

PENGARUH KUALITAS PRODUK, KUALITAS PELAYANAN, DAN HARGA TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PADA UMKM “BAKSOKUY.ID” DI KABUPATEN TULUNGAGUNG

Rizky Pajar Refi Marisca¹, Dian Kusumaningtyas², Dyah Ayu Paramitha³

^{1),2),3)} Universitas Nusantara PGRI Kediri, Jl. K.H. Ahmad Dahlan No.76, Mojoroto, Kota Kediri, Jawa Timur
rizkypajarrefimarisca124@gmail.com

Informasi Artikel

Tanggal Masuk : 30/06/2024

Tanggal Revisi : 04/07/2024

Tanggal Diterima : 10/07/2024

Abstract

This study aims to examine the effect of product quality, service quality, and price on customer loyalty at BaksoKuy.id. The study uses a quantitative approach to the type causal research. The population is all BaksoKuy.id customers in Tulungagung district. The number of sampels used was 70 respondents. Survey data collection tools use questionnaires an observation. Data analysis was performed using validity test, reliability test, carried out using multiple linear regression, classical assumption test, hypothesis test, and coefficient of determination test using SPSS version 23. The research results show that product quality has no significant effect, service quality has no significant effect, and price has a significant effect. Apart from that product quality, service quality, and price simultaneously have a significant effect on customer loyalty to BaksoKuy.id.

Keywords: Product Quality, Service Quality, Price, Customer Loyalty

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan, dan harga terhadap loyalitas pelanggan pada BaksoKuy.id. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis hubungan kausal. Populasinya adalah seluruh pelanggan BaksoKuy.id di Kabupaten Tulungagung. Jumlah sampel yang digunakan 70 reponden. Alat pengumpulan data *survey* menggunakan kuisisioner dan observasi. Analisis data dilakukan dengan menggunakan uji validitas, uji reliabilitas, regresi linier berganda, uji asumsi klasik, uji hipotesis, dan uji koefisien determinasi dengan menggunakan SPSS versi 23. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas produk tidak berpengaruh signifikan, kualitas pelayanan tidak berpengaruh signifikan, dan harga berpengaruh signifikan. Selain itu kualitas produk, kualitas pelayanan, dan harga berpengaruh signifikan secara simultan terhadap loyalitas pelanggan pada BaksoKuy.id.

Kata Kunci: Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Harga, Loyalitas Pelanggan

PENDAHULUAN

UMKM, yang merupakan singkatan dari Usaha Mikro Kecil Menengah, adalah entitas ekonomi produktif yang umumnya didirikan oleh individu dan badan usaha [1]. Pertumbuhan UMKM saat ini merambah berbagai provinsi Indonesia, khususnya di Jawa Timur yang merupakan pusat perekonomian Indonesia. UMKM di Indonesia memiliki angka kemiskinan yang tinggi, maka dari itu di era globalisasi saat ini UMKM harus berperan proaktif dan meningkatkan suatu produk yang lebih baik untuk mencapai keunggulan produk [2]. Salah satunya bisnis yang kini tumbuh dan signifikan adalah bisnis kuliner.

BaksoKuy.id adalah warung bakso dengan banyak berbagai macam isian pertama di Tulungagung. Dengan berbagai macam isian bakso yang tentu saja membuat kaum milineal penasaran dan tambah ramai ingin mencobanya. Dalam lanskap persaingan dunia bisnis yang terus berkembang, penting bagi para profesional bisnis untuk menetapkan strategi yang efektif untuk terhubung secara efektif dengan konsumen.

Dalam meningkatkan tujuan penjualan BaksoKuy.id, sangat penting untuk mempertimbangkan banyak elemen yang menarik minat masyarakat setempat, seperti harga produk, kualitas produk, dan ketersediaan produk. Menentukan kualitas produk yang memiliki daya jual yang tinggi dan kualitas pelayanan yang mumpuni, tidak hanya itu BaksoKuy.id harus memperhatikan loyalitas pelanggan agar pelanggan memiliki tingkat kepercayaan, kepuasan dan komitmen terhadap warung bakso tersebut [3].

Loyalitas konsumen menunjukkan dedikasi mendalam pelanggan untuk secara konsisten membeli dan memanfaatkan produk atau layanan tertentu dalam jangka panjang [4]. Perusahaan perlu menjaga pelanggan mereka saat ini dan juga menarik pelanggan potensial untuk membangun basis pelanggan setia di BaksoKuy.id.

Kunci kesuksesan perusahaan terletak pada kemampuannya untuk mempertahankan pelanggan yang sudah ada, karena pelanggan setia cenderung bertahan dan cenderung tidak beralih ke pesaing. Loyalitas pelanggan dalam penelitian ini dipengaruhi oleh faktor-faktor seperti kualitas produk, keunggulan layanan, dan harga [5].

Kualitas produk memiliki peranan yang penting bagi masyarakat untuk menarik perhatian dalam melakukan pembelian berulang dan mempertahankan kepuasan pelanggan misalnya dengan memperhatikan cita rasa yang khas dan porsi sesuai dengan ekspektasi selera konsumen, serta banyaknya varian makanan yang ditawarkan. Kualitas produk terdiri dari berbagai karakteristik, baik berwujud maupun tidak berwujud, seperti warna, harga, reputasi produsen, reputasi pengecer, dan layanan pelanggan, semua ditujukan untuk memenuhi kebutuhan pembeli [6].

Faktor utama yang memiliki dampak langsung atas citra perusahaan adalah kualitas pelayanan. Kualitas layanan berkaitan dengan tingkat layanan yang ditawarkan oleh perusahaan untuk memenuhi persyaratan dan keinginan pelanggan. Umpan balik positif dapat diterima dari pelanggan untuk layanan terbaik. Kualitas layanan berkaitan dengan tingkat layanan yang ditawarkan oleh perusahaan untuk memenuhi persyaratan dan keinginan pelanggan [7].

Harga memiliki peranan yang penting bagi konsumen dalam mempertimbangkan pembelian. Perusahaan harus menentukan harga jual produk sesuai dengan daya beli pelanggan, dengan kualitas makanan yang disajikan. Biaya suatu barang adalah jumlah uang yang dibutuhkan untuk mendapatkan produk tertentu bersama dengan layanan terkait [8].

Studi penelitian sebelumnya ada yang berkaitan dengan topik yang sedang diteliti. Sebuah studi berjudul "Pengaruh harga, kualitas produk, dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan pada larissa aesthetic cabang magelang" menemukan bahwa kualitas produk sangat berdampak pada loyalitas pelanggan [9]. Selain itu, sebuah studi berjudul "Pengaruh harga, kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas konsumen dengan kepuasan konsumen intervening pada resto bebek teman ayam (BTA) corner Tulungagung" menemukan bahwa loyalitas pelanggan tidak terpengaruh oleh kualitas produk [10]. Penelitian tentang "Kualitas produk, kualitas layanan serta harga terhadap loyalitas pelanggan warmindo pada mahasiswa sekolah vokasi universitas gajah mada" menemukan bahwa loyalitas pelanggan dipengaruhi oleh kualitas layanan [11]. Selanjutnya, studi lain berjudul "Pengaruh kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan KA lokal bandung raya" menemukan bahwa tidak ada dampak kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan. [12]. Penelitian yang dilakukan pada "Pengaruh kualitas produk dan harga terhadap loyalitas konsumen riset di business center purbalingga" menemukan bahwa harga memainkan peran penting dalam mempengaruhi loyalitas konsumen [13]. Lebih lanjut, studi lain berjudul "Pengaruh harga dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan pada permasi textile gampong baru banda aceh" menemukan bahwa dampak harga terhadap loyalitas pelanggan tidak substantial [14].

METODE

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dan melakukan suatu bentuk penyelidikan hubungan sebab-akibat. Data utama penelitian dikumpulkan dari sudut pandang responden melalui kuesioner yang didistribusikan kepada konsumen Baksokuy.id oleh para peneliti. Populasinya adalah seluruh pelanggan Baksokuy.id di Kabupaten Tulungagung dengan jumlah sampel yang digunakan 70 responden. Variabel seperti kualitas produk, kualitas layanan, dan harga diperiksa. Analisis data melibatkan penggunaan regresi linier berganda, uji asumsi klasik, uji hipotesis, dan uji koefisien determinasi dalam SPSS versi 23.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Analisis Deskriptif

Tabel 1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah Responden	Persentase
Laki-laki	27	39%
Perempuan	43	61%
Jumlah	70	100%

Sumber : SPSSv23

Menurut Tabel 1, penelitian mengungkapkan bahwa 27 individu (39%) adalah laki-laki, sedangkan 43 (61%) adalah perempuan.

Tabel 2. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Usia	Jumlah Responden	Persentase
<20 s/d 30	59	84%
<30 s/d 40	3	4%
<40 s/d 50	6	9%
>50	2	3%
Jumlah	70	100 %

Sumber : SPSSv23

Menurut Tabel 2, ditemukan bahwa 59 individu (84%) berusia antara 20 dan 30 tahun, 3 individu (4%) berusia antara 30 dan 40 tahun, 6 individu (9%) berusia antara 40 dan 50 tahun, dan 2 individu (3%) berusia di atas 50 tahun.

Tabel 3. Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Pembelian

Frekuensi Pembelian	Jumlah Responden	Persentase
3-10 kali	51	73%
>10 kali	19	27%
Jumlah	70	100%

Sumber : SPSSv23

Berdasarkan tabel 3, ditemukan bahwa terdapat 51 orang (73%) dengan frekuensi pembelian 3-10 kali dan 19 orang (27%) dengan frekuensi pembelian lebih dari 10 kali.

Tabel 4. Deskripsi Frekuensi Loyalitas Pelanggan

No	Item Pertanyaan	Tanggapan										Mean
		SS		S		N		TS		STS		
		F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	
1	Y.1	12	17%	49	70%	9	13%	0	0%	0	0%	4.04
2	Y.2	7	10%	49	70%	14	20%	0	0%	0	0%	3.90
3	Y.3	24	34%	38	54%	8	12%	0	0%	0	0%	4.23
4	Y.4	27	39%	36	51%	7	10%	0	0%	0	0%	4.29
5	Y.5	15	21%	48	69%	7	10%	0	0%	0	0%	4.11

Sumber : SPSSv23

Berdasarkan jawaban yang diberikan oleh peserta pada tabel 4, Pernyataan (Y1), Saya sering makan di BaksoKuy.id ada 49 responden atau sekitar 70% menyatakan setuju. Pernyataan (Y2), Saya selalu menolak makan di UMKM lain kecuali BaksoKuy.id ada 49 responden atau sekitar 70% menyatakan setuju. Pernyataan (Y3), Saya selalu mengajak teman untuk makan di BaksoKuy.id karena kualitas produk sangat baik selain itu layanannya sangat ramah ada 38 responden atau 54% menyatakan setuju. Pernyataan (Y4), Saya merekomendasi kan produk BaksoKuy.id kepada saudara maupun teman saya ada 36 responden atau 51% menyatakan setuju. Pernyataan (Y5), Saya secara konsisten berkomunikasi dengan pasangan saya tentang rasa yang luar biasa dari produk BaksoKuy.id untuk dimakan dan memiliki berbagai macam varian bakso ada 48 responden atau 69% menyatakan setuju.

Tabel 5. Deskripsi Frekuensi Kualitas Produk

No	Item Pertanyaan	Tanggapan										Mean
		SS		S		N		TS		STS		
		F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	
1	X1.1	15	21%	52	74%	3	5%	0	0%	0	0%	4.17
2	X1.2	11	16%	55	78%	4	6%	0	0%	0	0%	4.10
3	X1.3	12	17%	54	77%	4	6%	0	0%	0	0%	4.11
4	X1.4	20	28%	48	69%	2	3%	0	0%	0	0%	4.26
5	X1.5	9	13%	56	80%	5	7%	0	0%	0	0%	4.06
6	X1.6	11	16%	51	73%	8	11%	0	0%	0	0%	4.04
7	X1.7	16	23%	51	73%	3	4%	0	0%	0	0%	4.19
8	X1.8	12	17%	57	81%	1	2%	0	0%	0	0%	4.18
9	X1.9	14	20%	52	74%	4	6%	0	0%	0	0%	4.14
10	X1.10	11	16%	55	78%	4	6%	0	0%	0	0%	4.10

Sumber : SPSSv23

Berdasarkan jawaban atau tanggapan responden pada tabel 5, Pernyataan (X1.1), Saya suka dengan kualitas produk BaksoKuy.id karena produk yang disajikan lengkap serta menyenangkan ada 52 responden atau sekitar 74% menyatakan setuju. Pernyataan (X1.2), Produk yang tersedia diBaksoKuy.id memiliki manfaat sesuai kebutuhan konsumen ada 55 responden atau sekitar 78% menyatakan setuju. Pernyataan (X1.3), UMKM BaksoKuy.id memudahkan konsumen dalam mendapatkan produk ada 54 responden atau sekitar 77% menyatakan setuju. Pernyataan (X1.4), BaksoKuy.id menyajikan banyak pilihan menu bakso yang enak ada 48 responden atau sekitar 69% menyatakan setuju. Pernyataan (X1.5), Produk BaksoKuy.id lebih menarik dibandingkan dengan produk UMKM lain ada 56 responden atau sekitar 80% menyatakan setuju. Pernyataan (X1.6), Produk yang disediakan BaksoKuy.id dapat diandalkan kualitasnya ada 51 responden atau sekitar 73% menyatakan setuju. Pernyataan (X1.7), BaksoKuy.id menyajikan makanan yang tekstur rasanya berbeda dengan UMKM bakso lain ada 51 responden atau sekitar 73% menyatakan setuju. Pernyataan (X1.8), Varian bakso yang disajikan oleh BaksoKuy.id sangat enak sehingga pelanggan suka dengan kualitas produk BaksoKuy.id ada 57 responden atau sekitar 81% menyatakan setuju. Pernyataan (X1.9), Karyawan BaksoKuy.id cepat tanggap dalam melayani pesanan pelanggan ada 55 responden atau sekitar 74% menyatakan setuju. Pernyataan (X1.10), Saya sering mengunjungi BaksoKuy.id karena semua karyawan melayani konsumen dengan ramah ada 55 responden atau sekitar 78% menyatakan setuju.

Tabel 6. Deskripsi Frekuensi Kualitas Pelayanan

No	Item Pertanyaan	Tanggapan										Mean
		SS		S		N		TS		STS		
		F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	
1	X2.1	13	19%	57	81%	0	0%	0	0%	0	0%	4.19
2	X2.2	13	19%	55	78%	2	3%	0	0%	0	0%	4.16
3	X2.3	11	16%	57	81%	2	3%	0	0%	0	0%	4.13
4	X2.4	16	23%	52	74%	2	3%	0	0%	0	0%	4.20
5	X2.5	12	17%	52	74%	6	9%	0	0%	0	0%	4.09
6	X2.6	10	14%	52	74%	8	11%	0	0%	0	0%	4.03
7	X2.7	9	13%	56	80%	5	7%	0	0%	0	0%	4.06
8	X2.8	10	14%	57	81%	3	5%	0	0%	0	0%	4.10
9	X2.9	11	16%	54	77%	5	7%	0	0%	0	0%	4.09
10	X2.10	13	19%	52	74%	5	7%	0	0%	0	0%	4.11

Sumber : SPSSv23

Menurut tanggapan peserta pada tabel 6 mengenai Pernyataan (X2.1), diindikasikan bahwa karyawan Baksokuy.id berpakaian sopan dan rapi saat membantu pelanggan, dengan sekitar 57 orang atau sekitar 81% menyatakan setuju. Pernyataan (X2.2), Penataan tempat pada UMKM BaksoKuy.id sangat bersih dan rapi ada 55 responden atau sekitar 78% menyatakan setuju. Pernyataan (X2.3), Pengetahuan karyawan BaksoKuy.id dapat dipercaya dalam menyampaikan produk yang mereka tawarkan ada 57 responden atau sekitar 81% menyatakan setuju. Pernyataan (X2.4), Karyawan BaksoKuy.id sangat sopan, ramah saat melayani pesanan pelanggan ada 52 responden atau sekitar 74% menyatakan setuju. Pernyataan (X2.5), Karyawan BaksoKuy.id memberikan penanganan cepat terhadap keluhan pelanggan ada 52 responden atau sekitar 74% menyatakan setuju. Pernyataan (X2.6), Karyawan BaksoKuy.id cepat dalam melayani pelanggan sehingga tidak dibiarkan menunggu lama ada 52 responden atau sekitar 74% menyatakan setuju. Pernyataan (X2.7), Karyawan BaksoKuy.id tetap melayani pelanggan dengan ramah serta sabar walaupun dalam keadaan ramai ada 56 responden atau sekitar 80% menyatakan setuju. Pernyataan (X2.8), Karyawan BaksoKuy.id dapat memahami keinginan Pelanggan ada 57 responden atau sekitar 81% menyatakan setuju. Pernyataan (X2.9), Karyawan BaksoKuy.id mampu memberikan perhatian penuh dengan mengingat nama pelanggan untuk menjalin hubungan baik ada 54 responden atau sekitar 77% menyatakan setuju. Pernyataan (X2.10), BaksoKuy.id selalu menggunakan teknologi terbaru serta modern dalam menyajikan pesanan pelanggan ada 52 responden atau sekitar 74% menyatakan setuju.

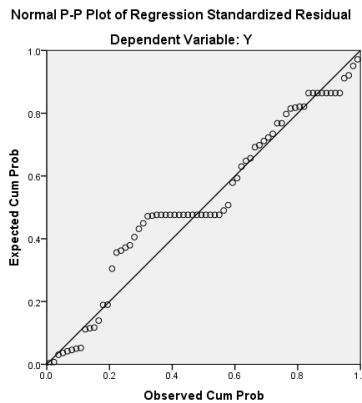
Tabel 7. Deskripsi Frekuensi Harga

No	Item Pertanyaan	Tanggapan										Mean
		SS		S		N		TS		STS		
		F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	
1	X3.1	17	24%	45	65%	8	11%	0	0%	0	0%	4.13
2	X3.2	12	17%	51	73%	7	19%	0	0%	0	0%	4.07
3	X3.3	13	19%	55	78%	2	3%	0	0%	0	0%	4.16
4	X3.4	14	20%	53	76%	3	4%	0	0%	0	0%	4.16
5	X3.5	12	17%	51	73%	7	10%	0	0%	0	0%	4.07
6	X3.6	13	19%	55	78%	2	3%	0	0%	0	0%	4.16

Sumber: SPSSv23

Berdasarkan jawaban atau tanggapan responden pada tabel 7, Pernyataan (X3.1), Harga yang diberikan BaksoKuy.id berbeda dengan bakso lain ada 45 responden atau sekitar 65% menyatakan setuju. Pernyataan (X3.2), Harga yang diberikan BaksoKuy.id lebih murah dari pada bakso lain ada 51 responden atau sekitar 73% menyatakan setuju. Pernyataan (X3.3), Harga yang diberikan BaksoKuy.id sesuai dengan kualitas produk yang disediakan ada 55 responden atau sekitar 78% menyatakan setuju. Pernyataan (X3.4), Harga yang diberikan BaksoKuy.id berbagai macam variasi bakso yang sesuai dengan merek dari produknya ada 53 responden atau sekitar 76% menyatakan setuju. Pernyataan (X3.5), Harga yang ditentukan BaksoKuy.id sesuai dengan daya beli konsumen ada 51 responden atau sekitar 73% menyatakan setuju. Pernyataan (X3.6), Harga yang diberikan BaksoKuy.id sesuai dengan manfaat produk ada 55 responden atau sekitar 78% menyatakan setuju.

Analisis Deskriptif Uji Normalitas



Sumber : SPSSv23

Gambar 1. Hasil Uji Normalitas Probability Plots

Menurut temuan yang disajikan pada gambar 1, analisis evaluasi responden yang berkaitan dengan kualitas produk, kualitas layanan, dan harga menunjukkan distribusi normal data. Terbukti, titik data tersebar dengan cara yang selaras dengan pola diagonal dalam hasil uji plot probabilitas normal. Akibatnya, masuk akal untuk menegaskan bahwa asumsi normalitas telah dipenuhi dengan benar oleh model regresi.

Uji Multikolinearitas

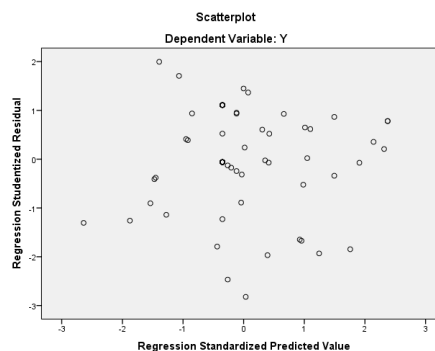
Tabel 8. Hasil Uji Multikolinearitas

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
1 (Constant)		
KUALITAS PRODUK	.241	4.155
KUALITAS PELAYANAN	.232	4.305
HARGA	.281	3.558

Sumber : SPSSv23

Sesuai dengan tabel 8, skor VIF untuk setiap faktor kualitas produk (X1) adalah 4,155, untuk faktor kualitas layanan (X2) adalah 4,305, dan untuk faktor harga (X3) adalah 3,558. Ketiga variabel memiliki skor VIF di bawah 10, menunjukkan tidak adanya multikolinearitas di antara variabel independen dalam model regresi ini.

Uji Heteroskedastisitas



Sumber : SPSSv23

Gambar 2. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Berdasarkan informasi yang diberikan pada gambar 2, titik-titik diamati didistribusikan secara acak tanpa menampilkan pola tertentu, tersebar di nilai positif dan negatif pada sumbu Y. Akibatnya, dapat disimpulkan bahwa tidak ada heteroskedastisitas dalam model regresi ini.

Uji Regresi Linier berganda

Tabel 9. Analisis Regresi Linier Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients
	B	Std. Error	Beta
1 (Constant)	5.574	2.646	
KUALITAS PRODUK	.155	.124	.246
KUALITAS PELAYANAN	-.039	.129	-.060
HARGA	.411	.165	.456

Sumber : SPSSv23

Menurut tabel 9, ditemukan bahwa konstanta dinilai 5.574. Nilai ini menunjukkan bahwa dalam skenario di mana kualitas produk (X1), kualitas layanan (X2), dan harga (X3) masing-masing diberi peringkat 0, loyalitas pelanggan (Y) diproyeksikan berjumlah 5.574. Koefisien yang terkait dengan X1 adalah 0,155, menandakan bahwa peningkatan satu unit dalam kualitas produk diantisipasi untuk menghasilkan efek positif 0,155 pada loyalitas pelanggan, asalkan faktor-faktor lain tetap konstan. Dengan koefisien -0,039, X2 menunjukkan bahwa penurunan kualitas layanan sebesar 1 unit akan menyebabkan penurunan loyalitas pelanggan sebesar 0,039, mempertahankan variabel lain konstan. Selain itu, koefisien untuk X3 adalah 0,411, menunjukkan bahwa kenaikan harga 1 unit akan menghasilkan peningkatan loyalitas pelanggan sebesar 0,411 jika variabel lain tetap konstan.

Uji Koefisien Determinasi

Tabel 10. Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.620 ^a	.384	.356	1.72562

Sumber: SPSSv23

Menurut tabel 10, kita dapat menentukan nilai R² yang Disesuaikan 0,356 (36%). Analisis menunjukkan bahwa faktor eksogen, yaitu kaliber personel, standar layanan, dan harga, menjelaskan 36% dari fluktuasi yang diamati pada faktor endogen (kesetiaan pelanggan). Sebaliknya, sisa 64% dianggap berasal dari variabel yang belum dijelajahi dalam lingkup penelitian.

Uji t (Parsial)

Tabel 11. Hasil Uji t (Parsial)

Model	T	Sig.
1 (Constant)	2.107	.039
KUALITAS PRODUK	1.252	.215
KUALITAS PELAYANAN	-.299	.766
HARGA	2.500	.015

Sumber : SPSSv23

Menurut tabel 11, nilai signifikansi yang diperoleh dari variabel kualitas produk menjadi $0.215 > 0.05$ menunjukkan bahwa kualitas produk tidak mempengaruhi loyalitas pelanggan. Demikian juga, nilai signifikansi variabel kualitas layanan $0,766 > 0,05$ menunjukkan bahwa kualitas layanan tidak mempengaruhi loyalitas pelanggan. Di sisi lain, nilai signifikansi variabel harga $0,015 < 0,05$ menunjukkan bahwa harga memang mempengaruhi loyalitas pelanggan.

Uji f (Simultan)

Tabel 12. Hasil Uji f (Simultan)

Model	F	Sig.
1 Regression	13.725	.000 ^b
Residual		
Total		

Sumber : SPSSv23

Berdasarkan Tabel 12, nilai signifikansi 0.000, lebih rendah dari 0,05, menunjukkan bahwa loyalitas pelanggan sangat dipengaruhi oleh kualitas produk, kualitas layanan, dan harga keseluruhan.

Pembahasan

Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan

Nilai t-tabel 1,997 dan nilai signifikansi 0,215 diperoleh. Temuan uji-t pada kualitas produk (X1) mengungkapkan nilai t-count 1,252 pada tingkat signifikansi 0,05. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa kualitas produk tidak memberikan dampak yang berarti dan menguntungkan pada loyalitas pelanggan.

Hal ini dikarenakan loyalitas konsumen suatu produk perusahaan tidak selalu berjalan dengan kualitas produk karena konsumen memiliki banyak pertimbangan untuk memilih produk yang baik untuk digunakan dan dikonsumsinya [15]. Selain itu, kurangnya ketelitian warung terhadap sambal bakso yang basi sehingga akan merusak rasa kuah bakso, selain itu *packaging* (kemasan) diwarung bakso tersebut masih menggunakan plastik tidak anti panas sehingga dapat merusak kualitas, tekstur, dan rasa makanan.

Penelitian ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh (Novianda Nurbiatul Elyana & Ali Mauludi AC, 2023), berjudul "Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Konsumen dengan Kepuasan Konsumen Bebek Teman Ayam (BTA) Corner Tulungagung", yang mengungkapkan bahwa kualitas produk tidak memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan [16].

Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan

Nilai tabel uji-t 1,997 dan nilai signifikansi 0,766 diperoleh. Temuan dari uji-t untuk kualitas layanan (X2) mengungkapkan jumlah t -0,299 pada tingkat signifikansi 0,05. Oleh karena itu, kita dapat menyimpulkan bahwa kualitas layanan tidak memiliki efek positif yang substantif pada loyalitas pelanggan.

Menilai kualitas layanan dapat menjadi tantangan karena produk layanan memiliki karakteristik inheren yang berbeda dari produk manufaktur. Hal ini dapat dilihat pada kenyataan bahwa produk jasa tidak dapat diproduksi dan disimpan dalam persediaan seperti barang fisik [17]. Tingkat kualitas layanan ditentukan oleh dua faktor: layanan yang dirasakan dan layanan yang diantisipasi [18].

Berdasarkan temuan penelitian, loyalitas pelanggan tidak sebagian dipengaruhi oleh kualitas layanan, dikarenakan *store atmosphere* (suasana toko) belum memberikan kenyamanan kepada konsumen seperti tata letak kasir yang terlalu sempit sehingga konsumen yang akan memesan makanan berdesakan, selain itu tempat parkir yang kurang memadai dan fasilitas didalam warung yang panas menimbulkan kurang nyamannya saat konsumen menikmati bakso.

Hal ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Willyanto Agiesta d.k.k., (2021), menyelidiki Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan KA Lokal Bandung Raya. Penelitian menemukan bahwa tidak ada dampak positif penting dari kualitas layanan pada loyalitas pelanggan [19].

Pengaruh Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan

Hasil uji t harga (X3) yang dilakukan dalam penelitian ini mengungkapkan nilai t-count melebihi nilai t-table 1.997 pada 2.500 dan tingkat signifikansi 0,015 di bawah ambang 0,05. Akibatnya, masuk akal untuk menegaskan bahwa harga memberikan dampak yang patut diperhatikan dan menguntungkan pada loyalitas pelanggan.

Harga penentuan atau penetapan suatu nilai produk [20]. Harga juga mempengaruhi loyalitas pelanggan untuk membeli produk UMKM tersebut. Kebanyakan konsumen menginginkan harga yang murah dengan kualitas yang baik. Semakin terjangkau harga yang diberikan oleh produsen, semakin tinggi kemungkinan kepuasan pelanggan Baksokuy.id. Harga juga memainkan peran penting dalam membentuk keputusan pembelian konsumen. Ketika harga suatu produk selaras dengan kualitas yang dirasakan, retensi pelanggan diharapkan meningkat lebih jauh.

Hal ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh (Kurnia Sandi d.k.k, 2023) dalam penelitian mereka berjudul "Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Loyalitas Konsumen Riset di Business Center Purbalingga," menunjukkan bahwa penetapan harga secara signifikan dan positif mempengaruhi loyalitas pelanggan [21].

Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan

Berdasarkan hasil pemeriksaan bersamaan (f-test), diperoleh tingkat signifikansi 0.000, yang jatuh di bawah 0,05 atau f-tabel 13,735 > f-count 2,7437, sehingga mengarah pada penolakan hipotesis H0 dan penerimaan Ha. Ini menyiratkan bahwa atribut kualitas produk, kualitas layanan, dan harga secara kolektif menunjukkan dampak besar pada loyalitas pelanggan. Koefisien penentuan R² yang Disesuaikan, dengan nilai 36%, menunjukkan bahwa loyalitas pelanggan tunduk pada pengaruh dari tiga variabel otonom kualitas produk, kualitas layanan, dan harga dalam penelitian khusus ini, sementara 64% sisanya dipengaruhi oleh faktor-faktor yang belum dijelajahi.

Loyalitas pelanggan memainkan peran penting dalam kerangka kerja perusahaan. Seorang individu yang terlibat dalam pembelian berulang dari produk tertentu yang telah ditawarkan secara konsisten selama periode waktu tertentu, menunjukkan sikap teguh, secara aktif terlibat dengan semua promosi dan insentif yang diberikan oleh perusahaan [22]. Konsumen memiliki loyalitas terhadap BaksoKuy.id karena memiliki rasa kepuasan terhadap suatu produk, pelayanan, dan harga yang disediakan perusahaan sehingga konsumen merasa kebutuhannya terpenuhi.

Hasil penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh ole (Joli Mansen S, Pilifus Junianto, Josephin Harianja, 2023) selaras dengan temuan ini, menunjukkan bahwa faktor harga, kualitas produk, dan kualitas layanan bersama-sama memiliki pengaruh yang signifikan dan positif terhadap loyalitas pelanggan [23].

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil uji yang disajikan, dapat disimpulkan bahwa dampak kualitas Produk terhadap loyalitas pelanggan di MSKM Baksokuy.id Tulungagung sebagian tidak signifikan. Demikian pula, pengaruh Kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan di UMKM Baksokuy.id Tulungagung sebagian juga tidak signifikan. Selain itu, Price memiliki efek sebagian namun signifikan terhadap loyalitas pelanggan di UMKM Baksokuy.id Tulungagung. Perlu dicatat bahwa kualitas Produk, kualitas layanan, dan harga secara kolektif menunjukkan pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas pelanggan di UMKM Baksokuy.id Tulungagung.

Oleh karena itu, disarankan bagi pemilik UMKM khususnya BaksoKuy.id Tulungagung diharapkan untuk dapat mempertahankan penerapan kualitas produk, kualitas pelayanan, dan harga pada UMKM tersebut.

Temuan penyelidikan ini selanjutnya dapat berfungsi sebagai dasar bagi peneliti masa depan untuk memperkenalkan variabel studi tambahan dan memperluas ukuran sampel untuk meningkatkan kualitas penelitian.

DAFTAR RUJUKAN

- [1] Aprilia, I. E., Putri, A. B., & Sanusi, A. (2023). Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Di Warung Mie Aceh Jamboe Raya Bandar Lampung. *Institut Informatika Dan Bisnis Darmajaya*, 1, 249–267.
- [2] BPS Kabupaten Tulungagung (2022). *KABUPATEN TULUNGAGUNG DALAM ANGKA 2022*
- [3] Elyana, N. N., & AC, A. M. (2023). Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Konsumen dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening pada Resto Bebek Teman Ayam (BTA) Corner Tulungagung. *J-MAS (Jurnal Manajemen Dan Sains)*, 8(1), 890. <https://doi.org/10.33087/jmas.v8i1.1045>
- [4] Firmansyah, F., & Haryanto, R. (2019). Manajemen Kualitas Jasa. *Jurnal Manajemen*, 1–61.
- [5] Ghozali, I. (2018). Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS. Semarang: Universitas Diponegoro
- [6] Gultom Odelia Ana & S P Eka. (2023). Analisis Pengaruh Kualitas Produk , Harga , Citra Merek Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Yamaha (Studi Kasus Pada PT . SJKM Titipapan) Digital Bisnis : Jurnal Publikasi Ilmu Manajemen dan E-Commerce. *Publikasi Ilmu Manajemen Dan E-Commerce*, 2(1), 112–129.
- [7] Harianja, J. (2023). Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Di CV Tri Jaya Mobil Tiban Batam. *Tractare: Jurnal Ekonomi-Manajemen*, 6(2), 133–142. <https://doi.org/10.62820/trt.v6i2.110>
- [8] Jeany, M. S. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Nasabah Terhadap Loyalitas Nasabah Pada Bpr Artha Prima Perkasa. *Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis Dan Inovasi Universitas Sam Ratulangi*, 7(3), 330–341.
- [9] Juan Denio, M.D (2022). Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan *Brand Image* terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan Pada Coffe Shop Janji Jiwa di Kota Yogyakarta Skripsi
- [10] Kristanto, Y. (2022). Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Yang Dimediasi Oleh Kepuasan Konsumen, Studi Kasus Pada Usaha Susu Murni Siliwangi A Karsan Bandung. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 19(1), 13–22. <https://doi.org/10.21831/jim.v19i1.50173>
- [11] Kusuma, M. V. F., Lero Ora, A., Michael, A., & Ramadhan, F. F. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan Serta Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Warmindo Pada Mahasiswa Sekolah Vokasi Universitas Gadjah Mada. *Transekonomika: Akuntansi, Bisnis Dan Keuangan*, 3(3), 558–569. <https://doi.org/10.55047/transekonomika.v3i3.439>
- [12] Laksana, A. I. P., & Hirawati, H. (2022). Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Larissa Aesthetic Cabang Magelang. *Transekonomika: Akuntansi, Bisnis Dan Keuangan*, 2(5), 509–522. <https://doi.org/10.55047/transekonomika.v2i5.243>
- [13] Lestari, A. B., Musfiana, Ruaida, & Raihani. (2022). Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan pada Permasi Textile Gampong Baru Banda Aceh. *Economica Didactica*, 3(2), 8.
- [14] Maryari, M. K. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Toko Online Time Universe Studio. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 11(1), 542–550.
- [15] Maryati, & Khoiri.M. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Toko Online Time Universe Studio. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 11(1), 542–550.
- [16] Naliyah Syahfitri, M., & Kusnanto, D. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan Loyal: Studi Kasus Indihome di Kabupaten Karawang pada Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 4(1), 216–237. <https://doi.org/10.47467/alkharaj.v4i2.567>
- [17] Rosyidi, M. A. Z., Muhtarom, A., & Khitam, M. C. (2023). Analisis Harga, Cita rasa, Lokasi, Kualitas Produk, dan Promosi terhadap Loyalitas Pelanggan Dimediasi Keputusan Pembelian pada Usaha Wakhid Pentol (metode structural equation modeling (SEM) - Partial Least Square (PLS)). *Jurnal Bina Bangsa Ekonomika*, 16(1), 115–130.
- [18] Sandi, K., Hasibuan, R. R., Ulya, W., Herba, P. T., Alwahida, P., Hpai, I., Network, H., & Hni, I. (n.d.). *Riset Purbalingga3 Business*. X(X), 6–12.

- [19] Sholikhah, A. F., & Hadita, H. (2023). Pengaruh Kualitas Layanan, Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan Mie Gacoan Di Bekasi Timur. *Jurnal Economina*, 2(2), 692–708. <https://doi.org/10.55681/economina.v2i2.352>
- [20] Sundari, I. (2022). Pengaruh Harga dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen Es Teh Indonesia (Studi Kasus Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis UIR). *Ekonomi Dan Bisnis*.
- [21] Sugiono, 2019. *Metode Penelitian Kuantitatif dan R&D*. Bandung Alfabeta
- [22] Syifa Aisyah, P. (2023) Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, dan Promosi Terhadap Loyalitas Pelanggan Kampoeng Roti di Klaten Skripsi
- [23] Violani, V. (2023). *Pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan dan loyalitas pelanggan pada kedai skuy burgerin di bukittinggi skripsi*.