serviceability</i> ) - Keindahan produk ( <i>Aesthetic</i> ) - Kesan kualitas ( <i>Perceived Quality</i> )			
	- Kualitas Pelayanan	- Bukti fisik ( <i>Tangibles</i> ) - Keadaan ( <i>Reliability</i> ) - Daya tanggap ( <i>Responsiveness</i> ) - Jaminan ( <i>Assurance</i> ) - Empati ( <i>Emphaty</i> )			
	- Loyalitas Pelanggan	- Pembelian ulang - Kebiasaan mengkonsumsi merk - Rasa suka yang besar terhadap merk - Tidak beralih, meskipun ada pilihan - Keyakinan jika merek tertentu yang terbaik - Mereferensikan merk tertentu kepada orang lain			

## KUESIONER

### PENGARUH SISTEM SEWA, KUALITAS PRODUK, DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN DI FATH PRODUCTION JEMBER

#### A. Pengantar

Saya merupakan mahasiswa UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember yang sedang, melakukan penelitian dalam rangka menyelesaikan tugas akhir saya.

Dalam rangka penelitian, bersamaan dengan ini saya mohon untuk kesediaan bapak/ibu untuk menjadi responden untuk mengisi lembar kuesioner ini. Mengingat data yang saya kumpulkan ini sangat berarti dan berpengaruh terhadap hasil penelitian ini, maka saya mohon kepada bapak/ibu untuk mengisi kuesioner ini secara jujur dan benar. Penelitian menjamin kerahasiaan identitas dan setiap jawaban responden, atas ketersediaan dan bantuan para responden untuk mengisi kuesioner ini saya ucapkan terimakasih.

Adapun penelitian ini berjudul “Pengaruh Sistem Sewa, Kualitas Produk, dan Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan di Fath Production Jember”.

#### B. Identitas Responden

1. No. Responden : (diisi oleh peneliti)
2. Nama :
3. Usia :
4. Jenis kelamin :
5. Pendidikan Terakhir :
6. Pekerjaan :
7. Alamat :

#### C. Petunjuk Pengisian

1. Sebelum mengisi pertanyaan berikut, kami memohon kesediaan bapak/ibu untuk membaca terlebih dahulu petunjuk pengisian ini.
2. Setiap pertanyaan pilihlah salah satu jawaban yang sesuai dengan pendapat bapak/ibu dengan memberi tanda centang (√) pada kolom yang tersedia.
3. Keterangan pilihan  
(SS) = Sangat Setuju  
(S) = Setuju  
(R) = Ragu  
(TS) = Tidak Setuju  
(STS) = Sangat Tidak Setuju

#### D. Data Pertanyaan

##### 1. Sistem Sewa (X1)

NO	PERNYATAAN	SS	S	R	TS	STS
1.	Fath Production menyewakan kamera dan peralatan yang dibutuhkan pelanggan					

2.	Kamera dan perlengkapan yang disewakan sangat lengkap					
3.	Fath production memberikan harga sewa yang dapat dijangkau pelanggan					
4.	Fath Production memiliki tingkat kewaspadaan saat menyewakan barang					
5.	Fath Production memeriksa barang terlebih dahulu sebelum diberikan kepada pelanggan					
6.	Fath Production memeriksa kembali setelah pelanggan mengembalikan barang					
7.	Fath Production memberikan jangka waktu yang dibutuhkan kepada penyewa					
8.	Fath Production memberikan syarat penyewaan yang dapat dipahami pelanggan					

## 2. Kualitas Produk (X2)

NO	PERNYATAAN	SS	S	R	TS	STS
1.	Hasil foto Fath Production memiliki kualitas yang baik					
2.	Fath Production memberikan produk sesuai dengan kebutuhan/permintaan pelanggan					
3.	Produk Fath production dapat digunakan untuk beragam kebutuhan					
4.	Produk dari Fath Production mengikuti perkembangan jaman digital					
5.	Produk Fath Productin menawarkan produk yang awet dalam jangka waktu lama					
6.	Produk fath production dapat diperbaiki jika rusak					
7.	Fath Production mempunyai desain yang memenuhi selera pelanggan					
8.	Fath Production konsisten dalam mempertahankan kualitas produk					

## 3. Kualitas Pelayanan (X3)

NO	PERNYATAAN	SS	S	R	TS	STS
1.	Fath Production membawa perlengkapan kerja yang lengkap					
2.	Fath Production memberikan informasi yang jelas dan mudah dimengerti oleh pelanggan					
3.	Fath production selalu bersikap sopan dan ramah					
4.	Fath Production memberikan kenyamanan saat di lokasi					
5.	Fath Production melakukan komunikasi					

	yang baik dengan pelanggan saat bekerja					
6.	Fath Production cepat tanggap dalam menghadapi masalah saat bekerja					
7.	Fath Production tepat waktu dalam bekerja					
8.	Fath Production berpenampilan rapi dan bersih saat bekerja					

#### 4. Loyalitas Pelanggan (Y)

NO	PERNYATAAN	SS	S	R	TS	STS
1.	Saya puas atas kinerja Fath Production					
2.	Saya senang dengan hasil produk yang diberikan Fath Production					
3.	Saya tertarik dengan harga yang ditawarkan Fath Production					
4.	Saya ingin kembali memakai jasa Fath Production					
5.	Saya siap merekomendasikan kepada rekan, saudara dan kolega					
6.	Saya tidak akan beralih kepada jasa yang lain selain Fath Production					

  
**UNIVERSITAS TERIMA KASIH**  
**KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ**  
**J E M B E R**



4	4	3	4	4	4	5	5	33	5	5	4	4	4	4	4	4	34
4	4	4	5	5	5	4	4	35	4	4	4	5	5	5	4	4	35
4	5	4	4	4	4	4	4	33	4	4	5	4	4	4	4	4	33
4	4	4	4	4	4	4	4	32	5	4	4	4	4	4	4	3	32
4	4	5	5	5	5	4	4	36	4	4	5	5	5	5	4	4	36
3	3	4	5	5	5	4	4	33	5	4	4	5	5	5	4	5	37
5	4	4	5	5	4	5	3	35	4	4	3	5	5	4	3	3	31
3	4	3	4	4	4	5	4	31	3	4	5	4	4	4	5	4	33
4	4	3	3	4	4	4	3	29	4	4	3	3	4	4	4	3	29
4	4	4	4	5	5	5	5	36	5	4	5	4	5	5	4	4	36
4	4	5	4	5	5	4	4	35	4	4	5	4	5	5	4	5	36
5	4	4	3	4	4	5	4	33	4	4	4	3	4	4	4	4	31
4	5	5	4	4	4	4	4	34	4	4	4	4	4	4	4	5	33
4	5	4	4	4	4	4	4	33	5	5	4	4	4	4	4	5	35
3	3	3	4	4	4	4	4	29	4	4	4	4	4	4	5	5	34
4	4	3	4	4	4	5	5	33	4	4	3	4	4	4	3	4	30
4	4	3	4	4	4	5	4	32	3	4	4	4	4	4	4	4	31
5	4	3	3	3	3	4	4	29	4	3	4	3	3	3	2	4	26
4	3	3	4	4	4	4	4	30	4	4	3	4	4	4	2	3	28
5	4	4	3	4	4	4	4	32	5	4	4	3	4	4	3	5	32
5	4	3	4	4	4	4	4	32	3	4	3	4	4	4	2	2	26
4	4	4	4	4	4	4	4	32	5	4	4	4	4	4	3	2	30
4	3	3	4	5	5	4	4	32	4	5	4	4	5	5	5	4	36
4	2	3	4	4	4	4	4	29	4	5	4	4	4	4	5	4	34
4	3	3	5	5	5	4	4	33	4	3	4	5	5	5	5	4	35
5	4	4	2	4	4	4	4	31	3	4	4	2	4	4	2	4	27

5	4	4	5	4	4	4	4	34	4	5	3	5	4	4	5	4	34
4	4	4	5	5	5	4	4	35	4	5	4	5	5	5	4	3	35
5	4	4	5	5	5	4	4	36	4	4	4	5	5	5	3	2	32
3	3	3	3	3	3	3	3	24	5	5	3	3	3	3	4	3	29
5	3	3	4	4	4	4	4	31	4	4	5	4	4	4	3	2	30
4	4	4	4	4	4	4	4	32	5	5	4	4	4	4	4	4	34
4	4	3	4	4	4	4	4	31	4	4	4	4	4	4	4	4	32
5	4	3	4	4	4	4	4	32	4	5	5	4	4	4	4	4	34
4	4	4	3	3	3	4	4	29	5	5	4	3	3	3	4	4	31
4	4	4	4	4	4	4	4	32	5	4	4	4	4	4	5	3	33
4	5	5	4	4	4	4	4	34	4	4	4	4	4	4	3	5	32
4	3	2	3	3	3	4	4	26	4	4	4	3	3	3	5	4	30
4	3	3	4	4	4	3	3	28	4	4	3	4	4	4	3	2	28
4	4	4	4	4	4	4	4	32	4	4	4	4	4	4	2	2	28
5	4	4	3	3	3	4	4	30	3	4	5	3	3	3	3	3	27
4	4	4	4	4	4	4	4	32	4	4	4	4	4	4	4	5	33
5	5	5	5	5	5	5	5	40	4	5	4	5	5	5	4	4	36
4	4	3	4	4	4	4	4	31	4	4	5	4	4	4	5	4	34
4	4	3	4	4	4	3	5	31	5	4	4	4	4	4	3	2	30
4	3	3	4	4	4	4	4	30	3	4	3	4	4	4	3	3	28
4	3	3	4	5	5	4	4	32	5	4	3	4	5	5	2	3	31
4	4	4	4	4	4	4	4	32	4	4	4	4	4	4	4	4	32
5	5	5	5	5	5	5	5	40	5	5	5	5	5	5	5	5	40
4	3	3	4	5	5	4	4	32	5	5	4	4	5	5	5	3	36
4	4	4	4	4	4	4	4	32	4	4	4	4	4	4	4	4	32
4	2	2	4	4	4	4	4	28	5	4	5	4	4	4	3	5	34

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI ABU MAMUN  
Jember  
MADRID SIDDIQ

4	2	2	4	5	5	4	4	30	4	5	4	4	5	5	5	4	36
5	5	5	5	5	5	5	5	40	5	5	5	5	5	5	5	5	40
4	4	5	5	4	4	4	4	34	5	4	4	5	4	4	5	3	34
4	4	4	4	4	4	4	4	32	4	4	4	4	4	4	4	4	32
4	3	3	4	4	4	4	4	30	4	5	4	4	4	4	5	4	34
4	4	4	4	4	4	4	4	32	4	4	4	4	4	4	4	4	32
4	4	4	5	5	5	4	4	35	4	3	4	5	5	5	3	3	32
4	3	3	5	4	4	4	4	31	4	3	4	5	4	4	3	4	31
4	4	4	4	4	4	4	4	32	4	4	4	4	4	4	4	4	32
4	3	2	4	5	5	4	4	31	4	5	4	4	5	5	3	2	32
4	4	4	4	4	4	4	4	32	4	4	4	4	4	4	4	4	32
4	4	4	4	4	4	4	4	32	4	5	4	4	4	4	4	4	33
4	5	5	5	5	5	4	4	37	3	3	4	5	5	5	4	3	32
4	4	4	4	4	4	4	3	31	5	2	4	4	4	4	4	4	31
4	4	4	4	4	4	4	4	32	4	4	4	4	4	4	4	4	32
4	4	4	4	5	5	4	4	34	4	4	4	4	5	5	5	5	36
4	4	4	4	5	5	4	4	34	4	4	4	4	5	5	5	5	36
4	4	4	4	5	5	4	4	34	4	4	4	4	5	5	5	5	36
4	4	4	4	5	5	4	4	34	4	4	4	4	5	5	5	5	36
4	4	4	4	4	4	4	4	32	5	4	4	4	4	4	4	3	32
5	5	5	5	5	5	5	5	40	5	4	5	5	5	5	4	4	37
4	4	4	4	5	5	4	4	34	4	4	4	4	5	5	4	4	34
4	4	4	4	5	5	4	4	34	4	4	4	4	5	5	5	4	35
4	4	4	4	5	5	4	4	34	4	4	4	4	5	5	5	5	36
4	4	4	4	5	5	4	4	34	3	4	4	4	5	5	3	4	32
4	4	4	4	4	4	4	4	32	4	4	4	4	4	4	4	4	32



4	3	3	4	5	5	4	4	32	3	4	4	4	5	5	3	3	31
4	4	4	4	4	4	4	4	32	5	5	4	4	4	4	5	4	35
4	4	4	4	4	4	4	4	32	5	4	5	4	4	4	4	4	34
4	3	4	4	5	5	4	4	33	5	4	4	4	5	5	5	5	37

X3p1	X3p2	X3p3	X3p4	X3p5	X3p6	X3p7	X3p8	X3	Yp1	Yp2	Yp3	Yp4	Yp5	Yp6	Y
4	3	4	4	4	4	3	4	30	4	4	3	4	4	3	22
3	4	4	4	4	4	5	4	32	5	4	3	4	4	5	25
3	4	4	5	5	5	4	3	33	4	4	4	5	5	5	27
4	5	5	4	4	3	4	4	33	5	4	4	4	4	4	25
4	4	5	4	4	4	4	2	31	4	3	3	4	4	3	21
4	4	5	5	5	4	4	4	35	4	4	4	4	4	4	24
3	5	4	4	4	4	4	4	32	5	3	3	4	4	4	23
4	5	4	5	5	5	4	3	35	4	4	4	4	4	4	24
4	4	3	3	4	4	5	4	31	5	3	4	4	4	5	25
4	5	3	4	3	3	5	4	31	4	5	5	4	4	4	26
3	5	4	4	5	4	4	3	32	4	3	3	4	4	3	21
3	4	5	4	4	4	4	4	32	4	5	3	3	4	4	23
3	3	4	4	4	5	5	5	33	5	5	4	5	4	4	27
4	4	3	4	4	4	5	3	31	4	4	4	5	5	4	26
5	5	5	4	4	4	4	5	36	4	3	3	4	4	3	21
4	5	4	4	4	4	4	4	33	4	4	4	5	5	4	26
4	4	4	5	4	4	4	4	33	4	4	4	4	4	4	24
3	4	4	5	4	4	4	3	31	4	4	4	4	4	4	24
4	3	4	4	4	4	4	4	31	4	4	5	5	4	5	27

5	4	4	4	4	4	4	3	32	3	4	3	4	4	4	22
3	4	5	4	4	4	4	5	33	4	4	4	5	5	4	26
4	4	4	4	5	5	5	4	35	4	4	5	5	5	3	26
4	4	3	4	4	4	4	5	32	4	4	4	5	5	5	27
4	4	4	4	4	4	4	5	33	4	4	4	3	4	2	21
4	5	5	5	5	5	4	4	37	4	4	4	4	3	4	23
5	5	5	4	4	4	4	4	35	5	5	5	4	4	4	27
4	5	4	4	4	4	4	3	32	5	4	4	5	5	5	28
4	3	4	5	5	5	4	4	34	5	5	5	5	5	4	29
3	4	4	5	5	5	4	5	35	4	4	4	4	5	3	24
4	4	4	5	5	4	5	3	34	4	3	3	4	4	4	22
4	4	4	4	4	4	5	4	33	4	5	5	5	4	3	26
4	5	5	3	4	4	4	3	32	4	3	3	4	4	4	22
4	3	4	4	5	5	5	4	34	4	5	5	4	3	4	25
4	4	4	4	5	5	4	5	35	5	5	5	5	4	5	29
4	4	3	3	4	4	5	4	31	3	4	4	5	5	4	25
5	5	4	4	4	4	4	5	35	4	4	4	4	4	3	23
5	3	4	4	4	4	4	5	33	4	4	4	5	5	5	27
3	4	5	4	4	4	4	5	33	5	4	4	5	5	4	27
4	5	4	4	4	4	5	4	34	4	3	3	3	4	5	22
4	3	3	4	4	4	5	4	31	4	4	4	4	5	5	26
4	3	4	3	3	3	4	4	28	4	4	4	4	3	5	24
3	4	4	4	4	4	4	3	30	4	3	3	5	5	5	25
4	4	5	3	4	4	4	5	33	5	4	4	5	4	4	26
4	4	4	4	4	4	4	2	30	5	3	3	5	4	4	24
4	2	3	4	4	4	4	2	27	3	4	4	5	5	5	26

3	5	4	4	5	5	4	4	34	4	4	4	3	4	4	23
2	4	5	4	4	4	4	4	31	4	4	4	4	4	5	25
3	5	5	5	5	5	4	4	36	5	4	4	4	4	5	26
4	4	4	2	4	4	4	4	30	5	4	4	5	3	5	26
4	4	4	5	4	4	4	4	33	5	3	3	4	3	5	23
4	5	4	5	5	5	4	3	35	4	4	4	5	5	5	27
4	4	5	5	5	5	4	2	34	5	5	4	4	4	4	26
3	5	5	3	3	3	3	3	28	4	3	3	4	4	4	22
3	4	4	4	4	4	4	2	29	5	5	5	4	4	5	28
4	4	4	4	4	4	4	4	32	5	5	4	4	4	4	26
4	4	3	4	4	4	4	4	31	4	4	4	5	5	4	26
4	4	4	4	4	4	4	4	32	5	5	5	4	4	5	28
4	4	4	3	3	3	4	4	29	5	4	4	4	3	4	24
4	4	4	4	4	4	4	3	31	5	4	4	5	5	4	27
5	4	4	4	4	4	4	5	34	5	4	4	5	5	3	26
3	3	5	3	3	3	4	4	28	5	4	4	4	4	4	25
3	4	3	4	4	4	3	2	27	4	3	3	4	4	3	21
4	4	4	4	4	4	4	2	30	4	4	4	4	4	4	24
4	3	4	3	3	3	4	3	27	5	5	5	4	4	4	27
4	3	4	4	4	4	4	5	32	4	4	4	3	4	5	24
5	5	4	5	5	5	5	4	38	5	4	4	4	4	3	24
4	4	3	4	4	4	4	4	31	4	5	5	4	4	4	26
4	5	4	4	4	4	3	2	30	4	4	4	5	5	5	27
3	4	4	4	4	4	4	3	30	4	3	3	4	4	4	22
3	5	3	4	5	5	4	3	32	4	3	3	5	5	4	24
4	4	4	4	4	4	4	4	32	4	4	4	4	4	4	24

5	5	5	5	5	5	5	5	40	5	5	5	5	5	5	30
3	5	5	4	5	5	4	3	34	4	4	4	4	4	4	24
4	4	4	4	4	4	4	4	32	4	4	4	4	4	4	24
2	3	3	4	4	4	4	5	29	5	5	5	4	4	4	27
2	4	5	4	5	5	4	4	33	2	4	4	4	4	3	21
5	5	5	5	5	5	5	5	40	5	5	5	5	5	5	30
4	5	4	5	4	4	3	3	33	5	4	4	4	4	4	25
4	4	4	4	4	4	4	4	32	4	4	4	4	4	4	24
3	4	4	4	4	4	4	4	31	5	4	4	4	4	4	25
4	5	5	4	4	4	4	4	34	5	4	4	5	5	5	28
4	5	4	5	5	5	4	3	35	4	4	4	4	4	4	24
3	5	3	5	4	4	4	4	32	5	3	4	4	4	4	24
4	4	4	4	4	4	4	4	32	4	4	4	4	4	4	24
3	3	4	4	5	5	4	2	30	5	4	4	4	4	4	25
4	4	4	4	4	4	4	4	32	4	4	4	4	4	4	24
4	4	4	4	4	4	4	4	32	4	4	4	4	4	4	24
5	3	4	5	5	5	4	3	34	4	4	4	4	3	4	23
4	4	4	4	4	4	4	4	32	4	4	4	4	3	4	23
4	4	4	4	4	4	4	4	32	4	4	4	4	4	4	24
4	5	5	4	5	5	4	5	37	4	4	4	4	4	4	24
4	5	4	4	5	5	4	5	36	4	4	4	4	3	4	23
4	5	5	4	5	5	4	5	37	4	4	4	4	3	4	23
4	5	5	4	5	5	4	5	37	4	4	4	4	3	4	23
4	4	4	4	4	4	4	3	31	4	4	4	4	4	4	24
5	5	5	5	5	5	5	4	39	5	5	5	5	5	5	30
4	5	4	4	5	5	4	4	35	4	4	4	4	5	4	25



Tabel r untuk df = 1 - 50

df = (N-2)	Tingkat signifikansi untuk uji satu arah				
	0.05	0.025	0.01	0.005	0.0005
	Tingkat signifikansi untuk uji dua arah				
	0.1	0.05	0.02	0.01	0.001
1	0.9877	0.9969	0.9995	0.9999	1.0000
2	0.9000	0.9500	0.9800	0.9900	0.9990
3	0.8054	0.8783	0.9343	0.9587	0.9911
4	0.7293	0.8114	0.8822	0.9172	0.9741
5	0.6694	0.7545	0.8329	0.8745	0.9509
6	0.6215	0.7067	0.7887	0.8343	0.9249
7	0.5822	0.6664	0.7498	0.7977	0.8983
8	0.5494	0.6319	0.7155	0.7646	0.8721
9	0.5214	0.6021	0.6851	0.7348	0.8470
10	0.4973	0.5760	0.6581	0.7079	0.8233
11	0.4762	0.5529	0.6339	0.6835	0.8010
12	0.4575	0.5324	0.6120	0.6614	0.7800
13	0.4409	0.5140	0.5923	0.6411	0.7604
14	0.4259	0.4973	0.5742	0.6226	0.7419
15	0.4124	0.4821	0.5577	0.6055	0.7247
16	0.4000	0.4683	0.5425	0.5897	0.7084
17	0.3887	0.4555	0.5285	0.5751	0.6932
18	0.3783	0.4438	0.5155	0.5614	0.6788
19	0.3687	0.4329	0.5034	0.5487	0.6652
20	0.3598	0.4227	0.4921	0.5368	0.6524
21	0.3515	0.4132	0.4815	0.5256	0.6402
22	0.3438	0.4044	0.4716	0.5151	0.6287
23	0.3365	0.3961	0.4622	0.5052	0.6178
24	0.3297	0.3882	0.4534	0.4958	0.6074
25	0.3233	0.3809	0.4451	0.4869	0.5974
26	0.3172	0.3739	0.4372	0.4785	0.5880
27	0.3115	0.3673	0.4297	0.4705	0.5790
28	0.3061	0.3610	0.4226	0.4629	0.5703
29	0.3009	0.3550	0.4158	0.4556	0.5620
30	0.2960	0.3494	0.4093	0.4487	0.5541
31	0.2913	0.3440	0.4032	0.4421	0.5465
32	0.2869	0.3388	0.3972	0.4357	0.5392
33	0.2826	0.3338	0.3916	0.4296	0.5322
34	0.2785	0.3291	0.3862	0.4238	0.5254
35	0.2746	0.3246	0.3810	0.4182	0.5189

36	0.2709	0.3202	0.3760	0.4128	0.5126
37	0.2673	0.3160	0.3712	0.4076	0.5066
38	0.2638	0.3120	0.3665	0.4026	0.5007
39	0.2605	0.3081	0.3621	0.3978	0.4950
40	0.2573	0.3044	0.3578	0.3932	0.4896
41	0.2542	0.3008	0.3536	0.3887	0.4843
42	0.2512	0.2973	0.3496	0.3843	0.4791
43	0.2483	0.2940	0.3457	0.3801	0.4742
44	0.2455	0.2907	0.3420	0.3761	0.4694
45	0.2429	0.2876	0.3384	0.3721	0.4647
46	0.2403	0.2845	0.3348	0.3683	0.4601
47	0.2377	0.2816	0.3314	0.3646	0.4557
48	0.2353	0.2787	0.3281	0.3610	0.4514
49	0.2329	0.2759	0.3249	0.3575	0.4473
50	0.2306	0.2732	0.3218	0.3542	0.4432

Tabel r untuk df = 51 - 100

df = (N-2)	Tingkat signifikansi untuk uji satu arah				
	0.05	0.025	0.01	0.005	0.0005
	Tingkat signifikansi untuk uji dua arah				
	0.1	0.05	0.02	0.01	0.001
51	0.2284	0.2706	0.3188	0.3509	0.4393
52	0.2262	0.2681	0.3158	0.3477	0.4354
53	0.2241	0.2656	0.3129	0.3445	0.4317
54	0.2221	0.2632	0.3102	0.3415	0.4280
55	0.2201	0.2609	0.3074	0.3385	0.4244
56	0.2181	0.2586	0.3048	0.3357	0.4210
57	0.2162	0.2564	0.3022	0.3328	0.4176
58	0.2144	0.2542	0.2997	0.3301	0.4143
59	0.2126	0.2521	0.2972	0.3274	0.4110
60	0.2108	0.2500	0.2948	0.3248	0.4079
61	0.2091	0.2480	0.2925	0.3223	0.4048
62	0.2075	0.2461	0.2902	0.3198	0.4018
63	0.2058	0.2441	0.2880	0.3173	0.3988
64	0.2042	0.2423	0.2858	0.3150	0.3959
65	0.2027	0.2404	0.2837	0.3126	0.3931
66	0.2012	0.2387	0.2816	0.3104	0.3903
67	0.1997	0.2369	0.2796	0.3081	0.3876
68	0.1982	0.2352	0.2776	0.3060	0.3850
69	0.1968	0.2335	0.2756	0.3038	0.3823
70	0.1954	0.2319	0.2737	0.3017	0.3798

71	0.1940	0.2303	0.2718	0.2997	0.3773
72	0.1927	0.2287	0.2700	0.2977	0.3748
73	0.1914	0.2272	0.2682	0.2957	0.3724
74	0.1901	0.2257	0.2664	0.2938	0.3701
75	0.1888	0.2242	0.2647	0.2919	0.3678
76	0.1876	0.2227	0.2630	0.2900	0.3655
77	0.1864	0.2213	0.2613	0.2882	0.3633
78	0.1852	0.2199	0.2597	0.2864	0.3611
79	0.1841	0.2185	0.2581	0.2847	0.3589
80	0.1829	0.2172	0.2565	0.2830	0.3568
81	0.1818	0.2159	0.2550	0.2813	0.3547
82	0.1807	0.2146	0.2535	0.2796	0.3527
83	0.1796	0.2133	0.2520	0.2780	0.3507
84	0.1786	0.2120	0.2505	0.2764	0.3487
85	0.1775	0.2108	0.2491	0.2748	0.3468
86	0.1765	0.2096	0.2477	0.2732	0.3449
87	0.1755	0.2084	0.2463	0.2717	0.3430
88	0.1745	0.2072	0.2449	0.2702	0.3412
89	0.1735	0.2061	0.2435	0.2687	0.3393
90	0.1726	0.2050	0.2422	0.2673	0.3375
91	0.1716	0.2039	0.2409	0.2659	0.3358
92	0.1707	0.2028	0.2396	0.2645	0.3341
93	0.1698	0.2017	0.2384	0.2631	0.3323
94	0.1689	0.2006	0.2371	0.2617	0.3307
95	0.1680	0.1996	0.2359	0.2604	0.3290
96	0.1671	0.1986	0.2347	0.2591	0.3274
97	0.1663	0.1975	0.2335	0.2578	0.3258
98	0.1654	0.1966	0.2324	0.2565	0.3242
99	0.1646	0.1956	0.2312	0.2552	0.3226
100	0.1638	0.1946	0.2301	0.2540	0.3211

Tabel r untuk df = 101 - 150

df = (N-2)	Tingkat signifikansi untuk uji satu arah				
	0.05	0.025	0.01	0.005	0.0005
	Tingkat signifikansi untuk uji dua arah				
	0.1	0.05	0.02	0.01	0.001
101	0.1630	0.1937	0.2290	0.2528	0.3196
102	0.1622	0.1927	0.2279	0.2515	0.3181
103	0.1614	0.1918	0.2268	0.2504	0.3166
104	0.1606	0.1909	0.2257	0.2492	0.3152
105	0.1599	0.1900	0.2247	0.2480	0.3137



<b>106</b>	0.1591	0.1891	0.2236	0.2469	0.3123
<b>107</b>	0.1584	0.1882	0.2226	0.2458	0.3109
<b>108</b>	0.1576	0.1874	0.2216	0.2446	0.3095
<b>109</b>	0.1569	0.1865	0.2206	0.2436	0.3082
<b>110</b>	0.1562	0.1857	0.2196	0.2425	0.3068
<b>111</b>	0.1555	0.1848	0.2186	0.2414	0.3055
<b>112</b>	0.1548	0.1840	0.2177	0.2403	0.3042
<b>113</b>	0.1541	0.1832	0.2167	0.2393	0.3029
<b>114</b>	0.1535	0.1824	0.2158	0.2383	0.3016
<b>115</b>	0.1528	0.1816	0.2149	0.2373	0.3004
<b>116</b>	0.1522	0.1809	0.2139	0.2363	0.2991
<b>117</b>	0.1515	0.1801	0.2131	0.2353	0.2979
<b>118</b>	0.1509	0.1793	0.2122	0.2343	0.2967
<b>119</b>	0.1502	0.1786	0.2113	0.2333	0.2955
<b>120</b>	0.1496	0.1779	0.2104	0.2324	0.2943
<b>121</b>	0.1490	0.1771	0.2096	0.2315	0.2931
<b>122</b>	0.1484	0.1764	0.2087	0.2305	0.2920
<b>123</b>	0.1478	0.1757	0.2079	0.2296	0.2908
<b>124</b>	0.1472	0.1750	0.2071	0.2287	0.2897
<b>125</b>	0.1466	0.1743	0.2062	0.2278	0.2886
<b>126</b>	0.1460	0.1736	0.2054	0.2269	0.2875
<b>127</b>	0.1455	0.1729	0.2046	0.2260	0.2864
<b>128</b>	0.1449	0.1723	0.2039	0.2252	0.2853
<b>129</b>	0.1443	0.1716	0.2031	0.2243	0.2843
<b>130</b>	0.1438	0.1710	0.2023	0.2235	0.2832
<b>131</b>	0.1432	0.1703	0.2015	0.2226	0.2822
<b>132</b>	0.1427	0.1697	0.2008	0.2218	0.2811
<b>133</b>	0.1422	0.1690	0.2001	0.2210	0.2801
<b>134</b>	0.1416	0.1684	0.1993	0.2202	0.2791
<b>135</b>	0.1411	0.1678	0.1986	0.2194	0.2781
<b>136</b>	0.1406	0.1672	0.1979	0.2186	0.2771
<b>137</b>	0.1401	0.1666	0.1972	0.2178	0.2761
<b>138</b>	0.1396	0.1660	0.1965	0.2170	0.2752
<b>139</b>	0.1391	0.1654	0.1958	0.2163	0.2742
<b>140</b>	0.1386	0.1648	0.1951	0.2155	0.2733

**Titik Persentase Distribusi F untuk Probabilita = 0,05**

df untuk penyebut (N2)	df untuk pembilang (N1)														
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
1	161	199	216	225	230	234	237	239	241	242	243	244	245	245	246
2	18.51	19.00	19.16	19.25	19.30	19.33	19.35	19.37	19.38	19.40	19.40	19.41	19.42	19.42	19.43
3	10.13	9.55	9.28	9.12	9.01	8.94	8.89	8.85	8.81	8.79	8.76	8.74	8.73	8.71	8.70
4	7.71	6.94	6.59	6.39	6.26	6.16	6.09	6.04	6.00	5.96	5.94	5.91	5.89	5.87	5.86
5	6.61	5.79	5.41	5.19	5.05	4.95	4.88	4.82	4.77	4.74	4.70	4.68	4.66	4.64	4.62
6	5.99	5.14	4.76	4.53	4.39	4.28	4.21	4.15	4.10	4.06	4.03	4.00	3.98	3.96	3.94
7	5.59	4.74	4.35	4.12	3.97	3.87	3.79	3.73	3.68	3.64	3.60	3.57	3.55	3.53	3.51
8	5.32	4.46	4.07	3.84	3.69	3.58	3.50	3.44	3.39	3.35	3.31	3.28	3.26	3.24	3.22
9	5.12	4.26	3.86	3.63	3.48	3.37	3.29	3.23	3.18	3.14	3.10	3.07	3.05	3.03	3.01
10	4.96	4.10	3.71	3.48	3.33	3.22	3.14	3.07	3.02	2.98	2.94	2.91	2.89	2.86	2.85
11	4.84	3.98	3.59	3.36	3.20	3.09	3.01	2.95	2.90	2.85	2.82	2.79	2.76	2.74	2.72
12	4.75	3.89	3.49	3.26	3.11	3.00	2.91	2.85	2.80	2.75	2.72	2.69	2.66	2.64	2.62
13	4.67	3.81	3.41	3.18	3.03	2.92	2.83	2.77	2.71	2.67	2.63	2.60	2.58	2.55	2.53
14	4.60	3.74	3.34	3.11	2.96	2.85	2.76	2.70	2.65	2.60	2.57	2.53	2.51	2.48	2.46
15	4.54	3.68	3.29	3.06	2.90	2.79	2.71	2.64	2.59	2.54	2.51	2.48	2.45	2.42	2.40
16	4.49	3.63	3.24	3.01	2.85	2.74	2.66	2.59	2.54	2.49	2.46	2.42	2.40	2.37	2.35
17	4.45	3.59	3.20	2.96	2.81	2.70	2.61	2.55	2.49	2.45	2.41	2.38	2.35	2.33	2.31
18	4.41	3.55	3.16	2.93	2.77	2.66	2.58	2.51	2.46	2.41	2.37	2.34	2.31	2.29	2.27
19	4.38	3.52	3.13	2.90	2.74	2.63	2.54	2.48	2.42	2.38	2.34	2.31	2.28	2.26	2.23
20	4.35	3.49	3.10	2.87	2.71	2.60	2.51	2.45	2.39	2.35	2.31	2.28	2.25	2.22	2.20
21	4.32	3.47	3.07	2.84	2.68	2.57	2.49	2.42	2.37	2.32	2.28	2.25	2.22	2.20	2.18
22	4.30	3.44	3.05	2.82	2.66	2.55	2.46	2.40	2.34	2.30	2.26	2.23	2.20	2.17	2.15
23	4.28	3.42	3.03	2.80	2.64	2.53	2.44	2.37	2.32	2.27	2.24	2.20	2.18	2.15	2.13
24	4.26	3.40	3.01	2.78	2.62	2.51	2.42	2.36	2.30	2.25	2.22	2.18	2.15	2.13	2.11
25	4.24	3.39	2.99	2.76	2.60	2.49	2.40	2.34	2.28	2.24	2.20	2.16	2.14	2.11	2.09
26	4.23	3.37	2.98	2.74	2.59	2.47	2.39	2.32	2.27	2.22	2.18	2.15	2.12	2.09	2.07
27	4.21	3.35	2.96	2.73	2.57	2.46	2.37	2.31	2.25	2.20	2.17	2.13	2.10	2.08	2.06
28	4.20	3.34	2.95	2.71	2.56	2.45	2.36	2.29	2.24	2.19	2.15	2.12	2.09	2.06	2.04
29	4.18	3.33	2.93	2.70	2.55	2.43	2.35	2.28	2.22	2.18	2.14	2.10	2.08	2.05	2.03
30	4.17	3.32	2.92	2.69	2.53	2.42	2.33	2.27	2.21	2.16	2.13	2.09	2.06	2.04	2.01
31	4.16	3.30	2.91	2.68	2.52	2.41	2.32	2.25	2.20	2.15	2.11	2.08	2.05	2.03	2.00
32	4.15	3.29	2.90	2.67	2.51	2.40	2.31	2.24	2.19	2.14	2.10	2.07	2.04	2.01	1.99
33	4.14	3.28	2.89	2.66	2.50	2.39	2.30	2.23	2.18	2.13	2.09	2.06	2.03	2.00	1.98
34	4.13	3.28	2.88	2.65	2.49	2.38	2.29	2.23	2.17	2.12	2.08	2.05	2.02	1.99	1.97
35	4.12	3.27	2.87	2.64	2.49	2.37	2.29	2.22	2.16	2.11	2.07	2.04	2.01	1.99	1.96
36	4.11	3.26	2.87	2.63	2.48	2.36	2.28	2.21	2.15	2.11	2.07	2.03	2.00	1.98	1.95
37	4.11	3.25	2.86	2.63	2.47	2.36	2.27	2.20	2.14	2.10	2.06	2.02	2.00	1.97	1.95
38	4.10	3.24	2.85	2.62	2.46	2.35	2.26	2.19	2.14	2.09	2.05	2.02	1.99	1.96	1.94
39	4.09	3.24	2.85	2.61	2.46	2.34	2.26	2.19	2.13	2.08	2.04	2.01	1.98	1.95	1.93
40	4.08	3.23	2.84	2.61	2.45	2.34	2.25	2.18	2.12	2.08	2.04	2.00	1.97	1.95	1.92
41	4.08	3.23	2.83	2.60	2.44	2.33	2.24	2.17	2.12	2.07	2.03	2.00	1.97	1.94	1.92
42	4.07	3.22	2.83	2.59	2.44	2.32	2.24	2.17	2.11	2.06	2.03	1.99	1.96	1.94	1.91
43	4.07	3.21	2.82	2.59	2.43	2.32	2.23	2.16	2.11	2.06	2.02	1.99	1.96	1.93	1.91
44	4.06	3.21	2.82	2.58	2.43	2.31	2.23	2.16	2.10	2.05	2.01	1.98	1.95	1.92	1.90
45	4.06	3.20	2.81	2.58	2.42	2.31	2.22	2.15	2.10	2.05	2.01	1.97	1.94	1.92	1.89

**Titik Persentase Distribusi F untuk Probabilita = 0,05**

df untuk penyebut (N2)	df untuk pembilang (N1)														
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
46	4.05	3.20	2.81	2.57	2.42	2.30	2.22	2.15	2.09	2.04	2.00	1.97	1.94	1.91	1.89
47	4.05	3.20	2.80	2.57	2.41	2.30	2.21	2.14	2.09	2.04	2.00	1.96	1.93	1.91	1.88
48	4.04	3.19	2.80	2.57	2.41	2.29	2.21	2.14	2.08	2.03	1.99	1.96	1.93	1.90	1.88
49	4.04	3.19	2.79	2.56	2.40	2.29	2.20	2.13	2.08	2.03	1.99	1.96	1.93	1.90	1.88
50	4.03	3.18	2.79	2.56	2.40	2.29	2.20	2.13	2.07	2.03	1.99	1.95	1.92	1.89	1.87
51	4.03	3.18	2.79	2.55	2.40	2.28	2.20	2.13	2.07	2.02	1.98	1.95	1.92	1.89	1.87
52	4.03	3.18	2.78	2.55	2.39	2.28	2.19	2.12	2.07	2.02	1.98	1.94	1.91	1.89	1.86
53	4.02	3.17	2.78	2.55	2.39	2.28	2.19	2.12	2.06	2.01	1.97	1.94	1.91	1.88	1.86
54	4.02	3.17	2.78	2.54	2.39	2.27	2.18	2.12	2.06	2.01	1.97	1.94	1.91	1.88	1.86
55	4.02	3.16	2.77	2.54	2.38	2.27	2.18	2.11	2.06	2.01	1.97	1.93	1.90	1.88	1.85
56	4.01	3.16	2.77	2.54	2.38	2.27	2.18	2.11	2.05	2.00	1.96	1.93	1.90	1.87	1.85
57	4.01	3.16	2.77	2.53	2.38	2.26	2.18	2.11	2.05	2.00	1.96	1.93	1.90	1.87	1.85
58	4.01	3.16	2.76	2.53	2.37	2.26	2.17	2.10	2.05	2.00	1.96	1.92	1.89	1.87	1.84
59	4.00	3.15	2.76	2.53	2.37	2.26	2.17	2.10	2.04	2.00	1.96	1.92	1.89	1.86	1.84
60	4.00	3.15	2.76	2.53	2.37	2.25	2.17	2.10	2.04	1.99	1.95	1.92	1.89	1.86	1.84
61	4.00	3.15	2.76	2.52	2.37	2.25	2.16	2.09	2.04	1.99	1.95	1.91	1.88	1.86	1.83
62	4.00	3.15	2.75	2.52	2.36	2.25	2.16	2.09	2.03	1.99	1.95	1.91	1.88	1.85	1.83
63	3.99	3.14	2.75	2.52	2.36	2.25	2.16	2.09	2.03	1.98	1.94	1.91	1.88	1.85	1.83
64	3.99	3.14	2.75	2.52	2.36	2.24	2.16	2.09	2.03	1.98	1.94	1.91	1.88	1.85	1.83
65	3.99	3.14	2.75	2.51	2.36	2.24	2.15	2.08	2.03	1.98	1.94	1.90	1.87	1.85	1.82
66	3.99	3.14	2.74	2.51	2.35	2.24	2.15	2.08	2.03	1.98	1.94	1.90	1.87	1.84	1.82
67	3.98	3.13	2.74	2.51	2.35	2.24	2.15	2.08	2.02	1.98	1.93	1.90	1.87	1.84	1.82
68	3.98	3.13	2.74	2.51	2.35	2.24	2.15	2.08	2.02	1.97	1.93	1.90	1.87	1.84	1.82
69	3.98	3.13	2.74	2.50	2.35	2.23	2.15	2.08	2.02	1.97	1.93	1.90	1.86	1.84	1.81
70	3.98	3.13	2.74	2.50	2.35	2.23	2.14	2.07	2.02	1.97	1.93	1.89	1.86	1.84	1.81
71	3.98	3.13	2.73	2.50	2.34	2.23	2.14	2.07	2.01	1.97	1.93	1.89	1.86	1.83	1.81
72	3.97	3.12	2.73	2.50	2.34	2.23	2.14	2.07	2.01	1.96	1.92	1.89	1.86	1.83	1.81
73	3.97	3.12	2.73	2.50	2.34	2.23	2.14	2.07	2.01	1.96	1.92	1.89	1.86	1.83	1.81
74	3.97	3.12	2.73	2.50	2.34	2.22	2.14	2.07	2.01	1.96	1.92	1.89	1.85	1.83	1.80
75	3.97	3.12	2.73	2.49	2.34	2.22	2.13	2.06	2.01	1.96	1.92	1.88	1.85	1.83	1.80
76	3.97	3.12	2.72	2.49	2.33	2.22	2.13	2.06	2.01	1.96	1.92	1.88	1.85	1.82	1.80
77	3.97	3.12	2.72	2.49	2.33	2.22	2.13	2.06	2.00	1.96	1.92	1.88	1.85	1.82	1.80
78	3.96	3.11	2.72	2.49	2.33	2.22	2.13	2.06	2.00	1.95	1.91	1.88	1.85	1.82	1.80
79	3.96	3.11	2.72	2.49	2.33	2.22	2.13	2.06	2.00	1.95	1.91	1.88	1.85	1.82	1.79
80	3.96	3.11	2.72	2.49	2.33	2.21	2.13	2.06	2.00	1.95	1.91	1.88	1.84	1.82	1.79
81	3.96	3.11	2.72	2.48	2.33	2.21	2.12	2.05	2.00	1.95	1.91	1.87	1.84	1.82	1.79
82	3.96	3.11	2.72	2.48	2.33	2.21	2.12	2.05	2.00	1.95	1.91	1.87	1.84	1.81	1.79
83	3.96	3.11	2.71	2.48	2.32	2.21	2.12	2.05	1.99	1.95	1.91	1.87	1.84	1.81	1.79
84	3.95	3.11	2.71	2.48	2.32	2.21	2.12	2.05	1.99	1.95	1.90	1.87	1.84	1.81	1.79
85	3.95	3.10	2.71	2.48	2.32	2.21	2.12	2.05	1.99	1.94	1.90	1.87	1.84	1.81	1.78
86	3.95	3.10	2.71	2.48	2.32	2.21	2.12	2.05	1.99	1.94	1.90	1.87	1.84	1.81	1.78
87	3.95	3.10	2.71	2.48	2.32	2.20	2.12	2.05	1.99	1.94	1.90	1.87	1.83	1.81	1.78
88	3.95	3.10	2.71	2.48	2.32	2.20	2.12	2.05	1.99	1.94	1.90	1.86	1.83	1.81	1.78
89	3.95	3.10	2.71	2.47	2.32	2.20	2.11	2.04	1.99	1.94	1.90	1.86	1.83	1.80	1.78
90	3.95	3.10	2.71	2.47	2.32	2.20	2.11	2.04	1.99	1.94	1.90	1.86	1.83	1.80	1.78

**Titik Persentase Distribusi F untuk Probabilita = 0,05**

df untuk penyebut (N2)	df untuk pembilang (N1)														
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
91	3.95	3.10	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.94	1.90	1.86	1.83	1.80	1.78
92	3.94	3.10	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.94	1.89	1.86	1.83	1.80	1.78
93	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.86	1.83	1.80	1.78
94	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.86	1.83	1.80	1.77
95	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.86	1.82	1.80	1.77
96	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.19	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.85	1.82	1.80	1.77
97	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.19	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.85	1.82	1.80	1.77
98	3.94	3.09	2.70	2.46	2.31	2.19	2.10	2.03	1.98	1.93	1.89	1.85	1.82	1.79	1.77
99	3.94	3.09	2.70	2.46	2.31	2.19	2.10	2.03	1.98	1.93	1.89	1.85	1.82	1.79	1.77
100	3.94	3.09	2.70	2.46	2.31	2.19	2.10	2.03	1.97	1.93	1.89	1.85	1.82	1.79	1.77
101	3.94	3.09	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.93	1.88	1.85	1.82	1.79	1.77
102	3.93	3.09	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.85	1.82	1.79	1.77
103	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.85	1.82	1.79	1.76
104	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.85	1.82	1.79	1.76
105	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.85	1.81	1.79	1.76
106	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.79	1.76
107	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.18	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.79	1.76
108	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.18	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.78	1.76
109	3.93	3.08	2.69	2.45	2.30	2.18	2.09	2.02	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.78	1.76
110	3.93	3.08	2.69	2.45	2.30	2.18	2.09	2.02	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.78	1.76
111	3.93	3.08	2.69	2.45	2.30	2.18	2.09	2.02	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.78	1.76
112	3.93	3.08	2.69	2.45	2.30	2.18	2.09	2.02	1.96	1.92	1.88	1.84	1.81	1.78	1.76
113	3.93	3.08	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.92	1.87	1.84	1.81	1.78	1.76
114	3.92	3.08	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.84	1.81	1.78	1.75
115	3.92	3.08	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.84	1.81	1.78	1.75
116	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.84	1.81	1.78	1.75
117	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.84	1.80	1.78	1.75
118	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.84	1.80	1.78	1.75
119	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.78	1.75
120	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.78	1.75
121	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.17	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.77	1.75
122	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.17	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.77	1.75
123	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.17	2.08	2.01	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.77	1.75
124	3.92	3.07	2.68	2.44	2.29	2.17	2.08	2.01	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.77	1.75
125	3.92	3.07	2.68	2.44	2.29	2.17	2.08	2.01	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.77	1.75
126	3.92	3.07	2.68	2.44	2.29	2.17	2.08	2.01	1.95	1.91	1.87	1.83	1.80	1.77	1.75
127	3.92	3.07	2.68	2.44	2.29	2.17	2.08	2.01	1.95	1.91	1.86	1.83	1.80	1.77	1.75
128	3.92	3.07	2.68	2.44	2.29	2.17	2.08	2.01	1.95	1.91	1.86	1.83	1.80	1.77	1.75
129	3.91	3.07	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.83	1.80	1.77	1.74
130	3.91	3.07	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.83	1.80	1.77	1.74
131	3.91	3.07	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.83	1.80	1.77	1.74
132	3.91	3.06	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.83	1.79	1.77	1.74
133	3.91	3.06	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.83	1.79	1.77	1.74
134	3.91	3.06	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.83	1.79	1.77	1.74
135	3.91	3.06	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.82	1.79	1.77	1.74

## A. Uji Validitas

### 1. Variabel Sistem Sewa (X1)

		Correlations					
		X1p1	X1p2	X1p3	X1p4	X1p5	X1p6
X1p1	Pearson Correlation	1	.403**	.201*	-.040	.024	-.034
	Sig. (2-tailed)		.000	.040	.685	.808	.732
	N	105	105	105	105	105	105
X1p2	Pearson Correlation	.403**	1	.671**	.102	.014	-.001
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.300	.890	.990
	N	105	105	105	105	105	105
X1p3	Pearson Correlation	.201*	.671**	1	.294**	.249*	.248*
	Sig. (2-tailed)	.040	.000		.002	.011	.011
	N	105	105	105	105	105	105
X1p4	Pearson Correlation	-.040	.102	.294**	1	.552**	.496**
	Sig. (2-tailed)	.685	.300	.002		.000	.000
	N	105	105	105	105	105	105
X1p5	Pearson Correlation	.024	.014	.249*	.552**	1	.926**
	Sig. (2-tailed)	.808	.890	.011	.000		.000
	N	105	105	105	105	105	105
X1p6	Pearson Correlation	-.034	-.001	.248*	.496**	.926**	1
	Sig. (2-tailed)	.732	.990	.011	.000	.000	
	N	105	105	105	105	105	105
X1p7	Pearson Correlation	.207*	.221*	.177	.109	.135	.148
	Sig. (2-tailed)	.034	.023	.070	.268	.170	.131
	N	105	105	105	105	105	105
X1p8	Pearson Correlation	.280**	.238*	.079	.099	.188	.190
	Sig. (2-tailed)	.004	.015	.423	.317	.055	.053
	N	105	105	105	105	105	105
TOTAL	Pearson Correlation	.417**	.621**	.707**	.579**	.669**	.644**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	105	105	105	105	105	105

### 2. Variable Kualitas Produk (X2)

		Correlations					
		X2p1	X2p2	X2p3	X2p4	X2p5	X2p6
X2p1	Pearson Correlation	1	.252**	.118	.032	-.009	-.027
	Sig. (2-tailed)		.009	.232	.748	.924	.782
	N	105	105	105	105	105	105

X2p2	Pearson Correlation	.252**	1	.004	-.042	.039	.048
	Sig. (2-tailed)	.009		.967	.669	.691	.625
	N	105	105	105	105	105	105
X2p3	Pearson Correlation	.118	.004	1	.091	.094	.153
	Sig. (2-tailed)	.232	.967		.356	.340	.119
	N	105	105	105	105	105	105
X2p4	Pearson Correlation	.032	-.042	.091	1	.513**	.496**
	Sig. (2-tailed)	.748	.669	.356		.000	.000
	N	105	105	105	105	105	105
X2p5	Pearson Correlation	-.009	.039	.094	.513**	1	.913**
	Sig. (2-tailed)	.924	.691	.340	.000		.000
	N	105	105	105	105	105	105
X2p6	Pearson Correlation	-.027	.048	.153	.496**	.913**	1
	Sig. (2-tailed)	.782	.625	.119	.000	.000	
	N	105	105	105	105	105	105
X2p7	Pearson Correlation	.160	.273**	.175	.195*	.116	.215*
	Sig. (2-tailed)	.102	.005	.074	.046	.240	.028
	N	105	105	105	105	105	105
X2p8	Pearson Correlation	.050	.011	.269**	-.064	.060	.113
	Sig. (2-tailed)	.612	.910	.006	.518	.543	.250
	N	105	105	105	105	105	105
TOTAL	Pearson Correlation	.358**	.354**	.452**	.481**	.593**	.647**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	105	105	105	105	105	105

### 3. Variabel Kualitas Pelayanan (X3)

#### Correlations

		X3p1	X3p2	X3p3	X3p4	X3p5	X3p6
X3p1	Pearson Correlation	1	.100	.021	.102	.014	-.001
	Sig. (2-tailed)		.309	.834	.300	.890	.990
	N	105	105	105	105	105	105
X3p2	Pearson Correlation	.100	1	.336**	.195*	.277**	.216*
	Sig. (2-tailed)	.309		.000	.046	.004	.027
	N	105	105	105	105	105	105
X3p3	Pearson Correlation	.021	.336**	1	.072	.219*	.174
	Sig. (2-tailed)	.834	.000		.467	.024	.076
	N	105	105	105	105	105	105

X3p4	Pearson Correlation	.102	.195 <sup>*</sup>	.072	1	.552 <sup>**</sup>	.496 <sup>**</sup>
	Sig. (2-tailed)	.300	.046	.467		.000	.000
	N	105	105	105	105	105	105
X3p5	Pearson Correlation	.014	.277 <sup>**</sup>	.219 <sup>*</sup>	.552 <sup>**</sup>	1	.926 <sup>**</sup>
	Sig. (2-tailed)	.890	.004	.024	.000		.000
	N	105	105	105	105	105	105
X3p6	Pearson Correlation	-.001	.216 <sup>*</sup>	.174	.496 <sup>**</sup>	.926 <sup>**</sup>	1
	Sig. (2-tailed)	.990	.027	.076	.000	.000	
	N	105	105	105	105	105	105
X3p7	Pearson Correlation	.221 <sup>*</sup>	-.015	-.141	.109	.135	.148
	Sig. (2-tailed)	.023	.880	.153	.268	.170	.131
	N	105	105	105	105	105	105
X3p8	Pearson Correlation	.145	.089	.198 <sup>*</sup>	-.064	.065	.113
	Sig. (2-tailed)	.140	.364	.043	.518	.510	.250
	N	105	105	105	105	105	105
Total	Pearson Correlation	.392 <sup>**</sup>	.553 <sup>**</sup>	.474 <sup>**</sup>	.537 <sup>**</sup>	.712 <sup>**</sup>	.688 <sup>**</sup>
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	105	105	105	105	105	105

#### 4. Variabel Loyalitas Pelanggan (Y)

##### Correlations

		Yp1	Yp2	Yp3	Yp4	Yp5	Yp6
Yp1	Pearson Correlation	1	.266 <sup>**</sup>	.237 <sup>*</sup>	.150	.053	.229 <sup>*</sup>
	Sig. (2-tailed)		.006	.015	.127	.595	.019
	N	105	105	105	105	105	105
Yp2	Pearson Correlation	.266 <sup>**</sup>	1	.790 <sup>**</sup>	.107	.074	.146
	Sig. (2-tailed)	.006		.000	.275	.455	.138
	N	105	105	105	105	105	105
Yp3	Pearson Correlation	.237 <sup>*</sup>	.790 <sup>**</sup>	1	.225 <sup>*</sup>	.083	.184
	Sig. (2-tailed)	.015	.000		.021	.399	.060
	N	105	105	105	105	105	105
Yp4	Pearson Correlation	.150	.107	.225 <sup>*</sup>	1	.532 <sup>**</sup>	.261 <sup>**</sup>
	Sig. (2-tailed)	.127	.275	.021		.000	.007
	N	105	105	105	105	105	105
Yp5	Pearson Correlation	.053	.074	.083	.532 <sup>**</sup>	1	.107
	Sig. (2-tailed)	.595	.455	.399	.000		.277
	N	105	105	105	105	105	105

Yp6	Pearson Correlation	.229*	.146	.184	.261**	.107	1
	Sig. (2-tailed)	.019	.138	.060	.007	.277	
	N	105	105	105	105	105	105
Total	Pearson Correlation	.536**	.661**	.697**	.621**	.518**	.555**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	105	105	105	105	105	105

## B. Uji Reabilitas

### 1. Variabel Sistem Sewa (X1)

#### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.711	.707	8

### 2. Variable Kualitas Produk (X2)

#### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.613	.618	8

### 3. Variabel Kualitas Pelayanan (X3)

#### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.607	.630	8

### 4. Variabel Loyalitas Pelanggan (Y)

#### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.636	.641	6

## C. Uji Normalitas

### One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

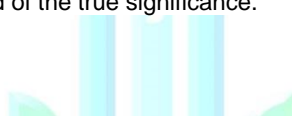
		Unstandardized Residual
N		105
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0000000



	Std. Deviation	1.90011311
Most Extreme Differences	Absolutei	.055
	Positivep	.055
	Negative	-.053
Test Statistica		.055
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 <sup>c,d</sup>

- a. Test distributioniis Normal.
- b. Calculatedifrom data.
- c. Lilliefors Significance Correction.
- d. This is a lower bound of the true significance.

#### D. Uji Multikolinieritas



Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta.			Tolerance	VIF
1	(Constant)	15.836	2.614		6.059	.000		
	SISTEM SEWA	.349	.119	.435	2.923	.004	.362	2.760
	KUALITAS PRODUK	.405	.108	.519	3.738	.000	.416	2.405
	KUALITAS PELAYANAN	-.477	.153	-.588	-3.125	.002	.227	4.414

a. Dependent Variable: LOYALITAS PELANGGAN

#### E. Uji Heteroskedastisitas



Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-2.009	1.445		-1.391	.167
	SISTEM SEWA	.071	.066	.172	1.074	.285
	KUALITAS PRODUK	.001	.060	.003	.019	.985
	KUALITAS PELAYANAN	.038	.084	.090	.445	.658

#### F. Uji Regresi Linier Berganda Uji Parsial (Uji t)

Coefficients<sup>a</sup>

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	15.836	2.614		6.059	.000
	SISTEM SEWA	.349	.119	.435	2.923	.004
	KUALITAS PRODUK	.405	.108	.519	3.738	.000
	KUALITAS PELAYANAN	-.477	.153	-.588	-3.125	.002

a. Dependent Variable: LOYALITAS.PELANGGAN

### G. Uji Simultan (Uji F)



#### ANOVA<sup>a</sup>

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	88.477	3	29.492	7.933	.000 <sup>b</sup>
	Residual	375.485	101	3.718		
	Total	463.962	104			

a. Dependent Variable: LOYALITAS PELANGGAN

b. Predictors: (Constant), KUALITAS PELAYANAN, KUALITAS PRODUK, SISTEM SEWA

### H. 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	.793 <sup>a</sup>	.629	.618	.71919

a. Predictors: (Constant), Sistem Sewa, Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan

b. Dependent Variable: Loyalitas Pelanggan

**Titik Persentase Distribusi t (df = 1 – 40)**

Df \ Pr	0.25	0.10	0.05	0.025	0.01	0.005	0.001
	0.50	0.20	0.10	0.050	0.02	0.010	0.002
1	1.00000	3.07768	6.31375	12.70620	31.82052	63.65674	318.30884
2	0.81650	1.88562	2.91999	4.30265	6.96456	9.92484	22.32712
3	0.76489	1.63774	2.35336	3.18245	4.54070	5.84091	10.21453
4	0.74070	1.53321	2.13185	2.77645	3.74695	4.60409	7.17318
5	0.72669	1.47588	2.01505	2.57058	3.36493	4.03214	5.89343
6	0.71756	1.43976	1.94318	2.44691	3.14267	3.70743	5.20763
7	0.71114	1.41492	1.89458	2.36462	2.99795	3.49948	4.78529
8	0.70639	1.39682	1.85955	2.30600	2.89646	3.35539	4.50079
9	0.70272	1.38303	1.83311	2.26216	2.82144	3.24984	4.29681
10	0.69981	1.37218	1.81246	2.22814	2.76377	3.16927	4.14370
11	0.69745	1.36343	1.79588	2.20099	2.71808	3.10581	4.02470
12	0.69548	1.35622	1.78229	2.17881	2.68100	3.05454	3.92963
13	0.69383	1.35017	1.77093	2.16037	2.65031	3.01228	3.85198
14	0.69242	1.34503	1.76131	2.14479	2.62449	2.97684	3.78739
15	0.69120	1.34061	1.75305	2.13145	2.60248	2.94671	3.73283
16	0.69013	1.33676	1.74588	2.11991	2.58349	2.92078	3.68615
17	0.68920	1.33338	1.73961	2.10982	2.56693	2.89823	3.64577
18	0.68836	1.33039	1.73406	2.10092	2.55238	2.87844	3.61048
19	0.68762	1.32773	1.72913	2.09302	2.53948	2.86093	3.57940
20	0.68695	1.32534	1.72472	2.08596	2.52798	2.84534	3.55181
21	0.68635	1.32319	1.72074	2.07961	2.51765	2.83136	3.52715
22	0.68581	1.32124	1.71714	2.07387	2.50832	2.81876	3.50499
23	0.68531	1.31946	1.71387	2.06866	2.49987	2.80734	3.48496
24	0.68485	1.31784	1.71088	2.06390	2.49216	2.79694	3.46678
25	0.68443	1.31635	1.70814	2.05954	2.48511	2.78744	3.45019
26	0.68404	1.31497	1.70562	2.05553	2.47863	2.77871	3.43500
27	0.68368	1.31370	1.70329	2.05183	2.47266	2.77068	3.42103
28	0.68335	1.31253	1.70113	2.04841	2.46714	2.76326	3.40816
29	0.68304	1.31143	1.69913	2.04523	2.46202	2.75639	3.39624
30	0.68276	1.31042	1.69726	2.04227	2.45726	2.75000	3.38518
31	0.68249	1.30946	1.69552	2.03951	2.45282	2.74404	3.37490
32	0.68223	1.30857	1.69389	2.03693	2.44868	2.73848	3.36531
33	0.68200	1.30774	1.69236	2.03452	2.44479	2.73328	3.35634
34	0.68177	1.30695	1.69092	2.03224	2.44115	2.72839	3.34793
35	0.68156	1.30621	1.68957	2.03011	2.43772	2.72381	3.34005
36	0.68137	1.30551	1.68830	2.02809	2.43449	2.71948	3.33262
37	0.68118	1.30485	1.68709	2.02619	2.43145	2.71541	3.32563
38	0.68100	1.30423	1.68595	2.02439	2.42857	2.71156	3.31903
39	0.68083	1.30364	1.68488	2.02269	2.42584	2.70791	3.31279
40	0.68067	1.30308	1.68385	2.02108	2.42326	2.70446	3.30688

**Titik Persentase Distribusi t (df = 41 – 80)**

df \ Pr	0.25	0.10	0.05	0.025	0.01	0.005	0.001
	0.50	0.20	0.10	0.050	0.02	0.010	0.002
41	0.68052	1.30254	1.68288	2.01954	2.42080	2.70118	3.30127
42	0.68038	1.30204	1.68195	2.01808	2.41847	2.69807	3.29595

43	0.68024	1.30155	1.68107	2.01669	2.41625	2.69510	3.29089
44	0.68011	1.30109	1.68023	2.01537	2.41413	2.69228	3.28607
45	0.67998	1.30065	1.67943	2.01410	2.41212	2.68959	3.28148
46	0.67986	1.30023	1.67866	2.01290	2.41019	2.68701	3.27710
47	0.67975	1.29982	1.67793	2.01174	2.40835	2.68456	3.27291
48	0.67964	1.29944	1.67722	2.01063	2.40658	2.68220	3.26891
49	0.67953	1.29907	1.67655	2.00958	2.40489	2.67995	3.26508
50	0.67943	1.29871	1.67591	2.00856	2.40327	2.67779	3.26141
51	0.67933	1.29837	1.67528	2.00758	2.40172	2.67572	3.25789
52	0.67924	1.29805	1.67469	2.00665	2.40022	2.67373	3.25451
53	0.67915	1.29773	1.67412	2.00575	2.39879	2.67182	3.25127
54	0.67906	1.29743	1.67356	2.00488	2.39741	2.66998	3.24815
55	0.67898	1.29713	1.67303	2.00404	2.39608	2.66822	3.24515
56	0.67890	1.29685	1.67252	2.00324	2.39480	2.66651	3.24226
57	0.67882	1.29658	1.67203	2.00247	2.39357	2.66487	3.23948
58	0.67874	1.29632	1.67155	2.00172	2.39238	2.66329	3.23680
59	0.67867	1.29607	1.67109	2.00100	2.39123	2.66176	3.23421
60	0.67860	1.29582	1.67065	2.00030	2.39012	2.66028	3.23171
61	0.67853	1.29558	1.67022	1.99962	2.38905	2.65886	3.22930
62	0.67847	1.29536	1.66980	1.99897	2.38801	2.65748	3.22696
63	0.67840	1.29513	1.66940	1.99834	2.38701	2.65615	3.22471
64	0.67834	1.29492	1.66901	1.99773	2.38604	2.65485	3.22253
65	0.67828	1.29471	1.66864	1.99714	2.38510	2.65360	3.22041
66	0.67823	1.29451	1.66827	1.99656	2.38419	2.65239	3.21837
67	0.67817	1.29432	1.66792	1.99601	2.38330	2.65122	3.21639
68	0.67811	1.29413	1.66757	1.99547	2.38245	2.65008	3.21446
69	0.67806	1.29394	1.66724	1.99495	2.38161	2.64898	3.21260
70	0.67801	1.29376	1.66691	1.99444	2.38081	2.64790	3.21079
71	0.67796	1.29359	1.66660	1.99394	2.38002	2.64686	3.20903
72	0.67791	1.29342	1.66629	1.99346	2.37926	2.64585	3.20733
73	0.67787	1.29326	1.66600	1.99300	2.37852	2.64487	3.20567
74	0.67782	1.29310	1.66571	1.99254	2.37780	2.64391	3.20406
75	0.67778	1.29294	1.66543	1.99210	2.37710	2.64298	3.20249
76	0.67773	1.29279	1.66515	1.99167	2.37642	2.64208	3.20096
77	0.67769	1.29264	1.66488	1.99125	2.37576	2.64120	3.19948
78	0.67765	1.29250	1.66462	1.99085	2.37511	2.64034	3.19804
79	0.67761	1.29236	1.66437	1.99045	2.37448	2.63950	3.19663
80	0.67757	1.29222	1.66412	1.99006	2.37387	2.63869	3.19526

**Titik Persentase Distribusi t (df = 81 –120)**

Pr \ df	0.25	0.10	0.05	0.025	0.01	0.005	0.001
	0.50	0.20	0.10	0.050	0.02	0.010	0.002
81	0.67753	1.29209	1.66388	1.98969	2.37327	2.63790	3.19392
82	0.67749	1.29196	1.66365	1.98932	2.37269	2.63712	3.19262
83	0.67746	1.29183	1.66342	1.98896	2.37212	2.63637	3.19135
84	0.67742	1.29171	1.66320	1.98861	2.37156	2.63563	3.19011
85	0.67739	1.29159	1.66298	1.98827	2.37102	2.63491	3.18890
86	0.67735	1.29147	1.66277	1.98793	2.37049	2.63421	3.18772
87	0.67732	1.29136	1.66256	1.98761	2.36998	2.63353	3.18657

88	0.67729	1.29125	1.66235	1.98729	2.36947	2.63286	3.18544
89	0.67726	1.29114	1.66216	1.98698	2.36898	2.63220	3.18434
90	0.67723	1.29103	1.66196	1.98667	2.36850	2.63157	3.18327
91	0.67720	1.29092	1.66177	1.98638	2.36803	2.63094	3.18222
92	0.67717	1.29082	1.66159	1.98609	2.36757	2.63033	3.18119
93	0.67714	1.29072	1.66140	1.98580	2.36712	2.62973	3.18019
94	0.67711	1.29062	1.66123	1.98552	2.36667	2.62915	3.17921
95	0.67708	1.29053	1.66105	1.98525	2.36624	2.62858	3.17825
96	0.67705	1.29043	1.66088	1.98498	2.36582	2.62802	3.17731
97	0.67703	1.29034	1.66071	1.98472	2.36541	2.62747	3.17639
98	0.67700	1.29025	1.66055	1.98447	2.36500	2.62693	3.17549
99	0.67698	1.29016	1.66039	1.98422	2.36461	2.62641	3.17460
100	0.67695	1.29007	1.66023	1.98397	2.36422	2.62589	3.17374
101	0.67693	1.28999	1.66008	1.98373	2.36384	2.62539	3.17289
102	0.67690	1.28991	1.65993	1.98350	2.36346	2.62489	3.17206
103	0.67688	1.28982	1.65978	1.98326	2.36310	2.62441	3.17125
104	0.67686	1.28974	1.65964	1.98304	2.36274	2.62393	3.17045
105	0.67683	1.28967	1.65950	1.98282	2.36239	2.62347	3.16967
106	0.67681	1.28959	1.65936	1.98260	2.36204	2.62301	3.16890
107	0.67679	1.28951	1.65922	1.98238	2.36170	2.62256	3.16815
108	0.67677	1.28944	1.65909	1.98217	2.36137	2.62212	3.16741
109	0.67675	1.28937	1.65895	1.98197	2.36105	2.62169	3.16669
110	0.67673	1.28930	1.65882	1.98177	2.36073	2.62126	3.16598
111	0.67671	1.28922	1.65870	1.98157	2.36041	2.62085	3.16528
112	0.67669	1.28916	1.65857	1.98137	2.36010	2.62044	3.16460
113	0.67667	1.28909	1.65845	1.98118	2.35980	2.62004	3.16392
114	0.67665	1.28902	1.65833	1.98099	2.35950	2.61964	3.16326
115	0.67663	1.28896	1.65821	1.98081	2.35921	2.61926	3.16262
116	0.67661	1.28889	1.65810	1.98063	2.35892	2.61888	3.16198
117	0.67659	1.28883	1.65798	1.98045	2.35864	2.61850	3.16135
118	0.67657	1.28877	1.65787	1.98027	2.35837	2.61814	3.16074
119	0.67656	1.28871	1.65776	1.98010	2.35809	2.61778	3.16013
120	0.67654	1.28865	1.65765	1.97993	2.35782	2.61742	3.15954



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA**  
**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ JEMBER**  
**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jl. Mataram No. 01 Mangli, Kalihwates, Jember, Jawa Timur, Kode Pos: 68136 Telp. (0331) 487550  
Fax (0331) 427006 e-mail: [feb@uinkhas.ac.id](mailto:feb@uinkhas.ac.id) Website: <http://uinkhas.ac.id>

Nomor : B-601/Un.22/7.a/PP.00.9/03/2023 27 Maret 2023  
Sifat : Biasa  
Lampiran : -  
Hal : Permohonan Ijin Penelitian

Yth. Bapak fathor pemilik Fath Production  
Jl. Tegal Batu, Patrang Jember

Disampaikan dengan hormat bahwa, dalam rangka menyelesaikan tugas Skripsi pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, maka bersama ini mohon diijinkan mahasiswa berikut :

Nama : Milia Ghifari  
NIM : E20172193  
Semester : XII (dua belas)  
Jurusan : Ekonomi Syariah  
Prodi : Ekonomi dan Bisnis Islam

untuk mengadakan Penelitian/Riset mengenai Pengaruh Sistem Sewa, Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan di Fath Production Jember di lingkungan lembaga wewenang Bapak/Ibu.

Demikian atas perkenan dan kerjasamanya disampaikan terima kasih.

a.n. Dekan  
Wakil Dekan Bidang Akademik,  
  
Nurul Widyawati Islami Rahayu



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA**  
**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ JEMBER**  
**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jl. Mataram No. 01 Mangli, Kaliwates, Jember, Jawa Timur. Kode Pos: 68136 Telp. (0331) 487550  
Fax (0331) 427005 e-mail: [febi@uinkhas.ac.id](mailto:febi@uinkhas.ac.id) Website: <http://uinkhas.ac.id>

Nomor : B-602 /Un.22/7.a/PP.00.9/03/2023 27 Maret 2023  
Sifat : Biasa  
Lampiran : -  
Hal : Permohonan Ijin Penelitian

Kepada Yth.  
Kepala Sekolah TK Ar-Rauhoh  
Jl. Slamet Riyadi, No. A 5, Patrang Jember

Disampaikan dengan hormat bahwa, dalam rangka menyelesaikan tugas Skripsi pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, maka bersama ini mohon diijinkan mahasiswa berikut :

Nama : Milia Ghifari  
NIM : E20172193  
Semester : XII (dua belas)  
Jurusan : Ekonomi Syariah  
Prodi : Ekonomi dan Bisnis Islam

untuk mengadakan Penelitian/Riset mengenai Pengaruh Sistem Sewa, Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan di Fath Production Jember di lingkungan lembaga wewenang Bapak/Ibu.

Demikian atas perkenan dan kerjasamanya disampaikan terima kasih.

a.n. Dekan  
Wakil Dekan Bidang Akademik,  
  
Nurul Widyawati Islami Rahayu



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA**  
**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ JEMBER**  
**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jl. Mataram No. 01 Mangli, Kaliwates, Jember, Jawa Timur, Kode Pos: 68136 Telp. (0331) 487550  
Fax (0331) 427005 e-mail: [febi@uinkhas.ac.id](mailto:febi@uinkhas.ac.id) Website: <http://uinkhas.ac.id>

Nomor : B-401 /Un.22/7.a/PP.00.9/03/2023 27 Maret 2023  
Sifat : Biasa  
Lampiran : -  
Hal : **Permohonan Ijin Penelitian**

Kepada Yth.  
Kepala Sekolah MI Riyalus Sholihien  
Jl. Melati V/10 Gebang Jember

Disampaikan dengan hormat bahwa, dalam rangka menyelesaikan tugas Skripsi pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, maka bersama ini mohon diijinkan mahasiswa berikut :

Nama : Milia Ghifari  
NIM : E20172193  
Semester : XII (dua belas)  
Jurusan : Ekonomi Syariah  
Prodi : Ekonomi dan Bisnis Islam

untuk mengadakan Penelitian/Riset mengenai Pengaruh Sistem Sewa, Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan di Fath Production Jember di lingkungan lembaga wewenang Bapak/Ibu.

Demikian atas perkenan dan kerjasamanya disampaikan terima kasih.

Dekan  
Wakil Dekan Bidang Akademik,  
  
Nurul Widyawati Islami Rahayu



4-





**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA**  
**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ JEMBER**  
**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jl. Mataram No. 01 Mangli, Kalwates, Jember, Jawa Timur. Kode Pos: 68136 Telp. (0331) 487550  
Fax (0331) 427005 e-mail: [febi@uinkhas.ac.id](mailto:febi@uinkhas.ac.id) Website: <http://uinkhas.ac.id>

Nomor : B-602/Un.22/7.a/PP.00.9/03/2023 27 Maret 2023  
Sifat : Biasa  
Lampiran : -  
Hal : **Permohonan Ijin Penelitian**

Kepada Yth.  
Kepala Sekolah TK Al-Aufaa  
Jl. Slamet Riyadi, No. 27 A, Patrang Jember

Disampaikan dengan hormat bahwa, dalam rangka menyelesaikan tugas Skripsi pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, maka bersama ini mohon diijinkan mahasiswa berikut :

Nama : Milia Ghifari  
NIM : E20172193  
Semester : XII (dua belas)  
Jurusan : Ekonomi Syariah  
Prodi : Ekonomi dan Bisnis Islam

untuk mengadakan Penelitian/Riset mengenai Pengaruh Sistem Sewa, Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan di Fath Production Jember di lingkungan lembaga wewenang Bapak/Ibu.

Demikian atas perkenan dan kerjasamanya disampaikan terima kasih.

a.n. Dekan  
Wakil Dekan Bidang Akademik,



Nurul Widyawati Islami Rahayu

4-



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA**  
**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ JEMBER**  
**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jl. Mataram No. 01 Mangli, Kaliwates, Jember, Jawa Timur. Kode Pos: 68136 Telp. (0331) 487350  
Fax (0331) 427005 e-mail: [feb@uinkhas.ac.id](mailto:feb@uinkhas.ac.id) Website: <http://uinkhas.ac.id>

Nomor : B-641 /Un.22/7.a/PP.00.9/04/2023 03 April 2023  
Sifat : Biasa  
Lampiran : -  
Hal : Permohonan Ijin Penelitian

Kepada Yth.  
Kepala Sekolah Islam Terpadu Ananda  
Jl. Kaliurang, Tegal Gede, Jember.

Disampaikan dengan hormat bahwa, dalam rangka menyelesaikan tugas Skripsi pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, maka bersama ini mohon diijinkan mahasiswa berikut :

Nama : Milia Ghifari  
NIM : E20172193  
Semester : XII (dua belas)  
Jurusan : Ekonomi Syariah  
Prodi : Ekonomi dan Bisnis Islam

untuk mengadakan Penelitian/Riset mengenai Pengaruh Sistem Sewa, Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan di Fath Production Jember di lingkungan lembaga wewenang Bapak/Ibu.

Demikian atas perkenan dan kerjasamanya disampaikan terima kasih.

Dekan  
Wakil Dekan Bidang Akademik,  
  
Nurul Widyawati Islami Rafayau





**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA**  
**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ JEMBER**  
**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jl. Mataram No. 01 Mangil, Kaihates, Jember, Jawa Timur. Kode Pos: 68136 Telp. (0331) 487550  
Fax (0331) 427005 e-mail: feb@uinkhas.ac.id Website: http://uinkhas.ac.id

Nomor : B-644 /Un.22/7.a/PP.00.9/04/2023 04 April 2023  
Sifat : Biasa  
Lampiran : -  
Hal : **Permohonan Ijin Penelitian**

Kepada Yth.  
Kepala Sekolah TK Al-Baitul Amien  
Jl. Wijaya Kusuma No.1, Pagah, Jemberlor.

Disampaikan dengan hormat bahwa, dalam rangka menyelesaikan tugas Skripsi pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, maka bersama ini mohon diijinkan mahasiswa berikut :

Nama : Milia Ghifari  
NIM : E20172193  
Semester : XII (dua belas)  
Jurusan : Ekonomi Syariah  
Prodi : Ekonomi dan Bisnis Islam

untuk mengadakan Penelitian/Riset mengenai Pengaruh Sistem Sewa, Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan di Fath Production Jember di lingkungan lembaga wewenang Bapak/Ibu.

Demikian atas perkenan dan kerjasamanya disampaikan terima kasih.

a n Dekan

Wakil Dekan Bidang Akademik,



Nurul Widyawati Islami Rahayu



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA**  
**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ JEMBER**  
**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jl. Mataram No. 01 Mangli, Kaliwates, Jember, Jawa Timur. Kode Pos: 68136 Telp. (0331) 487050  
Fax (0331) 427005 e-mail: [febis@uinkhas.ac.id](mailto:febis@uinkhas.ac.id) Website: <http://uinkhas.ac.id>



**SURAT KETERANGAN LULUS PLAGIASI**

Nomor : B-68 ES/Un.22/7.d/PP.00.9/06/2023

Bagian Akademik Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam menerangkan bahwa :

Nama : Milia Ghifari  
NIM : E20172193  
Program Studi : Ekonomi Syariah  
Judul : Pengaruh Sistem Sewa, Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan di Fath Production Jember

Adalah benar-benar telah lulus pengecekan plagiasi dengan menggunakan aplikasi Turnitin, dengan tingkat kesamaan dari Naskah Publikasi Tugas Akhir pada aplikasi Turnitin kurang atau sama dengan 30%.

Demikian surat keterangan ini dibuat agar dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Jember, 15 Juni 2023

An. Dekan  
Kepala Bagian Akademik  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam



Syahrul Mulyadi



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ JEMBER  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jl. Mataram No. 01 Mangli, Kaliwates, Jember, Jawa Timur. Kode Pos: 68136  
Telp. (0331) 487550 Fax (0331) 427005 e-mail: febi@uinkhas.ac.id  
Website: <https://febi.uinkhas.ac.id/>



### SURAT KETERANGAN

Kami yang bertandatangan di bawah ini, menerangkan bahwa :


Nama : MILIA GHIFARI

NIM : E20172193

Semester : 12

Berdasarkan keterangan dari Dosen Pembimbing telah dinyatakan selesai bimbingan skripsi. Oleh karena itu mahasiswa tersebut diperkenankan mendaftarkan diri untuk mengikuti Ujian Skripsi.

Jember, 16 Mei 2023  
Koordinator Prodi. Ekonomi Syariah,

  
M.F. Hidayatullah



## Dokumentasi



Peneliti meminta foto bersama dengan pemilik Fath Productio Jember setelah melakukan wawancara mengenai sejarah berdirinya Fath Production Jember



Peneliti mengambil foto ketika bapak Fathor melakukan pekerjaan foto prawisuda



Peneliti menyebarkan kuesioner kepada salah satu pelanggan tetap Fath Production jember



Peneliti menyebarkan kuesioner kepada salah satu penyewa tetap di Fath Production Jember



J E M B E R



Peneliti menyebarkan kuesioner kepada beberapa sekolah/lembaga tetap di Fath Production Jember

## BIODATA PENULIS



Nama : Milia Ghifari  
NIM : E20172193  
Tempat dan Tanggal Lahir : Jember, 27 Maret 1997  
Alamat : Jl. Serma Moch Muhdar, No. 155, RT 001 RW 003  
Desa Antirogo, Kecamatan Sumbersari, Kabupaten  
Jember, Jawa Timur 68157  
Agama : Islam  
No. HP : 082233173339  
E-mail : miliaghifari270397@gmail.com  
Jurusan : Ekonomi Islam  
Program Studi : Ekonomi Syariah  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam  
Universitas : Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq  
Jember

### Riwayat Pendidikan

1. TK Bina Anaprasa Nuris 2003
2. SD Negeri Baratan 01 2009
3. Pondok Pesantren Al-Amien Prenduan 2016
4. UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember 2023