

PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN RUMAH MAKAN SEDERHANA BATU AJI

The Effect of Product Quality and Price on Consumer Loyalty at Sederhana Restaurant Batu Aji

Tanasya Meli Kevitanturi¹, Tirta Mulyadi².

Manajemen Kuliner, Politeknik Pariwisata Batam.

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini untuk mengetahui: (1) pengaruh kualitas produk dan harga terhadap loyalitas konsumen RM. Sederhana Batu Aji. (2) kualitas produk (3) harga. Jenis penelitian ini kuantitatif deskriptif. Populasi dalam penelitian ini 269 orang. Sampel dihitung menggunakan rumus Slovin sehingga berjumlah 161 orang. Teknik pengumpulan data menggunakan wawancara, observasi, kuesioner dan dokumentasi. Uji coba instrumen yang digunakan menggunakan uji validitas, uji reliabilitas dan uji hipotesis. Hasil penelitian ini menunjukkan: (1) Pengaruh Kualitas Produk terhadap Loyalitas Konsumen RM. Sederhana Batu Aji dikategorikan baik dari hasil uji coba hipotesis parsial (uji-t) yaitu sebesar 2.900 (2) Pengaruh Harga terhadap Loyalitas Konsumen RM. Sederhana Batu Aji di kategorikan baik dari hasil uji coba hipotesis parsial (uji-t) yaitu sebesar 12,753. (3) Pengaruh Kualitas Produk dan Harga secara bersama-sama terhadap Loyalitas Konsumen RM. Sederhana Batu Aji hal ini diperoleh dari hasil pengolahan data dan dibuktikan dengan pengujian hipotesis dimana $F_{hitung} 181.650 > F_{tabel} 3,045$. Dengan taraf Sig $0,00 < 0,05$. Kontribusi pengaruh kualitas produk dan harga terhadap loyalitas konsumen RM. Sederhana Batu Aji sebesar 66,1% dan sisanya sebesar 33,9% dapat dipengaruhi oleh variabel di luar pengaruh kualitas produk dan harga.

Kata Kunci: Kualitas Produk, Harga, Loyalitas Konsumen, Rumah Makan Sederhana.

ABSTRACT

The purpose of this research is to find out: (1) the influence of product quality and price on consumer loyalty at Sederhana Restaurant Batu Aji (2) product quality (3) consumer loyalty . this type of research is descriptive quantitative research . the population in this study amounted to 269 people. The sample is calculated using the slovin formula to number 161 people. Data collection techniques using interviews, observation, questionnaires and documentation. Test instruments used using validity test, reliability test and hypothesis test. The results of this study showed: (1) The Effect of Product Quality on Consumer Loyalty at Sederhana Restaurant Batu Aji categorized well this is obtained from the results of a partial hypothesis trial (t-test) of 2.900. (2) The Effect of quality on consumer loyalty satisfaction at Sederhana Restaurant Batu Aji categorized well this is obtained from the results of a partial hypothesis trial (t-test) of 12,753. (3) The effect of product and price quality jointly on consumer loyalty at Restaurant Sederhana Batu Aji this is obtained from the results of data processing and proven by hypothesis testing where $F_{hitung} 181.650 > F_{tabel} 3,045$ with a significant level of $0,00 < 0,05$. Contribution of product quality and price on consumer loyalty at Restaurant Sederhana Batu Aji by 66,1% and the remaining 33,9% can be influenced by variables outside the influence of product quality and price.

Keywords: Product Quality, Price, Consumer Loyalty, Restaurant Sederhana.

PENDAHULUAN

Seiring berkembangnya suatu bisnis kuliner di era globalisasi yang maju saat ini, membuat pembeli menjadi lebih selektif dalam menentukan suatu kualitas produk dan jasanya, sehingga mencapai kepuasan bagi pelanggan. Perusahaan dituntut untuk terus mengembangkan dan meningkatkan kualitas produk dan jasanya guna memenangkan persaingan untuk merebut minat pembeli. Adapun sektor yang berkembang dengan adanya perdagangan bebas adalah pada sektor industri kuliner. Hal ini yang wajib dilakukan perusahaan agar bisa memenangkan persaingan yaitu melalui penyampaian barang ataupun jasa dengan kualitas baik dan harga yang cukup sehingga dapat bersaing dengan pasar agar terjadi pembelian berulang atau loyalitas oleh konsumen (Kelin Parlin Queen, 2022)

Pada saat ini industri makan dan minum merupakan penyumbang kontribusi terbesar terhadap sektor industri pengolahan non migas pada triwulan I tahun 2022, industri makanan dan minuman menyumbang lebih dari sepertiga atau sebesar 37,77% dari PDB industri pengolahan nonmigas industri makan tumbuh sebesar 3,75% pada triwulan I-2022 atau lebih tinggi dibandingkan dengan

triwulan 1-2021 yang mencapai 2,45%. Menurut (Kementerian Perindustrian Republik Indonesia, 2022).

Menurut Kotler dan Armstrong dalam (Yulinda et al., 2021) mendefinisikan bahwa suatu produk adalah setiap tawaran yang dilakukan oleh perusahaan untuk dapat memuaskan dan kebutuhan konsumennya. Sedangkan menurut Segati dalam (Lestari et al., 2022) kualitas produk merupakan suatu produk dan jasa yang memiliki nilai tanpa memiliki kekurangan sehingga dapat memberikan ekspektasi terhadap produk kepada pelanggan. Selain itu, produk merupakan faktor utama untuk menentukan posisi pasar sebuah usaha. Semakin tinggi tingkat kualitas produk maka semakin tinggi tingkat kepuasan pada konsumen.

Menurut Kotler dan Armstrong dalam (Nurmin et al., 2022) mengatakan karakteristik kualitas produk sangat bergantung terhadap kemampuan guna memuaskan kebutuhan pelanggan yang nyata. Selain kualitas produk, harga juga menjadi salah satu faktor utama dalam sebuah perusahaan, untuk mendapatkan pemasukan bagi perusahaan, harga juga menjadi alat utama dalam melakukan proses pertukaran suatu barang atau jasa, untuk mendapatkan produk yang akan dibeli guna memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen. Sedangkan menurut

Kotler dan Armstrong dalam (Leni Kurnia Dewi et al., 2021) mendefinisikan harga adalah sejumlah uang yang akan dibebankan untuk produk dan jasa sebagai nilai tukar untuk mendapatkan manfaat dari produk dan jasa tersebut. Berdasarkan pengamatan tersebut, ada salah satu rumah makan khas padang yang sangat terkenal di Kota Batam yaitu Rumah Makan Sederhana.

RM. Sederhana selalu berusaha untuk menciptakan komperatif dengan pesaingnya. Rumah makan Sederhana berdiri sejak tahun 1972, untuk di Kota Batam sendiri sudah ada pada tahun 2002. Dalam persaingan yang terjadi antar pelaku bisnis yang serupa membuat adanya perjuangan dalam mempertahankan keberadaanya. Dengan meningkatkan kualitas produk yang sangat mempengaruhi terhadap pembelian dimasa yang akan datang. Kepuasan konsumen bertujuan memberikan manfaat yang dapat mempengaruhi antar pengusaha dan konsumen menjadi harmonis agar terciptanya loyalitas konsumen, serta dapat merekomendasikan dari mulut ke mulut yang menguntungkan bagi pengusaha. Menurut Griffin dalam (Rahma et al., 2022) Loyalitas konsumen yaitu sikap yang ditunjukkan konsumen terhadap penyediaan suatu produk atau jasa. Jika sebuah bisnis dapat membuat konsumen puas, konsumen akan menunjukkan loyalitas. Pelanggan yang setia adalah seorang yang membeli kembali. Salah satu faktor untuk meraih kesuksesan dalam menjalankan strategi bisnis kuliner sebuah restoran yaitu harus memperhatikan kualitas produk agar terciptanya sebuah keputusan dalam pembelian.

Pada penelitian ini penulis memilih dengan objek penelitian pada Rumah Makan Sederhana yang berlokasi di kecamatan Batu Aji yang sudah berdiri sejak tahun 2014, Rumah Makan Sederhana Batu Aji terletak komplek Cipta Agung No. 1-2, Jl. Letjend Suprpto, Bukit Tempayan Kec. Batu Aji Kota Batam, Kepulauan Riau 29444. Bersebelahan dengan RSUD Embung Fatimah. Pemilik usaha Rumah Makan Sederhana adalah H. Bustaman. Rumah makan sederhana menjadi salah satu tempat makan favorit bagi beberapa kalangan seperti, pegawai toko ataupun pegawai perkantoran. Dari hasil wawancara dengan manager RM. Sederhana, rumah makan sederhana memiliki menu andalan seperti rendang, ikan kepala kakap, dan ayam pop rumah makan sederhana sendiri memiliki cita rasa yang sudah disesuaikan dengan pribumi dengan cita rasa asin pedas, tak hanya itu menu lauk yang terdapat di RM. Sederhana sangat banyak, tak hanya menjual berbagai macam lauk pauk tetapi RM. Sederhana juga menjual sate padang, serta nasi goreng dan menjual minuman jus buah segar yang tentunya sangat berbeda dengan usaha kuliner bisnis masakan padang yang ada di Kota Batam.

Berdasarkan pengamatan yang terdapat pada ulasan komentar pelanggan di aplikasi go food penulis menemukan beberapa masalah yang ada di rumah makan ini terutama pada kualitas produk dan harga. Dari hasil pengamatan penulis konsumen mengatakan: masa sekelas RM. Sederhana sayurnya hanya 2 irisan timun, kuahnya sangat sedikit jadi tidak seperti nasi padang, serta tidak ada sayur malah yang diberikan kubis mentah kecewa biasanya beli selalu puas. Penulis juga melakukan beberapa wawancara terhadap manager. Dari hasil wawancara manager untuk konsumen Rumah Makan Sederhana Batu Aji lebih banyak memilih untuk take away melalui aplikasi online go food,

untuk konsumen yang membeli di lokasi paling banyak berkunjung pada saat jam makan siang.

Banyaknya pengunjung yang datang maupun melalui aplikasi online yaitu go food terlihat jelas sama persis dengan yang dikatakan oleh manager, pengunjung dalam sehari bisa mencapai 100-150 orang. Adapun data kunjungan di RM. Sederhana Batu Aji dalam kurun waktu 6 bulan terakhir dapat dilihat dari tabel berikut:

Tabel 1. 1 Data Jumlah Pengunjung RM. Sederhana Batu Aji

Bulan	Omzet Penjualan	Jumlah Pengunjung
Januari	363.505.375	7.269
Februari	380.033.300	7.590
Maret	430.513.975	8.610
April	430.454.750	8.580
Mei	343.602.650	6.870
Juni	468.956.550	9.360

Sumber: RM. Sederhana Batu Aji 2022

Tabel diatas menunjukkan pengunjung dan omset penjualan yang terjadi 6 bulan terakhir, dimana dapat penurunan yang sangat signifikan pada bulan Mei dikarenakan penurunan pendapatan masyarakat penduduk Kota Batam selama pemberlakuan New Normal setelah terjadinya wabah Covid-19. Sehingga masyarakat memilih menghemat pengeluaran untuk tidak membeli makan diluar dan membuat makanan pada rumah masing-masing. Dari hasil wawancara singkat dengan manager, beberapa konsumen yang jauh dari RM. Sederhana Batu Aji mereka dapat memesan melalui aplikasi online yaitu go food. Peneliti memutuskan untuk melakukan penelitian di Rumah Makan Sederhana karena Brand dari rumah makan ini sudah sangat lama dikenal dengan masyarakat Kota Batam dan akan di jadikan sebagai responden. Karena Rumah makan Sederhana banyak terkenal oleh kalangan masyarakat khususnya Kota Batam. Oleh karena itu diperlu diadakan kajian mengenai dari segi loyalitas konsumen dengan kualitas produk dan harga yang ada di RM. Sederhana Batu Aji sehingga dapat digunakan sebagai acuan referensi terhadap meningkatnya loyalitas konsumen.

Perihal diatas dapat dijadikan suatu kesimpulan yang mempengaruhi keputusan peneliti untuk mengangkatnya sebagai tugas akhir dan akan dirangkum dalam satu judul yaitu "Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Loyalitas Konsumen Rumah Makan Sederhana Batu Aji".

METODOLOGI PENELITIAN

Menurut Sugiyono dalam (Martania, 2020) metode penelitian merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan suatu data dengan tujuan dan kegunaan tertentu. Menurut Sugiyono dalam (Imron, 2019) disebut metode kuantitatif karena data penelitian berupa angka-angka dan analisis menggunakan statistik. Menurut individu Syamsudi dan Damayanti dalam (Martania, 2020) penelitian menggunakan deskriptif bertujuan mendeskripsikan fenomena dengan menggunakan angka-angka untuk mendeskripsikan karakter individu maupun kelompok. Tujuan penelitian mendapatkan data primer, pengumpulan data penelitian dengan cara teknik riset lapangan (survei) dengan menyebarkan kuesioner yang berisi pernyataan kepada responden konsumen RM. Sederhana Batu Aji dengan tujuan memperoleh jumlah informasi yang dibutuhkan.

Operasional Variabel

Menurut (Rizal Mahmudi, 2021) operasional variabel merupakan uraian-uraian yang akan menjabarkan variabel penelitian yang mencakup dimensi atau indikator dengan tujuan memudahkan pengertian dan menghindari perbedaan persepsi dalam sebuah penelitian Menurut Sugiyono dalam (Rizal Mahmudi, 2021) variabel penelitian adalah segala sesuatu dengan bentuk apa saja yang akan di gunakan oleh penelitian untuk dipelajari agar memperoleh informasi tentang hal tersebut, serta mendapatkan kesimpulannya. Penelitian ini memakai tiga variabel dari dua variabel independent yaitu kualitas produk (X1) dan harga (X2) serta satu variabel dependep yaitu loyalitas konsumen. (Y).

- Variabel Independen
Variabel Independen adalah variabel yang sering disebut sebagai variabel stimulus, prediktor, anteseden. Variabel independen merupakan variabel yang dapat mempengaruhi serta menjadi sebab adanya perubahan, yang akan minumbalkan variabel dependen (terikat). Sugiyono dalam (Wijoyo & Girivirya, 2020).
- Variabel Dependen
Variabel Dependen adalah variabel terikat yang sering disebut sebagai variabel output, kriteria, konsekuen. Variabel terikat merupakan variabel yang dapat dipengaruhi menjadi akibat karena adanya variabel bebas. Sugiyono dalam (Wijoyo & Girivirya, 2020).

1. Operasional variable penelitian

Dalam penulisan akan memerlukan operasional konsep supaya penulis bisa mudah memahami dan sesuai dengan tujuan penulis, menurut Syofian dalam (Trisnawati, 2021) konsep adalah suatu istilah yang memiliki satu kata atau lebih dalam suatu generalisasi pada gejala yang berlaku umum atau abstrak untuk mengetahui fenomena dirumuskan atas dasar generalisasi dari jumlah karakteristik kejadian, keadaan, kelompok atau individu. Dalam penelitian ini terdapat dua variabel, yaitu variabel bebas (X) dan variabel terikat (Y).

- a. Variabel Bebas (X)
Menurut Burhan Bungin dalam (Trisnawati, 2021) variabel bebas adalah variabel yang menjadi arah atau dapat berubah tergantung pada variabel. Dalam penelitian ini adalah Kualitas Produk dan Harga.
- b. Variabel Terikat (Y).
Variabel terikat yaitu variabel tergantung (Dependent variabel). Menurut Burhan Bungin dalam (Trisnawati, 2021) variabel tergantung adalah variabel yang berpengaruh terhadap variabel bebas. Variabel terikat (Y) dalam penelitian ini adalah loyalitas konsumen.

2. Skala pengukuran variable

Dalam penelitian ini yaitu menggunakan Skala Likert. Skala likert digunakan sebagai tolak ukur dari sikap, pendapat, dan persepsi seseorang dan juga kelompok tentang fenomena social Sugiyono dalam (Radha Amalita, 2021).

Pada penelitian ini skor pada jawaban sangat setuju bernilai 5, skor pada jawaban setuju bernilai 4, skor

pada jawaban kurang setuju bernilai 3, skor pada jawaban tidak setuju bernilai 2, skor pada jawaban sangat tidak setuju bernilai 1.

Metode Pengumpulan Data

1. Kuisisioner

Menurut sugiyono dalam (Wati, 2019) kuesioner adalah Teknik mengumpulkan data sebuah pertanyaan atau pernyataan tertulis terhadap responden agar bisa mendapatkan jawaban. Kuesioner pada penelitian ini bertujuan mendapatkan jawaban dari responden yang berisi informasi yang diperlukan oleh peneliti. Pada penelitian ini kuesioner dilakukan secara online pada konsumen RM. Sederhana Batu Aji yang telah berkunjung minimal 2 kali dengan rentang usia 17- 60 tahun .penelitian ini menggunakan kuesioner jenis pernyataan tertutup, konsumen diminta untuk menjawab dengan alternatif pilihan jawaban yang menggunakan Skala Likert.

2. Jenis Data

a. Data Primer

Data primer adalah data yang didapat melalui langsung dengan sumber aslinya. Data primer dikhususkan untuk menjawab dari pertanyaan penelitian. Sugiyono dalam (Qiyanto, 2020) Data primer yang dikumpul dalam penelitian ini merupakan data yang diperoleh dari penyebaran kuesioner dalam bentuk googleform kepada sampel penelitian.

b. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang tidak langsung memberikan data kepada peneliti, misalnya peneliti harus melalui orang lain atau mencari dokumen. Data sekunder biasanya telah dikumpulkan oleh lembaga pengumpul data dan dipublikasikan kepada masyarakat pengguna data. Sugiyono dalam (Qiyanto, 2020) Data sekunder dalam penelitian ini berupa studi kepustakaan, jurnal, dan informasi yang berhubungan dengan masalah ini.

3. Wawancara

Wawancara merupakan metode yang digunakan untuk mendapatkan informasi secara langsung, mendalam, tidak terstruktur, dan individual menurut Sugiyono dalam (Shabrina et al., 2020). Sedangkan menurut Emzir dalam (Shabrina et al., 2020) wawancara ialah suatu interaksi dengan komunikasi yang memperoleh informasi dengan tanya jawab antar peneliti dan informan atau subjek penelitian. Pada proposal proyek akhir ini, penulis akan mengajukan beberapa pertanyaan mengenai permasalahan yang akan diteliti dan dibahas, dengan pihak yang terkait guna mendapatkan data yang konkret yaitu Bapak Deni Mh selaku manger RM. Sederhana Batu Aji.

4. Observasi

Observasi adalah suatu metode yang menganalisis dengan pencatatan yang dilakukan dengan sistematis, tak hanya dari orang melainkan juga dari objek-objek alam lainnya. Sugiyono dalam (Afriyani & Muhajirin, 2021) obsevasi dilakukan

sebagai pendukung dari hasil kuesioner dan wawancara yang dilakukan melihat objek secara langsung.

5. Dokumen

Dokumentasi adalah catatan peristiwa yang berlalu, bisa berbentuk tulisan, gambar karya monumental dari seseorang. Menurut peneliti dalam pengumpulan data karena dokumentasi merupakan data penting dalam bukti terlaksananya penelitian yang akan peneliti laksanakan.

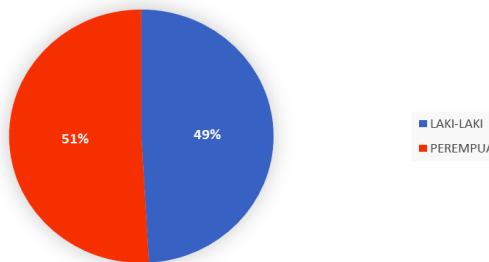
HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Analisis Deskriptif

Dalam analisis Deskriptif penelitian ini hasil yang diperoleh adalah data frekuensi pembelian pada pengunjung terhadap produk RM. Sederhana Batu Aji. Frekuensi pembelian penelitian ini adalah cara untuk mengukur jumlah kunjungan RM. Sederhana Batu Aji. Sampel yang didapatkan dengan karakteristik jenis kelamin, usia berusia 9-75 tahun, pekerjaan dan dalam sebulan pernah melakukan pembelian 2 kali, 5 kali, 10 kali, > 10 kali terhadap produk RM. Sederhana Batu Aji yang berjumlah 216 responden.

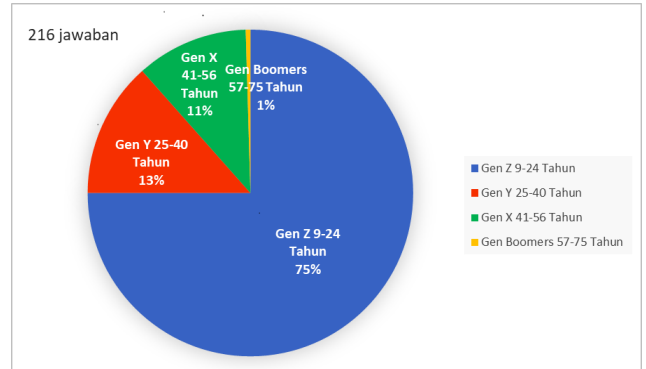
1. Berikut frekuensi jenis kelamin dari konsumen terhadap produk RM. Sederhana Batu Aji yang di peroleh dari kuesioner penelitian dari 216 responden, dapat dilihat pada gambar dibawah:

216 jawaban



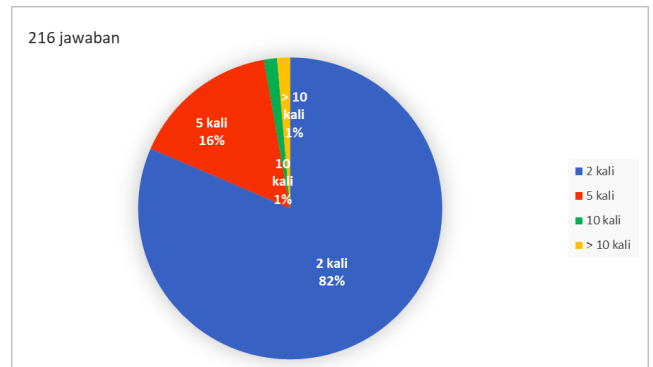
Berdasarkan hasil yang diperoleh dari data diagram diatas bahwa jumlah frekuensi jenis kelamin perempuan lebih banyak sebesar 51% dengan 110 orang, sedangkan presentase pengunjung jenis kelamin laki-laki lebih sedikit sebesar 49% dengan jumlah 106 orang. Perbedaan presentasi pengunjung perempuan dan laki-laki tidak begitu jauh perbedaanya. Pengunjung perempuan lebih besar persentasenya dikarenakan memang RM. Sederhana Batu Aji menyediakan menu produk yang banyak varian serta kualitas produk yang baik sehingga sangat cocok bagi para perempuan yang memiliki tingkat rasa selera yang tinggi.

2. Berikut frekuensi usia dari konsumen terhadap produk RM. Sederhana Batu Aji yang di peroleh dari kuesioner penelitian dari 216 responden dapat dilihat pada gambar dibawah:



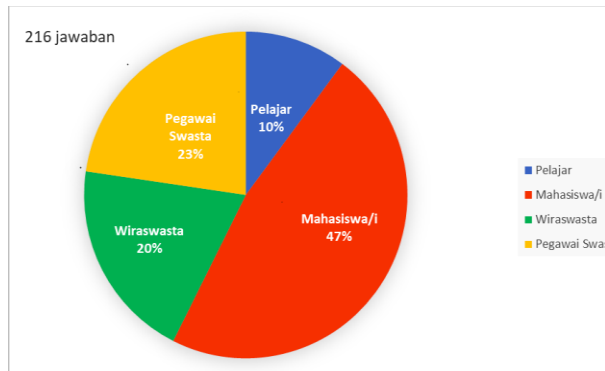
Berdasarkan hasil yang diperoleh dari data diagram diatas bahwa jumlah frekuensi Gen Z dengan jumlah 162 orang 75% lebih banyak membeli produk RM. Sederhana Batu Aji hal ini dikarenakan pada usia ini biasanya sering untuk di adakan rapat bersama teman atau rekan kerja ataupun acara makan bersama dengan teman sekelas dikarenakan fasilitas yang dimiliki RM. Sederhana sangat mendukung, rentang usia terbanyak kedua yaitu Gen Y dengan jumlah 29 orang 13%, lalu di usia Gen X dengan jumlah 24 orang 11%, dan terakhir rentang usia Gen Boomers dengan jumlah 1 orang 1%.

3. Berikut frekuensi pembelian dalam sebulan dari konsumen terhadap produk RM. Sederhana Batu Aji yang di peroleh dari kuesioner penelitian dari 216 responden dapat dilihat pada gambar di bawah:



Berdasarkan hasil yang diperoleh dari data diagram diatas bahwa jumlah frekuensi pembelian yang dilakukan oleh konsumen RM. Sederhana Batu Aji mayoritas adalah konsumen yang telah melakukan pembelian 2 kali dalam sebulan dengan jumlah 176 orang 82% dikarenakan kebanyakan konsumen membeli karena suka makan makanan cita rasa khas padang, konsumen terbanyak kedua yaitu yang membeli 5 kali dengan jumlah 34 orang 16%, lalu yang ketiga 10 kali dengan jumlah 3 orang 1%, dan yang keempat konsumen yang membeli > 10 kali dengan jumlah 3 orang 1%.

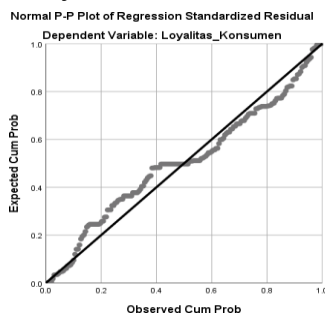
4. Berikut frekuensi pekerjaan dari konsumen terhadap produk RM. Sederhana Batu Aji yang di peroleh dari kuesioner penelitian dari 216 responden dapat dilihat pada gambar di bawah:



Berdasarkan hasil yang diperoleh dari data diagram diatas bahwa jumlah frekuensi yang terbanyak adalah kalangan mahasiswa/i dengan jumlah 102 orang 47% hal ini dikarenakan kebanyakan mahasiswa suka membeli produk RM. Sederhana karena dekat dengan kampus mahasiswa/i tersebut, dikalangan terbanyak kedua pegawai swasta dengan jumlah 49 orang 20% , dikalangan ketiga wiraswasta berjumlah 43 orang 20%, dan yang keempat di kalangan pelajara dengan jumlah 22 orang 10%.

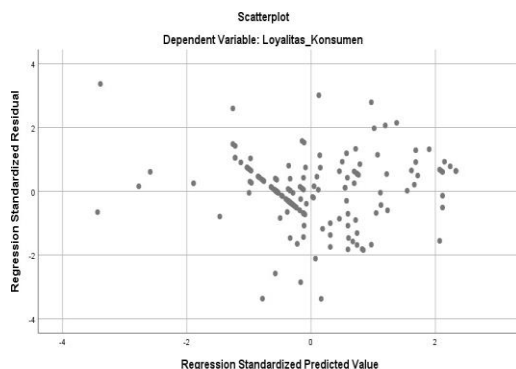
Hasil Uji Asumsi Klasik

1. Hasil uji normalitas



Berdasarkan hasil data yang diolah diatas dapat dilihat hasil penyebaran titik dari gambar normal P-P Plot of Regression relatif mendekati dan mengikuti garis diagonal. Dan dapat disimpulkan bahwa residual (data) diatas berdistribusi normal.

2. Hasil uji heteroskedastisitas



Berdasarkan hasil grafik diatas dari hasil uji Heterokedastisitas dapat disimpulkan bahwa penelitian ini tidak terjadi heterokedastisitas. Hal ini dikarenakan grafik diatas dan dibawah tidak berkumpul disekitar area angka 0 (tersebar secara acak, sehingga model regresi dapat dibuktikan tidak mengalami heterokedastisitas dan layak sebagai memprediksi Loyalitas Konsumen

3. Hasil Multikolinieritas

Variabel	Collinearity Statistics		Keterangan
	Tolerance	VIF	
Kualitas Produk (X ₁)	0.600	1,668	Bebas Multikolinieritas
Harga (X ₂)	0.600	1,668	Bebas Multikolinieritas

Berdasarkan hasil uji diatas, dinyatakan bahwa memenuhi kriteria. Diketahui bahwa nilai variabel X₁ dan X₂ terhadap nilai toleransi > 0,1 dan nilai VIF < 10 dan dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi Multikolinieritas dalam model regresi.

Analisi Regresi Linier Berganda

Coefficients ^a					
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	Sig.
		B	Std. Error	Beta	
1	(Constant)	-1,062	1,740		,542
	Kualitas Produk	,124	,043	,160	,290
	Harga	,867	,068	,705	,000

Berdasarkan hasil analisis tersebut, maka persamaan yang diperoleh adalah:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e$$

$$Y = -1,062 + 0,124 + 0,867 + e$$

Dari persamaan diatas dapat diketahui bahwahubungan ketiga variabel pada penelitian ini yaitu apabila (X₁) kualitas produk naik satu satuan angka maka (Y) loyalist konsumen akan naik sebesar 0,124 dan (X₂) harga akan naik satu satuan angka maka (Y) loyalitas konsumen akan naik sebesar 0,867. Sedangkan nilai konstanta diatas menunjukkan apabila Y= 0, maka X₁ dan X₂ akan turun sebesar -1,062. Karena nilai konstanta menunjukkan negatif maka persamaan regresinya akan dibalik menjadi sebagai:

$$Y = 0,124(X_1) + 0,867(X_2) + e$$

Jadi ketika kualitas produk dan harga menurun sebesar 1,062, maka tidak ada kualitas produk atau variabel Y= 0. Meskipun nilai konstanta negatif, hal tersebut tidak akan menjadi masalah dan bisa diabaikan saja selama X₁ dan X₂ yang di hasilkan positif dantidak 0, data dapat berdistribusi positif , tidak terjadi heterokedastisitas dan tidak terjadi multikolinieritas. Maka penjelasan diatas bahwa semakin tinggi kualitas produk akan semakin rendah harga yang diberikan, hal ini akan dapat dipengaruhi terhadap loyalitas konsumen dari setiap produk yang ada karena sebelumnya diketahui variabel harga memiliki pengaruh cukup besar terhadap loyalitas konsumen.

Dapat disimpulkan para konsumen tidak terlalu sensitif terhadap kualitas produk yang diberikan akan tetapi akan sensitif terhadap harga yang diberikan penjual. Solusinya dengan memilih bahan standar yang akan bisa diterima para konsumen agar dapat diterima setiap loyalitas konsumen yang membeli produk RM. Sederhana Batu Aji. Adanya loyalitas konsumen karena RM. Sederhana Batu Aji tetap memberikan harga setiap produk berdasarkan jumlah dan akan disesuaikan dengan pilihan kualitas yang diinginkan konsumen.

1. Hasil uji pengaruh parsial (uji-t)

Uji-t pada penelitian ini memiliki jumlah responden 186 orang dan derajat kebebasan 183 orang (df=n-k)

dengan nilai probabilitas 0,05. Melalui hasil perhitungan dengan Microsoft Excel dengan rumus TINV maka nilai t_{tabel} yang menghasilkan 1,973. Maka hasil uji-t dapat dilihat pada tabel dibawah:

Variabel	thitung	Tabel	Sig.	Standar	Sig.
Kualitas Produk	2,900	1,973	0,004	0,05	
Harga	12,753	1,973	0,000	0,05	

Hasil variabel kualitas produk diatas bahwa nilai t_{hitung} 2.900 > t_{tabel} 1,973 dengan sig < 0,05 dapat disimpulkan bahwa H_a diterima maka variabel kualitas produk memiliki pengaruh positif terhdap loyalitas konsumen. Pada variabel Harga nilai t_{hitung} 12,753 > 1,973 t_{tabel} dengan sig < 0,05 sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh antara variabel Harga terhadap variabel Loyalitas Konsumen.

2. Hasil pengaruh serempak (uji-f)

Uji-F pada penelitian ini dengan jumlah responde 186 orang, maka $df_1 = 2$ dan $df_2 = 183$ dengan nilai probabilitas 0,05. Maka berdasarkan hasil hitung Microsoft Excel dengan rumu FINV maka diketahui ni F_{tabel} adalah

Fhitung	Ftabel	Sig.	Standar Sig.
181,650	3,045	0,000	0,005

Hasil Uji-F diatas menghasilkan nilai Sig. 0,000 < 0,05 dan F_{hitung} 181.650 > F_{tabel} 3,045. Sehingga dapat diartikan variabel kualitas produk (X_1) dan harga (X_2) secara silmutan memiliki pengaruh positif terhadap variabel loyalitas konsumen (Y).

3. Hasil Koefisien Determinasi (R^2)

Model	R	R^2
1	0,665	0,661

Koefisien determinasi digunakan untuk mengukur besar pengaruh model terhadap variabel yang digunakan. Hasil uji koefisien determinasi yang diperoleh hasil olahan regresi linier berganda didapatkan angka 0,661. Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas produk dan harga secara simultan memberikan pengaruh terhadap variabel loyalitas konsumen sebesar 66,1%. Sedangkan 33,9% sisanya dipengaruhi oleh variabel lain.

Pembahasan

1. Pengaruh Kualitas Produk (X_1) terhadap Loyalitas Konsumen (Y)

Berdasarkan hasil penelitian dapat diketahui bahwa kualitas produk berpengaruh positif signifikan terhadap loyalitas konsumen di RM. Sederhana Batu Aji. Hal ini ditunjukkan dengan hasil uji t variabel kualitas produk nilai t_{hitung} 2.900 > t_{tabel} 1,973. Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian sebelumnya yang berjudul “Pengaruh Kualitas Produk, dan Harga Terhadap Loyalitas Konsumen Mitna Café di Kota Langsa” oleh (Tengku Putri et al., 2021) yang menyatakan bahwa semakin bagus kualitas produk yang diberikan kepada konsumen membuat konsumen percaya kepada produk

tersebut dan mereka akan datang kembali dengan perusahaan yang sama.

2. Pengaruh Harga (X_2) terhadap Loyalitas Konsumen (Y)

Berdasarkan hasil penelitian dapat diketahui bahwa harga berpengaruh terhadap loyalitas konsumen di RM. Sederhana Batu Aji, hal ini ditunjukkan dengan hasil uji t variabel harga nilai t_{hitung} 12,753 > 1,973 t_{tabel} . Hasil ini sesuai dengan peneliti sebelumnya oleh (Purnama et al., 2022) dalam penelitian yang brjudul “Pengaruh Kualitas Produk Dan Suasana Toko Terhadap Loyalitas Konsumen Ompu Gende Cofee”. Penelitian tersebut menunjukkan bahwa berpengaruh positif yang signifikan dari variabel Harga terhadap Loyalitas Konsumen. Oleh karena itu H_2 diterima dan dapat diketahui bahwa harga yang diberikan oleh RM. Sederhana Batu Aji sesuai dan diterima oleh konsumen.

3. Pengaruh Kualitas Produk (X_1) dan Harga (X_2) terhadap Loyalitas Konsumen (Y)

Berdasarkan hasil penelitian dapat diketahui bahwa kualitas produk dan harga secara silmutan berpengaruh terhadap loyalitas konsumen di RM. Sederhana hal ini dibuktikan dengan hasil uji F yaitu F_{hitung} 181.650 > F_{tabel} 3,045. Dengan hasil R^2 menunjukkan pengaruh kualitas produk dan harga sebesar 66,1% sedangkan 33,9% sisanya dipengaruhi oleh variabel lain.

Hasil ini sesuai dengan penelitain yang dilakukan oleh (Kelin Parlin Queen, 2022) dalam penelitian yang berjudul “Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pempek 299 di Lampung Tengah” yang menyatakan bahwa kualitas produk dan harga berpengaruh positif dan signifikan baik terhadap loyalitas Pelanggan, semakin baik kualitas produk dan harga secara bersama akan menciptakan loyalitas konsumen.

KESIMPULAN

Berdasarkan pembahasan pada bab sebelumnya, dapat ditarik kesimpulan bahwa:

1. Kualitas produk memiliki pengaruh positif terhadap loyalitas konsumen RM. Sederhana Batu Aji. Di buktikan dengan hasil uji-t yang menghasilkan t_{hitung} 2,900 > t_{tabel} 1,973. Sehingga dapat disimpulkan bahwa kualitas produk memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen.
2. Harga berpengaruh terhadap loyalitas konsumen RM. Sederhana Batu Aji. Hal ini ditunjukkan pada hasil uji-t yang diperoleh t_{hitung} 12,753 > t_{tabel} 1,973. Disimpulkan bahwa harga yang diberikan sesuai yang diberikan oleh RM. Sederhana Batu Aji.
3. Kualitas produk dan harga secara silmutan memiliki pengaruh positif sebesar 66,1% sisanya sebesar 33,9% dapat dipengaruhi oleh variabel di luar pengaruh kualitas produk dan harga. Dengan hasil uji F yaitu F_{hitung} 181.650 > F_{tabel} 3,045. terhadap loyalitas konsumen RM. Sederhana Batu Aji. Maka dapat dikatakan bahwa loyalitas konsumen dipengaruhi oleh kualitas produk dan harga.

DAFTAR PUSTAKA

- Afriyani, Y., & Muhajirin, M. (2021). Pengaruh Inovasi dan Kreativitas terhadap Kepuasan Konsumen pada UKM Dina Kelurahan Ntobo. *Target : Jurnal Manajemen Bisnis*, 3(1), 79–90. <https://doi.org/10.30812/target.v3i1.1175>
- Al, M. et, & .2022. (2022). Pengaruh Tutupan Tajuk terhadap Pertumbuhan Dryobalanops lanceolata Burck pada Umur 5 Tahun (The Effect of Canopy on Growth of Dryobalanops lanceolata Burck. on Five Old Muhammad Reza Triatmojo 1* , Prijanto Pamoengkas 2 dan/ and Darwo 3. *Jurnal Penelitian Hutan Tanaman*, 19(1), 45–55.
- ANDIKA, E. W. D. R. (2019). Analisis Kemampuan, Komunikasi Dan Konflik Kerja Terhadap Kepuasan Kerja Karyawan Pada PT. Mitha Sarana Niaga. EMI. *Jurnal Manajemen Tools*, 11(1), 271–278.
- Anggri et al., 2022. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Konsumen Dalam Berbelanja Pada E-Commerce Shopee. *Jurnal Manajemen Modal Insani Dan Bisnis (JMMIB)e-ISSN 2723-424X*, 3, 10–17.
- Bali, A. Y. (n.d.). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kewajaran Harga Terhadap Loyalitas Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening. *Management Analysis Journal*, 1(1), 110–115.
- Cardia, D. I. N. R., Santika, I. W., & Respati, N. N. R. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Promosi Terhadap Loyalitas Pelanggan. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 8(11), 6762.
- Dewi, L. K., & Budiarti, A. 2021. (n.d.). PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP LOYALITAS QUEENSTREETSTORE Anindhyta Budiarti Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya arus modernisasi yang ada di Surabaya bahkan dipenjur dunia . Fashion meliputi beberapa secara cepat menu. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*.
- Dhenta Megasavitri Susanto, K. E. C. (2021). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Iphone (Studi Pada Mahasiswa di Surabaya. *Urnal Ilmu Dan Riset Manajemen, Vol 10 No(Vol 10 No 1 (2021): Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*).
- Febri Eka Kurniasari, Istis Baroh, G. M. N. (2022). Analisis Loyalitas Konsumen “Pentol Kalangan.” *Jurnal Pertanian Cemara*, 19(2008).
- Helma suri, B. M. nainggolan. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Pelanggan di Pippo Italian Senayan Restaurant. *Jurnal Ilmiah Core IT*, 8(1), 43–52.
- Hidayat Ravali, Tirta Mulyadi S.E., M. M. P. (2019). Analisis Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Prata Woroeng8 Cabang Tiban Center. *VITKA Jurnal Manajemen Pariwisata*, 1, 5–12.
- Imron, I. (2019). Analisa Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Menggunakan Metode Kuantitatif Pada CV. Meubele Berkah Tangerang. *Indonesian Journal on Software Engineering (IJSE)*, 5(1), 19–28.
- Kadek Rista et al., 2022. (2022). Jurnal EMAS. *Jurnal Emas*, 2(1), 51–70. <https://e-journal.unmas.ac.id/index.php/emas/article/view/4268/3309>
- Kelin Parlin Queen, T. (2022). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Loyalitas Pelanggan. *Sinomics Journal*, 1(152040069), 138–155.
- Lestari, R., Digdowiseiso, K., & Safrina, D. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga Terhadap Tingkat Penjualan Melalui Digital Marketing Umkm Industri Makanan Dan Minuman Di Kecamatan Pancoran Jakarta Selatan Saat Pandemi Covid-19. *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952., 7(3), 10–27.
- Martania, D. (2020). Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Produk Pigeon Teens Skin Care Pada PT. Tiga Sepakat Mandiri. *Science of Management and Students Research Journal*, 2(4), 233–239.
- Muhammad Afif, N. A. (2022). Analisis Pengaruh Kualitas Produk , Harga , dan Promosi MS Glow. *Jurnal Aplikasi Manajemen Dan Inovasi Bisnis*, 4, 147–167.
- Nasution, I. H., & Frimayasa, A. (2022). ... Di Pt. Bank Rakyat Indonesia Kcp Kota Wisata Kabupaten Bogor Ditinjau Dari Kualitas Produk, Promosi Dan Kualitas Pelayanan. *Jurnal Perspektif Manajerial Dan ...*, 2(2), 56–68.
- Novandrian, M. R., & Utomo, S. B. (2021). PENGARUH BAURAN PEMASARAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (STUDI KASUS PADA AYAM DENSA) Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*.
- Nurfritria, R. A. N., & Widiawati. (2022). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan. *Jurnal Ekonomi Industri Halal-*, 3(1), 28–35.
- Nurmin et al., 2022. (2022). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Studi pada Pengguna Mas Cleaner. *Jurnal Pemasaran Kompetitif*, 5(2), 194–203.
- Pratiwi, N. I., & Marlien, D. R. A. (2022). YUME : Journal of Management Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk dan Persepsi Harga terhadap Co Branding Berdampak pada Niat Beli Pelanggan (Studi pada Konsumen Cornetto Silverqueen di Kabupaten Grobogan). *YUME : Journal of Management*, 5(1), 51–66.
- Purnama, N. I., Harahap, S. H., & Siregar, D. S. (2022). Pengaruh Harga, Kualitas Produk Dan Suasana Toko Terhadap Loyalitas Konsumen Ompu Gende Coffee. *Balance : Jurnal Akuntansi Dan Manajemen*, 1(1), 18–24.
- Qiyanto, A. T. P. dan A. (2020). Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian Transaksi E-Pulsa (Studi kasus Di Indomaret Sudirman Tangerang). *Jurnal Disrupsi Bisnis : Jurnal Ilmiah Prodi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Pamulang*, 3(2), 1. <https://doi.org/10.32493/dr.v3i2.6292>
- Radha Amalita, T. I. F. R. (2021). *Jurnal ilmiah manajemen bisnis dan inovasi universitas sam ratulangi (jmbi unsrat) manajemen strategi untuk meningkatkan penjualan*. 8(1), 32–49.

- Rahardjo, D. T., & Yulianto, A. E. (2021). Pengaruh Citra Merek, Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan Mie Setan Di Surabaya. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 10(Vol 11 No 8 (2022): Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen), 1–18.
- Rizal Mahmudi, F. M. S. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Futsal Dan Bola Merek Specs di Toko Keranjang Bola Sidoarjo. *Ilmu Dan Riset Manajemen*, 10(6), 1–18.
- Sabandara, M. J., & Ayuningsih, S. F. (2021). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Menginap di Park Hotel Jakarta. *Jurnal Hospitaliti Dan Pariwisata*, 2(1), 92–100.
- Shabrina, N., Darmadi, D., & Sari, R. (2020). Pengaruh Motivasi dan Stres Kerja Terhadap Kinerja Karyawan CV. Muslim Galeri Indonesia. *Jurnal Madani: Ilmu Pengetahuan, Teknologi, Dan Humaniora*, 3(2), 164–173.
- Sibarani, H. J., Br Pangaribuan, N. L., Ginting, A. P. P., & Simanjorang, E. A. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Kepuasan Konsumen, dan Competitive Advantage terhadap Keputusan Pembelian Pada PT. Sejahtera Motor Gemilang Medan. *Ekonomis: Journal of Economics and Business*, 4(2), 326.
- Sugiyanto, S. L. S. ; A. M. ; (2022). Pengaruh Harga Produk Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Tahu Pada Konsumen Pabrik Tahu Soleha, Gunung Sindur, Bogor Soleha1); *Pengaruh Harga Produk Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Tahu Pada Konsumen Pabrik Tahu Soleha, Gunung Sindur, Bogor*, 2(2), 371–379.
- Syamsurizal, S., Tardan, H., Rustanto, A. E., & Lestari, R. A. (2022). Pengaruh Kualitas Produk Dan Pemberian Discount Terhadap Keputusan Pembelian Pada Umkm Agus Production. *Jurnal Lentera Bisnis*, 11(3), 322.
- Tampi, Y. Y., Lapien, S. L. H. V. J., Rotinsulu, J. J., Pada, P., Tahu, P., Jl, D. I., & Bawah, B. (2022). *Malalayung Kota Manado Analisis Of The Influence Of Product Quality And Price Customer Loyalty At The Tofu Factory On Jl . Batu Kota Below , MALALAYANG DISTRICT, MANADO CITY Jurnal EMBA Vol . 10 No . 1 , Januari 2022 , Hal . 59 - 67. 10(1), 59–67.*
- Tengku Putri, & et al., 2021. (2021). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Loyalitas Konsumen Mitana Café Di Kota Langsa. *Jurnal Samudra Ekonomika*, 5(1), 11–20.
- Trisnawati, T. R. (2021). Jurnal administrasi bisnis.
- Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada (Warung Nasi Kud) Cikarang Barat, 1(1), 25–31.
- Wati, F. S. N. J. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Promosi Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembeian Ulang (Studi Pada Pelanggan Sarijan Coffee Malang) Fitria. *Jurnal Akuntansi Dan Manajeme*, 4(1), 17–25.
- Wawan Supriyatna, A. R. dan, & Zakaria. (2021). Penggrauh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Produk Peyek Kacang Di Produsen Peyek Berkah Bersaudara Bojong Sari, Depok, Jawa Barat Wawan. *Jurnal Semarak*, 4(2).
- Widodo, S. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen MOLIVIA Café (Studi Kasus Pada Konsumen Molivia Cafe, Jalan H.M. Joni, Teladan Timur, Kota Medan). *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952., 13(1), 2013–2015.
- Wijoyo, H., & Girivirya, S. (2020). Pengaruh Sekolah Minggu Buddha (Smb) Terhadap Perkembangan Fisik-Motorik Peserta Didik Di Smb Sariputta Buddhist Studies Pekanbaru. *Jurnal Maitreyawira*, 1(1), 39–52.
- Yulinda, A. T., Febriansyah, E., & Riani, F. S. (2021). Pengaruh Store’S Atmosphere Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Nick Coffee. *EKOMBIS REVIEW: Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 9(1), 1–14. ht
- Yunia et al., 2022. (2022). Pengaruh Lokasi Dan Kualitas Produk Dalam Menentukan Minat Beli Ulang Pada Toko Inayah Store Dengan Kepuasan Konsumen Ssebagai Variabel Intervening. *Jurnal Mahasiswa Entrepreneur (JME)*, 1(2), 1211–1228.