

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

1.1. Objek Umum Penelitian

Objek umum penelitian ini adalah konsumen yang menggunakan produk kecantikan Scarlett Whitening, dengan fokus pada pemahaman mengenai pengaruh Customer Relationship Marketing (CRM) terhadap komitmen dan komunikasi terhadap loyalitas pelanggan. Dalam konteks penelitian ini, Scarlett Whitening menjadi contoh produk kecantikan yang digunakan sebagai kasus studi untuk mengevaluasi bagaimana aspek-aspek CRM, seperti interaksi pelanggan, kepercayaan, dan kepuasan pelanggan, memengaruhi komitmen pelanggan terhadap merek. Penelitian ini juga akan mengeksplorasi peran komunikasi dalam memperkuat hubungan antara konsumen dan merek, serta sejauh mana faktor-faktor tersebut berkontribusi terhadap loyalitas pelanggan terhadap produk Scarlett Whitening. Dengan menganalisis variabel-variabel tersebut, penelitian ini bertujuan untuk memberikan wawasan yang mendalam terkait dengan faktor-faktor yang memengaruhi loyalitas pelanggan dalam konteks produk kecantikan, khususnya Scarlett Whitening.

1.2. Analisis Data

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh Customer Relationship Marketing (CRM), komitmen, dan komunikasi terhadap loyalitas pelanggan. Data yang dikumpulkan melalui survei terhadap sejumlah responden disajikan dalam konteks analisis statistik untuk mendapatkan pemahaman yang komprehensif terkait hubungan antarvariabel. Analisis regresi linier digunakan untuk mengukur tingkat pengaruh variabel independen (CRM, komitmen, dan komunikasi) terhadap variabel dependen (loyalitas pelanggan).

1.2.1 Karakteristik Responden

1) Usia Responden

Tabel 4.1 Persentase Usia Responden

No	Kelompok Usia	Jumlah	Persentase
1	< 20 tahun	24	21,43%
2	20 – 29 tahun	82	73,21%
3	30 – 39 tahun	2	1,79%
4	40 – 49 tahun	3	2,68%
5	> 50 tahun	1	0,89%
Total		112	100,00%

Sumber: Olah Data, 2023

Berdasarkan table 4.1, terdapat informasi tentang distribusi jumlah responden berdasarkan kelompok usia. Mayoritas responden berada dalam kelompok usia 20-29 tahun, dengan jumlah sebanyak 82 responden atau 73,21% dari total 112 responden. Kelompok usia di bawah 20 tahun memiliki 24 responden, menyumbang sekitar 21,43% dari total. Sementara itu, kelompok usia 30-39 tahun memiliki 2 responden (1,79%), kelompok usia 40-49 tahun memiliki 3 responden (2,68%), dan kelompok usia di atas 50 tahun hanya memiliki 1 responden (0,89%).

2) Jenis Kelamin Responden

Tabel 4.2 Persentase Jenis Kelamin Responden

No	Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase
1	Laki-laki	45	40,18%
2	Perempuan	67	59,82%
Total		112	100,00%

Sumber: Olah Data, 2023

Pada tabel 4.2, menggambarkan distribusi jumlah responden berdasarkan kelompok usia dan jenis kelamin. Dalam kelompok usia, terdapat dua kategori, yaitu laki-laki dan perempuan. Dari total 112 responden, 45 orang atau 40,18% merupakan laki-laki, sementara 67 orang atau 59,82% merupakan perempuan. Jika dilihat dari jenis kelamin, perempuan mendominasi dengan persentase yang lebih tinggi dibandingkan laki-laki.

3) Pekerjaan Responden

Tabel 4.3 Persentase Pekerjaan Responden

No	Pekerjaan	Jumlah	Persentase
1	BUMN/PNS	3	2,68%
2	Mahasiswa/Pelajar	82	73,21%
3	Wirausaha/Wiraswasta	13	11,61%
4	Karyawan swasta	2	1,79%
5	Lainnya	12	10,71%
Total		112	100,00%

Sumber: Olah Data, 2023

Data tersebut menggambarkan distribusi pekerjaan dari 112 responden dalam suatu survei. Mayoritas responden, sebanyak 82 orang atau 73,21%, merupakan mahasiswa atau pelajar. Sementara itu, sebanyak 13 orang atau 11,61% teridentifikasi sebagai wirausaha atau wiraswasta, dan hanya 2 orang atau 1,79% bekerja sebagai karyawan swasta. Pekerjaan lainnya mencakup 12 responden atau 10,71%. BUMN/PNS memiliki jumlah yang lebih kecil, yaitu 3 orang atau 2,68%. Keseluruhan data mencerminkan dominasi mahasiswa/pelajar dalam sampel survei, sementara wirausaha dan karyawan swasta memiliki representasi yang lebih rendah, dengan variasi dalam jenis pekerjaan lainnya.

Pekerjaan dalam kategori "Lainnya" dapat mencakup berbagai jenis, seperti pekerjaan lepas, pekerjaan paruh waktu, pekerjaan sementara, atau pekerjaan dengan deskripsi yang tidak dapat dikategorikan dengan jelas dalam klasifikasi yang disediakan dalam tabel.

4) Penghasilan Responden

Tabel 4.4 Persentase Penghasilan Responden

No	Penghasilan	Jumlah	Persentase
1	< Rp. 500.000	35	31,25%
2	Rp. 501.000 - Rp. 2.000.000	28	25,00%
3	Rp. 2.001.000 - Rp. 3.500.000	17	15,18%
4	Rp. 3.501.000 - Rp. 5.000.000	13	11,61%
5	> Rp. 5.000.000	19	16,96%
Total		112	100,00%

Sumber : Olah Data, 2023

Data di atas merupakan distribusi penghasilan responden dalam suatu kategori tertentu. Sebanyak 35 responden atau 31,25% memiliki penghasilan kurang dari Rp. 500.000, sementara 28 responden atau 25,00% berada dalam rentang penghasilan Rp. 501.000 hingga Rp. 2.000.000. Ada 17 responden atau 15,18% yang memiliki penghasilan antara Rp. 2.001.000 hingga Rp. 3.500.000, dan 13 responden atau 11,61% berada dalam rentang Rp. 3.501.000 hingga Rp. 5.000.000. Sebanyak 19 responden atau 16,96% memiliki penghasilan lebih dari Rp. 5.000.000. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden berada dalam kategori penghasilan rendah hingga menengah, dengan sebagian kecil memiliki penghasilan tinggi.

Uji Validitas

Uji validitas adalah uji yang digunakan untuk mengukur valid atau tidak validnya setiap pernyataan dalam kuesioner. Uji validitas dilakukan dengan membandingkan antara r hitung dengan r table untuk degree of freedom (df) = $n - 2$, dalam hal ini n adalah jumlah responden sebanyak 112 responden, maka besarnya df dapat dihitung $112 - 2 = 110$. Dengan $df = 112$ dan $\alpha = 0,05$ didapat r table = 0,185 (dengan melihat r table pada $df = 110$ dengan uji dua arah). Jika nilai r hitung > r table dan bernilai positif, maka butir pertanyaan atau indikator tersebut dinyatakan valid.

Tabel 4.6 Uji Validitas Variabel Komitmen (X₁)

Kode Pertanyaan	Pearson Correlation rhitung	rtabel	Keterangan
X2.1	0,758	0,1526	Valid
X2.2	0,789	0,1526	Valid
X2.3	0,829	0,1526	Valid
X2.4	0,778	0,1526	Valid
X2.5	0,835	0,1526	Valid

Sumber : Olah Data, 2023

Berdasarkan hasil tabel diatas menunjukkan bahwa semua pertanyaan atau instrumen pada variabel Komunikasi terbukti valid karena masing – masing item pertanyaan memiliki nilai r hitung > r tabel yang bernilai 0,185

Tabel 4.7 Uji Validitas Variabel Komunikasi (X₂)

Kode Pertanyaan	Pearson Correlation rhitung	rtabel	Keterangan
X1.1	0,798	0,1526	Valid
X1.2	0,827	0,1526	Valid
X1.3	0,740	0,1526	Valid
X1.4	0,840	0,1526	Valid
X1.5	0,839	0,1526	Valid
X1.6	0,618	0,1526	Valid

Sumber : Olah Data, 2023

Berdasarkan hasil tabel diatas menunjukkan bahwa semua pertanyaan atau instrumen pada variabel Komitmen terbukti valid karena masing – masing item pertanyaan memiliki nilai r hitung > r tabel yang bernilai 0,185

Tabel 4.8 Uji Validitas Variabel Loyalitas Pelanggan (Y)

Kode Pertanyaan	Pearson Correlation rhitung	rtabel	Keterangan
Y.1	0,833	0,1526	Valid
Y.2	0,924	0,1526	Valid
Y.3	0,902	0,1526	Valid

Y.4	0,899	0,1526	Valid
Y.5	0,908	0,1526	Valid

Sumber : Olah Data, 2023

Berdasarkan hasil tabel diatas menunjukkan bahwa semua pertanyaan atau instrumen pada variabel Loyalitas terbukti valid karena masing – masing item pertanyaan memiliki nilai r hitung > r tabel yang bernilai 0,185

Uji Realibilitas

Uji reliabilitas merupakan alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Untuk mencari nilai reliabilitas penulis akan menggunakan teknik Cronbach Alpha. dengan uji cronbach's alpha. Suatu variabel dikatakan reliable jika memberikan nilai cronbach's alpha > 0,60

Tabel 4.9 Uji Realibilitas Variabel Komunikasi

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,865	6

Sumber : Olah Data, 2023

Berdasarkan Tabel diatas dapat diketahui bahwa semua pernyataan atau instrumen variabel Komunikasi dinyatakan reliabel karena memiliki nilai *Cronbach's Alpha* 0,865 > 0,60

Tabel 4.10 Uji Realibilitas Variabel Komitmen

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,855	5

Sumber : Olah Data, 2023

Berdasarkan Tabel diatas dapat diketahui bahwa semua pernyataan atau instrumen variabel Komitmen dinyatakan reliabel karena memiliki nilai *Cronbach's Alpha* $0,855 > 0,60$.

Tabel 4.11 Uji Realibilitas Variabel Loyalitas Pelanggan

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,936	5

Sumber : Olah Data, 2023

Berdasarkan Tabel diatas dapat diketahui bahwa semua pernyataan atau instrumen variabel Loyalitas dinyatakan reliabel karena memiliki nilai *Cronbach's Alpha* $0,936 > 0,60$

Uji Normalitas

Pengujian ini dimaksudkan untuk mengetahui apakah data terdistribusi normal atau tidak. Tes normalitas dapat dilakukan dengan menggunakan uji one sample *kolmogrov-smirnov* dengan tingkat signifikan $0,05$. Jika $sig > 0,05$, maka data terdistribusi normal dan sebaliknya, jika $sig < 0,05$, maka data tidak terdistribusi normal

Tabel 4.12 Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		112
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	1,65196062
Most Extreme Differences	Absolute	,080
	Positive	,063
	Negative	-,080
Test Statistic		,080
Asymp. Sig. (2-tailed)		,076 ^c

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

Sumber : Olah Data, 2023

Berdasarkan hasil uji normalitas dapat diketahui nilai *Kolmogorov Smirnov* sebesar 0,080 dengan signifikansi sebesar 0,076. Nilai $\text{sig} = 0,076 > \alpha = 0,05$ berarti bahwa data berdistribusi normal.

Uji Multikolinearitas

Pengujian ini bertujuan untuk mengetahui apakah ada tidaknya gejala multikolonieritas didalam model regresi. Dasar pengambilan keputusan uji multikolinearitas ada 2 cara yaitu melihat nilai *tolerance* dan nilai VIF (*Variance Inflation Factor*). Jika nilai *tolerance* $> 0,1$ dan nilai VIF < 10 , maka tidak terjadi multikolinieitas.

Tabel 4.13 Uji Multikolinearitas

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	-1,971	,975		-2,022	,046		
	Komunikasi	,673	,074	,694	9,101	,000	,340	2,941
	Komitmen	,292	,099	,224	2,940	,004	,340	2,941

a. Dependent Variable: Loyalitas Pelanggan

Sumber : Olah Data, 2023

Berdasarkan hasil uji multikolinieritas pada tabel diatas, hasil Uji

Multikolonieritas terlihat bahwa nilai tolerance dari kedua variabel independen $> 0,1$ dan nilai VIF tersebut < 10 , bahwa dapat disimpulkan tidak ada gejala multikolonieritas

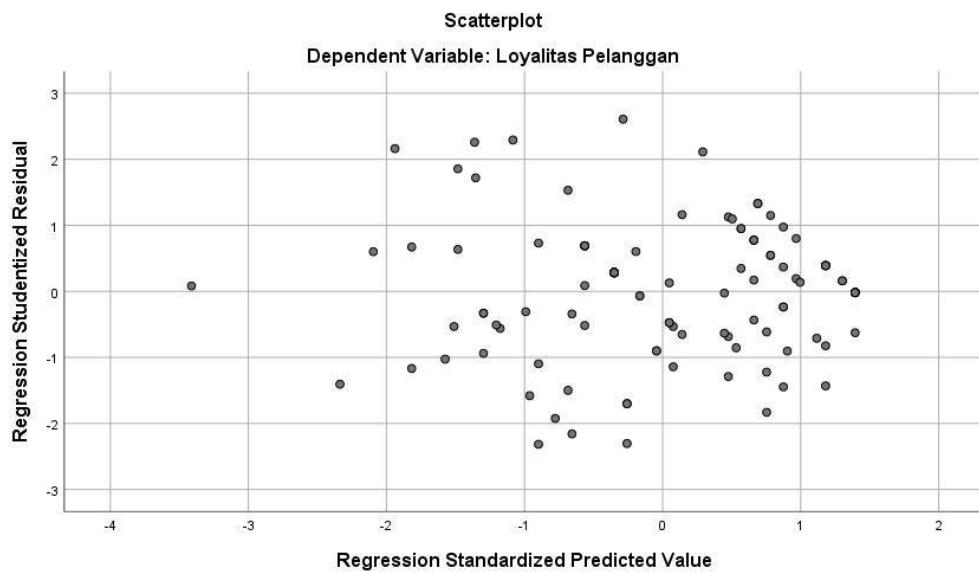
Uji Heteroskedastisitas (Scatterplot)

Pengujian heteroskedastisitas juga dapat dilakukan dengan melihat grafik scatterplot antara nilai prediksi terikat (ZPRED) X dan nilai residual (SRESID) Y dengan ketentuan sebagai berikut.

- a. Titik-titik data menyebar di atas dan di bawah atau disekitar angka 0.
- b. Titik-titik tidak hanya mengumpul di atas atau di bawah angka 0.
- c. Jika titik-titik membentuk pola tertentu seperti gelombang melebar kemudian menyempit dan melebar kembali, maka terjadi gangguan heteroskedastisitas.
- d. Jika titik-titik menyebar tanpa membentuk pola tertentu, maka tidak terjadi gangguan heteroskedastisitas.

Adapun hasil uji heteroskedastisitas berbentuk scatterplot sebagai berikut.

Gambar 4.1 Uji Heteroskedastisitas



Sumber : Olah Data, 2023

Berdasarkan hasil gambar di atas, titik-titik pada grafik scatterplot tidak mempunyai pola penyebaran yang jelas atau tidak membentuk pola tertentu dan menyebar di atas dan di bawah angka 0 (nol), dengan demikian tidak terdapat gangguan heteroskedastisitas pada model regresi sehingga model regresi layak digunakan sebagai data penelitian.

Uji Regresi Linier Berganda

Uji regresi linear berganda digunakan untuk mengetahui pengaruh dua variabel bebas (independent) atau lebih terhadap satu variabel terikat (dependent).

Tabel 4.14 Uji Regresi Linear Berganda

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	-1,971	,975		-2,022	,046		
	Komunikasi	,673	,074	,694	9,101	,000	,340	2,941
	Komitmen	,292	,099	,224	2,940	,004	,340	2,941

a. Dependent Variable: Loyalitas Pelanggan

Sumber : Olah Data, 2023

Berdasarkan tabel tersebut dengan melihat *Coefficients* maka diperoleh persamaan regresi linear berganda sebagai berikut:

$$Y = -1,971 + 0,673X_1 + 0,292 X_2$$

Keterangan:

- Y : Loyalitas
 X₁ : Komunikasi
 X₂ : Komitmen

Dari persamaan tersebut, dapat diketahui bahwa:

1. Nilai konstanta sebesar -1,971 artinya jika variabel independen yang terdiri dari Komunikasi dan Komitmen bernilai 0 (nol), maka Loyalitas akan tetap bernilai sebesar -1,971.
2. Koefisien regresi Komunikasi (X₁) sebesar 0,673 dan bernilai positif, artinya jika variabel Komunikasi semakin naik satu satuan dengan asumsi variabel yang lain tetap maka Loyalitas akan meningkat sebesar 0,673
3. Koefisien regresi Komitmen (X₂) sebesar 0,292 dan bernilai positif, artinya jika variabel Komitmen semakin naik satu satuan dengan asumsi variabel yang lain
4. tetap maka Loyalitas akan meningkat sebesar 0,292

Uji t

Uji t digunakan untuk mengetahui pengaruh masing-masing variable independen terhadap variabel dependen. Uji t didalam penelitian ini menggunakan nilai signifikansi sebesar 0,05 dan membandingkan t hitung dengan t table, jika nilai signifikansi < 0,05 dan t hitung > t tabel, maka variabel independen secara parsial memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen.

Tabel 4.15 Uji T Parsial

Model	Coefficients ^a				
	Unstandardized Coefficients	Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics

	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	-1,971	,975		-	,046		
				2,022			
Komunikasi	,673	,074	,694	9,101	,000	,340	2,941
Komitmen	,292	,099	,224	2,940	,004	,340	2,941

a. Dependent Variable: Loyalitas Pelanggan

Sumber : Olah Data, 2023

Berdasarkan tabel diatas didapat hasil analisis sebagai berikut:

1. Variabel Komunikasi

Nilai t hitung sebesar 9,101 dengan nilai signifikansi 0,000, maka nilai t hitung $9,101 > t$ tabel yaitu 1,982 dan nilai sig $0,000 < 0,05$, yang berarti hipotesis diterima, maka Komitmen berpengaruh terhadap Loyalitas

2. Variabel Komitmen

Nilai t hitung sebesar 2,940 dengan nilai signifikansi 0,124, maka nilai t hitung $2,940 > t$ tabel yaitu 1,982 dan nilai sig $0,004 < 0,05$, yang berarti hipotesis diterima, maka Komunikasi berpengaruh terhadap Loyalitas

Uji F

Uji F digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen secara bersama-sama atau simultan mempengaruhi variabel dependen. Uji F dalam penelitian ini menggunakan nilai signifikansi sebesar 0,05 dan membandingkan F hitung dengan F tabel ,yang ditentukan jika nilai signifikansi $< 0,05$ dan F hitung $> F$ tabel, maka semua variabel independen memiliki pengaruh yang signifikan secara bersama-sama terhadap variabel dependen.

Tabel 4.16 Uji F Simultan

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1103,075	2	551,537	198,463	,000 ^b

Residual	302,916	109	2,779		
Total	1405,991	111			

a. Dependent Variable: Loyalitas Pelanggan

b. Predictors: (Constant), Komitmen, Komunikasi

Sumber : Olah Data, 2023

Berdasarkan hasil uji F didapat nilai f hitung sebesar 198,463 dan nilai signifikansi sebesar 0,000. Nilai f hitung $>$ f tabel ($198,463 > 3,079$) dan signifikansi $0,000 < 0,05$, yang berarti hipotesis diterima, Komunikasi dan Komitmen secara bersama-sama atau simultan berpengaruh terhadap Loyalitas

Koefisien Determinasi (R^2)

Uji koefisien determinasi merupakan uji yang digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel independen.

Tabel 4.17 Uji Koefisien Determinasi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,886 ^a	,785	,781	1,667

a. Predictors: (Constant), Komitmen, Komunikasi

b. Dependent Variable: Loyalitas Pelanggan

Sumber : Olah Data, 2023

Berdasarkan tabel diatas diperoleh hasil per *Adjusted R Square* (R^2) sebesar 0,781 atau 78,1%. Hal ini menunjukkan bahwa variabel independen (Komunikasi dan Komitmen) mampu menjelaskan variabel dependen (Loyalitas) sebesar 78,1%. Sedangkan sisanya 21,9% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini

Statistik Deskriptif

Penelitian ini menggunakan jenis analisis deskriptif dengan menggunakan persepsi responden atas butir pertanyaan yang diajukan dalam bentuk pernyataan.

Angka jawaban responden dari angka 1 sampai 4. Adapun persepsi responden atas pernyataan yang diberikan untuk variabel motivasi kerja disajikan pada tabel berikut:

1. Variabel Komunikasi

Tabel 4.18 Uji Statistik Deskriptif Variabel Komunikasi

Jumlah Jawaban Responden								
Kode Pernyataan	Jumlah Jawaban Responden				Mean	Std. Dev	Min	Max
	STS	TS	S	SS				
	X1.1	1	15	57				
X1.2	4	18	50	40	3,13	0,807	1	4
X1.3	8	28	44	32	2,89	0,904	1	4
X1.4	4	19	48	41	3,13	0,818	1	4
X1.5	2	11	51	48	3,29	0,718	1	4
X1.6	4	10	44	54	3,32	0,785	1	4

Sumber : Olah Data, 2023

Berdasarkan tabel di atas, dapat dijelaskan bahwa nilai rata-rata terbesar yaitu senilai 3,32 termasuk keterangan jawaban setuju. Dengan persentase responden yang menyatakan sangat setuju sebanyak 54 responden, setuju sebanyak 57 responden, tidak setuju sebanyak 28 responden, dan sangat tidak setuju sebanyak 8 responden.

2. Variabel Komitmen

Tabel 4.19 Uji Statistik Deskriptif Variabel Komitmen

Jumlah Jawaban Responden								
Kode Pernyataan	Jumlah Jawaban Responden				Mean	Std. Dev	Min	Max
	STS	TS	S	SS				
	X2.1	3	10	50				
X2.2	1	10	54	47	3,31	0,672	1	4

X2.3	1	17	51	43	3,21	0,728	1	4
X2.4	1	5	49	57	3,45	0,627	1	4
X2.5	1	9	56	46	3,31	0,658	1	4

Sumber : Olah Data, 2023

Berdasarkan tabel di atas, dapat dijelaskan bahwa nilai rata-rata terbesar yaitu senilai 3,45 termasuk keterangan jawaban setuju. Dengan persentase responden yang menyatakan sangat setuju sebanyak 57 responden, setuju sebanyak 56 responden, tidak setuju sebanyak 17 responden, dan sangat tidak setuju sebanyak 3 responden.

3. Variabel Loyalitas

Tabel 4.20 Uji Statistik Deskriptif Variabel Loyalitas Pelanggan

Kode Pernyataan	Jumlah Jawaban Responden							
	Jumlah Jawaban Responden				Mean	Std. Dev	Min	Max
	STS	TS	S	SS				
Y1	3	9	58	42	3,24	0,713	1	4
Y2	2	19	49	42	3,17	0,770	1	4
Y3	5	18	53	36	3,07	0,813	1	4
Y4	3	20	51	38	3,11	0,787	1	4
Y5	6	24	41	41	3,04	0,894	1	4

Sumber : Olah Data, 2023

Berdasarkan tabel di atas, dapat dijelaskan bahwa nilai rata-rata terbesar yaitu senilai 3,24 termasuk keterangan jawaban setuju. Dengan persentase responden yang menyatakan sangat setuju sebanyak 42 responden, setuju sebanyak 58 responden, tidak setuju sebanyak 24 responden, dan sangat tidak setuju sebanyak 6 responden.

2.3. PEMBAHASAN :

Berdasarkan pengujian yang dilakukan dengan pengolahan data menggunakan *Software* SPSS Penulis mendapatkan hasil atas Rumusan masalah yang sudah ditetapkan sebelumnya, hasil akan diuraikan sebagai berikut ini :

Pengaruh Komunikasi (X₁) Terhadap Loyalitas Pelanggan (Y) :

Berdasarkan Tabel diatas dapat diketahui bahwa semua pernyataan atau instrumen variabel Komunikasi dinyatakan reliabel karena memiliki nilai *Cronbach's Alpha* $0,865 > 0,60$.

Variabel Komunikasi :

Nilai t hitung sebesar 9,101 dengan nilai signifikansi 0,000, maka nilai t hitung $9,101 > t$ tabel yaitu 1,982 dan nilai sig $0,000 < 0,05$, yang berarti hipotesis diterima, maka Komitmen berpengaruh terhadap Loyalitas

Pengaruh Komitmen (X₁) Terhadap Loyalitas Pelanggan (Y)

Dapat disimpulkan bahwa semua pernyataan atau instrumen variabel Komitmen dinyatakan reliabel karena memiliki nilai *Cronbach's Alpha* $0,855 > 0,60$.

Variabel Komitmen :

Nilai t hitung sebesar 2,940 dengan nilai signifikansi 0,124, maka nilai t hitung $2,940 > t$ tabel yaitu 1,982 dan nilai sig $0,004 < 0,05$, yang berarti hipotesis diterima, maka Komunikasi berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan.