

Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan di Toko Bahan Kue Yen

Author:

¹Felix Sanjaya

²Arwin Arwin

³Sutarno Sutarno

Affiliation:

^{1,2,3} Politeknik Cendana
Medan

Corresponding email

arwin.my@live.com

Histori Naskah:

Submit: 09-04-2024

Accepted: 03-05-2024

Published: 04-05-2024



This is an Creative Commons License This work is licensed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License

Abstrak:

Dengan perkembangan zaman dan peningkatan taraf hidup masyarakat saat ini sedikit banyak akan mempengaruhi cara konsumsi dan cara pemenuhan kebutuhan. Sedemikian rupa sehingga para pedagang dituntut untuk bersaing dalam persaingan bisnis yang ketat seperti sekarang ini, dan jumlah merek dan produk yang bersaing memperebutkan barang dan jasa di pasar menjadi sangat banyak, sehingga memungkinkan konsumen memiliki pilihan dan pilihan yang beragam, terutama dalam industri jasa. Keadaan demikianlah yang melatarbelakangi penulis melakukan penelitian yang bertujuan melihat adakah Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan di Toko Bahan Kue Yen. Penulis menggunakan metode penelitian kuantitatif asosiatif. Penelitian asosiatif adalah metode penelitian yang bersifat menanyakan antara 2 variabel atau lebih. Teknik pengumpulan data yang di gunakan penulis dalam penelitian ini adalah menggunakan kuesioner. Sampel yang digunakan adalah pelanggan Toko Bahan Kue Yen yang berjumlah 60 orang. Diperoleh hasil korelasi kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan sebesar 0,217 dan korelasi kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan sebesar 0,501 yang memberikan indikasi bahwa variabel kualitas produk dan loyalitas pelanggan dan variabel kualitas pelayanan dengan loyalitas pelanggan memiliki hubungan yang positif tetapi tidak terdapat hubungan yang kuat. Dari hasil adjusted r square sebesar 22,6% dan sisanya 77,4% di pengaruhi faktor lainnya. Dari perhitungan analisis regresi maka diperoleh persamaan regresi $Y=4,794-0,038X_1+0,326X_2$. Dapat disimpulkan bahwa kualitas produk tidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan di Toko Bahan Kue Yen dan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan di Toko Bahan Kue Yen. Secara simultan, kualitas produk dan kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas pelanggan di Toko Bahan Kue Yen.

Kata kunci: Asosiatif, Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, Loyalitas Pelanggan; Kuantitatif

Pendahuluan

Kualitas menjadi kunci utama agar barang dikenal dan dipercaya masyarakat luas dimana jika suatu perusahaan ingin meningkatkan penjualannya ke tingkatan yang lebih tinggi, dipastikan melakukan peningkatan pada kualitas terlebih dahulu menjadi langkah paling utama, baik kualitas produk maupun kualitas pelayanan bagi yang menawarkan jasa. Hal ini juga dapat dimulai oleh sebuah perusahaan dengan memikirkan barang dan kualitas seperti apa yang akan diminati pasar. Produk memiliki arti penting bagi perusahaan karena tanpa adanya produk, perusahaan tidak akan dapat melakukan apapun dari usahanya. Pembeli akan membeli produk kalau merasa cocok, karena itu produk harus disesuaikan dengan keinginan ataupun kebutuhan pembeli agar pemasaran produk berhasil. Dengan Kata lain, pembuatan produk lebih baik diorientasikan pada keinginan pasar atau selera konsumen.

Menurut (Kotler and Keller 2021) adalah "Segala sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk mendapatkan perhatian, dibeli, digunakan, atau dikonsumsi yang dapat memuaskan keinginan atau kebutuhan".

Dengan perkembangan zaman dan peningkatan taraf hidup masyarakat saat ini sedikit banyak akan mempengaruhi cara konsumsi dan cara pemenuhan kebutuhan. Sedemikian rupa sehingga para pedagang dituntut untuk bersaing dalam persaingan bisnis yang ketat seperti sekarang ini (Willianson et al. 2021)

dan jumlah merek dan produk yang bersaing memperebutkan barang dan jasa di pasar menjadi sangat banyak, sehingga memungkinkan konsumen memiliki pilihan dan pilihan yang beragam, terutama dalam industri jasa.

Menurut (Arianto 2018), kualitas pelayanan dapat diartikan Sebagai berfokus pada memenuhi kebutuhan dan persyaratan, serta pada ketepatan waktu untuk memenuhi harapan pelanggan (Setyawati et al. 2022). Kualitas pelayanan berlaku untuk semua jenis layanan yang disediakan oleh perusahaan saat klien berada di perusahaan.

Menurut (Kotler and Keller 2021), "kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja (hasil) yang diharapkan ciri-ciri pelanggan yang puas antara lain yang selalu melakukan pembelian ulang secara terus menerus. kepuasan pelanggan secara umum dapat diartikan sebagai kesetiaan seseorang terhadap suatu produk, baik barang maupun jasa tertentu. Kepuasan pelanggan dalam menggunakan fasilitas maupun jasa pelayanan yang diberikan pihak perusahaan, serta tetap menjadi pelanggan dari perusahaan tersebut. Kepuasan pelanggan terjadi hanya pada saat patronase ulangan dan sikap relatif tinggi.

Menurut (Bimaria, Kulu, and Peridawaty 2020), kualitas layanan adalah totalitas fitur dan karakter suatu produk atau pelayanan yang memiliki kemampuan untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau yang tersirat. Tetapi menurut (Putri, Yuliana, and Arwin 2022) pengertian kualitas pelayanan jasa berpusat pada upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaian untuk mengimbangi harapan pelanggan.

Menurut (Widiya and Kadir 2023) menyatakan bahwa, konsumen membentuk harapan terhadap pelayanan dari suatu jasa. Pada dasarnya konsumen mencoba untuk membandingkan antara pelayanan yang dipersiapkan (*the perceived service*) dengan pelayanan yang diharapkan (*the expected service*), Konsumen akan kecewa sekalipun jasa yang dirasakan atau diterima lebih rendah dari yang diharapkan. Konsumen cenderung puas ketika layanan yang dirasakan sama atau bahkan melebihi harapan mereka. Oleh karena itu, perusahaan akan berusaha untuk menambahkan diskon pada diskonnya, sehingga tidak hanya dapat memberikan pelayanan yang memuaskan kepada konsumen, tetapi juga berusaha memberikan kejutan agar konsumen sangat puas.

Menurut (Putra, Wimba, and Susanti 2021) menyatakan bahwa loyalitas pelanggan merupakan dorongan yang sangat penting untuk menciptakan penjualan. Loyalitas pelanggan mempunyai arti bahwa memiliki komitmen yang kuat didalam pembelian yang berulang secara bertahap pada jasa atau produk secara konstan di masa sekarang maupun dimasa depan, walaupun efek dari kondisi serta bisnis pemasaran yang lain memiliki kemampuan yang kuat dalam membawakan dampak terhadap perubahan tingkah laku pelanggan (Antica 2022). Jika pelanggan merasakan kepuasan pada jasa maupun produk yang perusahaan berikan, maka pelanggan dapat menjadi sangat setia dan loyal terhadap perusahaan tersebut.

Menurut (Atmaja, Sujana, and Suwena 2019), loyalitas pelanggan juga dapat mempengaruhi keberlangsungan pengusaha dan kemajuan perusahaan dimasa yang akan datang. Dengan adanya pelanggan yang loyal, pelanggan akan membicarakan dan memberikan rekomendasi ke pada calon konsumen sehingga perusahaan tidak perlu lagi mengeluarkan biaya untuk memasarkan produk mereka. Karena pelanggan yang loyal tidak akan mudah terpengaruh oleh pemasaran yang dilakukan perusahaan sejenis.

Munurut (Martono et al. 2021) Kepuasan pelanggan dapat dicapai dengan memberikan kualitas pelayanan yang optimal kepada pelanggan (Febriyana, Arwin, and Yuliana 2022; Irawan et al. 2022; Martono et al. 2021; Putri et al. 2022). Loyalitas pelanggan bisa terbentuk apabila pelanggan merasa puas dengan tingkat layanan yang diterima serta pelanggan cenderung untuk memilih produk atau jasa yang memiliki kelebihan.

Selain dengan kualitas pelayanan yang baik, harga juga merupakan salah satu faktor penting dalam penjualan. Harga yang ditetapkan harus sesuai dengan perekonomian konsumen, agar konsumen dapat membeli barang tersebut. Harga memainkan peranan penting dalam bauran pemasaran, karena penentuan harga terkait langsung nantinya dengan pendapatan yang diterima oleh perusahaan (Willianson et al. 2021). Hal ini merupakan salah satu faktor yang kurang diperhatikan oleh perusahaan, sehingga konsumen akan berpikir lagi untuk menggunakan produk tersebut dan akan merasa tidak puas setelah membeli atau menggunakan barang atau jasa tersebut. Sedangkan kualitas produk adalah faktor yang tak kalah penting bahwa produk makanan yang enak dengan harga terjangkau pasti akan memiliki banyak peminat. Sebaliknya, apabila harga yang ditawarkan tidak sesuai dengan produknya, maka konsumen akan berpikir dua kali untuk membeli produk pada kesempatan lain. Toko Bahan Kue Yen, Medan merupakan perusahaan yang bergerak di bidang retail. Retail adalah bisnis yang melibatkan penjualan barang atau jasa kepada konsumen dalam jumlah satuan atau eceran. Konsumen yang membeli produk atau jasa secara eceran ini bertujuan untuk mengkonsumsinya atau menggunakannya secara pribadi dan tidak menjualnya kembali. Perusahaan ini didirikan pada tahun 2015 yang beralamat jalan Karya 186a Karang Berombak, Medan Barat, 20117. Sebagai sebuah perusahaan yang sedang berkembang, tentu saja kualitas produk dan kualitas pelayanan sangat penting untuk mendorong perkembangan perusahaan. Dari informasi yang penulis peroleh mengenai kualitas produk dan kualitas pelayanan di Toko Bahan Kue Yen, menemukan bahwa loyalitas pelanggan di perusahaan tersebut menurun. Hal ini dapat dilihat dari beberapa pelanggan yang enggan untuk bertransaksi kembali dan juga tidak berniat untuk merekomendasikan Toko Bahan Kue Yen kepada orang lain.

Pentingnya penelitian ini dilakukan untuk menelusuri penyebab sebenarnya yang dapat menyebabkan loyalitas pelanggan menurun. Jadi, penulis melakukan wawancara singkat dengan beberapa pelanggan yang dipilih secara acak terkait masalah ini. Tujuannya adalah untuk mengetahui lebih detail mengenai loyalitas pelanggan, kualitas produk, kualitas pelayanan serta pendapat mereka mengenai kualitas produk dan kualitas pelayanan. Penulis melakukan penelitian yang berjudul Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan di Toko Bahan Kue Yen.

Studi Literatur

Penelitian terkait pertama yang dapat digunakan sebagai acuan bagi penulis untuk melakukan penelitian ini adalah dengan judul “Analisis Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, dan Harga pada Loyalitas Konsumen Nano Store.”, yang dilakukan oleh (Chaniago 2020). Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif. Persamaan penelitian chaniago dengan penulis adalah metode penelitian kuantitatif dimana sumber data diambil dari kuesioner dan variabel yang diteliti mengenai Kualitas Produk (X_1), Kualitas Pelayanan (X_2), Harga (X_3), dan Loyalitas Konsumen (Y). Perbedaannya adalah pada variabel yang dipilih penulis tidak menggunakan Harga akan tetapi penelitian terkait pertama menggunakan Harga (X_3) dan pada tempat penelitian dan waktu dilakukannya penelitian. Penelitian ini dilakukan di Toko Bahan Kue Yen, Medan pada 2023 dan penelitian terkait pertama dilakukan di nano store di Kota Cimahi, Jawa Barat pada 2020.

Berdasarkan hasil regresi, persamaannya adalah $Y = 0,587 X_1 + 0,189 X_2 + -.004 X_3 + e$. Jadi dari pengujian secara parsial, variabel Harga (X_3) tidak terbukti berpengaruh pada loyalitas konsumen (Y), hanya variabel kualitas pelayanan (X_1) dan kualitas produk (X_2) yang terbukti berpengaruh pada loyalitas konsumen. Maksudnya konsumen sangat peka terhadap kualitas produk dan kualitas pelayanan yang diberikan oleh para pedagang nano store. Konsumen akan bersedia mengeluarkan uangnya untuk mendapatkan barang berkualitas dan pelayanan berkualitas yang sesuai dengan keinginannya.

Kemampuan pedagang nano store memenuhi dua keinginan konsumen, berupa penyediaan barang yang berkualitas dan pelayanan yang memuaskan, akan memudahkan nano store membangun dan menciptakan konsumen yang memiliki loyalitas tinggi. Konsumen yang memiliki loyalitas tinggi, secara perlahan akan menjadi pelanggan yang loyal. Pelanggan yang loyal, untuk jangka panjang mendatangkan manfaat ganda bagi nano store, disatu sisi keuntungan yang sesuai keinginan pengusaha dan kedua terjaganya keberlangsungan usahanya.

Penelitian kedua berjudul “Pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan di Griya Cabang Pahlawan”, yang dilakukan oleh (Cantikawati 2018). Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Persamaan penelitian Cantikawati dengan penulis adalah metode penelitian kuantitatif dimana sumber data diambil dari kuesioner dan variabel yang diteliti mengenai Kualitas Produk (X_1), Kualitas Pelayanan (X_2), dan Loyalitas Pelanggan (Y). Perbedaannya adalah pada tempat penelitian dan waktu dilakukannya penelitian. Penelitian ini dilakukan di Toko Bahan Kue Yen, Medan pada 2023 dan penelitian terkait kedua dilakukan di Griya Cabang Pahlawan No.17, Bandung pada 2018.

Berdasarkan hasil regresi, persamaannya adalah $Y = 0.313 + 0.232 X_1 + 0.192 X_2$. Jadi berdasarkan hasil penelitian dapat diperoleh bahwa kualitas produk di Griya Cabang Pahlawan berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan. Hal ini didukung oleh ketersediaan produk yang memiliki nilai daya saing yang tinggi, artinya produk yang dijual dipastikan bukan merupakan produk cacat, seperti kemasan yang rusak, kadaluarsa, dan sebagainya. Selain itu, kriteria-kriteria yang terdapat pada kualitas produk cukup mampu untuk meningkatkan loyalitas pelanggan di Griya Cabang Pahlawan. Jadi berdasarkan hasil penelitian dapat diketahui bahwa kualitas pelayanan di Cabang Griya Pahlawan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Hal tersebut didukung oleh kualitas pelayanan prima yang diberikan oleh Griya Cabang Pahlawan cukup mampu untuk menciptakan pelanggan puas

Penelitian ketiga berjudul “pengaruh antara Promosi Online, Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Konsumen Molen Mini “Gulunganku” (Studi kasus terhadap konsumen Molen Mini “GULUNGANKU” di Grup Facebook Kuliner Waru Sidoarjo).”, yang dilakukan oleh (Noviasari 2020). Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Persamaan penelitian Noviasari dengan penulis adalah metode penelitian kuantitatif dimana sumber data diambil dari kuesioner dan variabel yang diteliti mengenai Promosi online (X_1) Kualitas Produk (X_2), Kualitas Pelayanan (X_3), dan Loyalitas Pelanggan (Y). Perbedaannya adalah pada tempat penelitian dan waktu dilakukannya penelitian. Penelitian ini dilakukan di Toko Bahan Kue Yen, Medan pada 2023 dan penelitian terkait kedua dilakukan di Grup Facebook Kuliner Waru Sidoarjo 2020.

Hasil pengujian membuktikan bahwa promosi online, kualitas produk, dan kualitas pelayanan masing-masing berpengaruh secara parsial dengan loyalitas konsumen dengan hasil uji t yaitu : promosi online $t_{hitung} 2,390 > t_{tabel} 2,010$; $t_{hitung} 3,279 > t_{tabel} 2,010$; $t_{hitung} 2,064 > t_{tabel} 2,010$, berdasarkan hasil uji f menyatakan bahwa promosi online, kualitas produk, dan kualitas pelayanan berpengaruh secara simultan terhadap loyalitas konsumen dengan dibuktikan dengan hasil uji spss 17 yaitu $f_{hitung} 38,320 > f_{tabel} 3,18$. Koefisien determinasi menghasilkan sebesar 68,7% dipengaruhi oleh variabel promosi online, kualitas produk, serta kualitas pelayanan, dan sisanya sebesar 31,3% dipengaruhi oleh variabel lain

Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif asosiatif. Penelitian asosiatif adalah jenis penelitian yang bertujuan untuk meneliti hubungan atau pengaruh antara dua variabel atau lebih. Penelitian ini memiliki tingkat kekompleksan yang lebih tinggi dibandingkan dengan penelitian deskriptif dan komparatif, karena melalui penelitian ini dapat dikembangkan teori yang dapat digunakan untuk menjelaskan, meramalkan, dan mengontrol fenomena yang diteliti (Sugiyono 2017).

Pengambilan sampling insidental dimana semua pelanggan yang datang ke Toko Bahan Kue Yen, Medan dalam kurun waktu satu minggu dan melakukan pembelian produk di Toko Bahan Kue Yen, Medan

sebanyak 150 orang. Oleh karena itu, penulis juga menggunakan Rumus Slovin Untuk mendapatkan banyaknya sampel dalam penelitian. Rumus Slovin adalah formula untuk menghitung jumlah sampel minimal jika perilaku sebuah populasi belum diketahui secara pasti. Umumnya, besaran sampel penelitian dengan Rumus Slovin di tentukan lewat nilai tingkat kesalahan (*margin of error*). Dimana, semakin besar tingkat kesalahan yang digunakan, maka semakin kecil jumlah sampel yang diambil (Sugiyono 2017). Penulis menetapkan margin of error (*e*) sebesar 10% arau 0,1 untuk mendapatkan banyaknya sampel dalam penelitian sehingga total sampel yang penulis gunakan dalam penelitian ini berjumlah 60 orang. Uji normalitas menurut (Priyatno 2017), prasyarat mendasar untuk analisis parametrik adalah bahwa data harus normal. Keberadaan distribusi normal dalam data sangat penting karena data yang mengikuti distribusi normal dianggap dapat mewakili populasi secara lebih akurat. Dalam penelitian ini, penulis menggunakan metode uji normalitas Kolmogorov-Smirnov untuk menguji apakah data tersebut mengikuti distribusi normal.

Tahap-tahap uji normalitas dengan Kolmogorov-Smirnov: (1) Merumuskan hipotesis, Ho: Data berdistribusi normal; Ha: Data berdistribusi tidak normal (2) Kriteria pengujian: Jika signifikan <0,05, maka Ho di tolak; Jika signifikan >0,05, maka Ho di terima (3) Membuat kesimpulan.

Menurut (Ghozali 2018), uji multikolinearitas digunakan untuk menguji apakah terdapat korelasi antara variabel bebas (variabel independen) dalam model regresi. Tujuan dari uji multikolinieritas adalah untuk menilai apakah terdapat masalah multikolinieritas dalam model regresi. Sebuah model regresi yang baik seharusnya tidak memiliki korelasi yang signifikan antara variabel independen.

Uji multikolinieritas dapat dilakukan dengan melihat nilai Tolerance dan Variance Inflation Factor (VIF). Terdapat nilai cut-off yang umum digunakan untuk menunjukkan adanya masalah multikolinearitas , yaitu Tolerance $\leq 0,10$ dan VIF ≥ 10 . Jika nilai Tolerance dari sebuah variabel kurang dari atau sama dengan 0,10 atau nilai VIF lebih dari atau sama dengan 10, maka terdapat indikasi adanya multikolinieritas dalam model regresi.

Menurut (Ghozali 2018), uji Heteroskedastisitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Model regresi yang baik adalah model regresi yang tanpa ada gejala heteroskedastisitas.

Adapun dasar pengambilan keputusan dalam uji heteroskedastisitas dengan menggunakan uji glejser adalah sebagai berikut. Jika nilai signifikansi (Sig.) lebih besar dari 0.05, maka kesimpulannya adalah tidak terjadi gejala heteroskedastisitas dalam model regresi. Jika nilai signifikansi (Sig.) lebih kecil dari 0.05, maka kesimpulannya adalah terjadi gejala heteroskedastisitas dalam model regresi.

Menurut (Siregar 2017b), koefisien korelasi merupakan suatu angka yang mengindikasikan seberapa kuat hubungan antara dua atau lebih variabel, serta dapat menentukan arah hubungan antara variabel-variabel tersebut. Analisis ini digunakan untuk mengetahui hubungan antara variabel independen yaitu Kualitas Produk (X_1) dan Kualitas Pelayanan (X_2) terhadap variabel dependen yaitu Loyalitas Pelanggan (Y).

Menurut (Siregar 2017a), koefisien determinasi adalah angka yang menyatakan atau digunakan untuk mengetahui kontribusi atau sumbangan yang diberikan oleh sebuah variabel atau lebih X (bebas) terhadap variabel Y (terikat).

Adapun rumus Koefisien Determinasi sebagai berikut:

Dimana :

$$D = r^2. 100\%$$

D = Koefisien Determinasi

r^2 = Koefisien Korelasi

Menurut (Siregar 2017a), regresi linier berganda merupakan pengembangan dari regresi linier sederhana dan digunakan untuk melakukan prediksi permintaan di masa yang akan datang atau menganalisis pengaruh satu atau lebih variabel independen terhadap satu variabel dependen. Regresi linier berganda digunakan ketika terdapat minimal dua variabel independen yang akan dianalisis.

Rumus regresi linier berganda yang digunakan adalah sebagai berikut:

$$Y=a+b_1.X_1+b_2.X_2$$

Keterangan :

Y = loyalitas pelanggan

A = koefisien konstanta

b₁ = konstanta regresi kualitas produk

b₂ = konstanta regresi kualitas pelayanan

X₁ = kualitas produk

X₂ = kualitas pelayanan

Menurut (Siregar 2017b), ketika kita ingin mengevaluasi pengaruh individu dari variabel bebas terhadap variabel terikat, digunakan uji t. Untuk menentukan apakah variabel bebas secara parsial memiliki pengaruh yang signifikan, kita dapat melihat nilai Sig. Jika nilai Sig. < 0,05, maka variabel bebas tersebut secara parsial berpengaruh secara signifikan terhadap variabel terikat. Sebaliknya, jika nilai Sig. > 0,05, maka variabel bebas tersebut secara parsial tidak berpengaruh secara signifikan terhadap variabel terikat.

Menurut (Field 2013), uji F digunakan dalam analisis varians untuk membandingkan rata-rata antara tiga kelompok atau lebih. Uji F menguji hipotesis nol bahwa tidak ada perbedaan yang signifikan antara rata-rata kelompok. Jika nilai Sig. < 0,05, maka secara simultan terdapat pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat. Jika nilai Sig. > 0,05, maka secara simultan tidak terdapat pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat.

Hasil

Table 1. Hasil Uji

| Jenis Uji | Hasil Uji |
|-----------------------------|--|
| Uji Normalitas | 0,200 |
| Uji Multikolonieritas | Tolerance 0,857 VIF 1,167 |
| Uji Heteroskedastisitas | X ₁ 0,075 X ₂ 0,223 |
| Uji Korelasi | X ₁ 0,217 X ₂ 0,501 |
| Uji Koefisien Determinasi | 22,6% |
| Uji Regresi Linear Berganda | Y = 4,794 + 0,038 . X ₁ + 0,326. X ₂ |
| Uji t | X ₁ 0,798 X ₂ 0,000 |
| Uji F | 0,000 |

Pembahasan

Berdasarkan hasil analisis data yang diperoleh dari penelitian ini, maka penulis memperoleh temuan sebagai berikut:

Hasil uji normalitas mendapatkan nilai signifikansi diatas 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa data berdistribusi normal.

Hasil uji multikolonieritas mendapatkan nilai Tolerance lebih besar dari 0,10 dan nilai VIF lebih kecil dari 0,10. Hal ini menunjukkan tidak adanya korelasi antara variabel bebas.

Hasil uji heteroskedastisitas mendapatkan nilai signifikansi lebih besar dari 0,05. Hal ini menunjukkan tidak adanya gejala heteroskedastisitas.

Nilai korelasi kualitas produk dengan loyalitas pelanggan adalah 0,217 yang memiliki arti bahwa kualitas produk memiliki hubungan yang rendah terhadap loyalitas pelanggan. Sedangkan nilai korelasi kualitas pelayanan dengan loyalitas pelanggan adalah 0,501 yang artinya kualitas pelayanan memiliki hubungan yang sedang terhadap loyalitas pelanggan.

Hasil uji koefisien determinasi menunjukkan bahwa variabel loyalitas pelanggan di pengaruhi oleh kualitas produk dan kualitas pelayanan sebesar 22,6% dan sisanya 77,4% dipengaruhi oleh faktor-faktor lainnya yang tidak diuji di penelitian ini.

Hasil dari analisis regresi linier berganda menunjukkan bahwa adanya pengaruh diantara kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan. Ini dapat dibuktikan jika nilai dari kualitas produk dan kualitas pelayanan ditambah 1, maka juga akan menambah nilai dari loyalitas pelanggan.

Hasil uji hipotesis menunjukkan bahwa secara parsial, kualitas produk tidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan, sedangkan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas pelayanan. Hal ini dapat dilihat pada nilai signifikansi kualitas produk lebih besar dari 0.005 dan nilai signifikansi kualitas pelayanan lebih kecil dari 0.005. Dan secara simultan, kualitas produk dan kualitas pelayanan memiliki pengaruh terhadap loyalitas pelanggan, dilihat dari nilai signifikansi yang lebih kecil dari 0.005. Maka dapat diaktakan hasil penelitian ini berbanding lurus dengan penelitian yang dilakukan oleh (Chaniago 2020) yang berjudul “Analisis Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, dan Harga pada Loyalitas Konsumen Nano Store.”, secara signifikan dan simultan dipengaruhi oleh kualitas produk dan kualitas pelayanan. Studi penelitian ini dibatasi pada meneliti pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan.

Kesimpulan

Berdasarkan hasil dan pembahasan sebelumnya, maka peneliti menarik kesimpulan bahwa secara parsial, kualitas produk tidak terdapat pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas pelanggan di Toko Bahan Kue Yen, Medan karena memiliki nilai signifikan 0,798 yang berarti lebih besar dari 0.005 pada uji t. Sedangkan kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas pelanggan di Toko Bahan Kue Yen, Medan, dengan nilai signifikansi 0,000 yang berarti lebih kecil dari 0.005 pada uji t. Secara simultan, kualitas produk dan kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang signifikan di Toko Bahan Kue Yen, Medan. Hal ini dapat dilihat dari hasil uji F dengan nilai signifikansi $0.000 < 0.005$. Dan hasil uji koefisien determinasi yang memberikan nilai sebesar 22,6% yang menyatakan ada pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan di Toko Bahan Kue Yen, Medan dan sisanya 77,4% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Referensi

- Antica, Yuni. 2022. “Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Citra Merek Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Ekspedisi Kargo PT Surya Samudera Logistik.”
- Arianto, Nurmin. 2018. “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pengunjung Dalam Menggunakan Jasa Hotel Rizen Kedaton Bogor.” *Jurnal Pemasaran Kompetitif* 1(2):83–101.
- Atmaja, Ketut Valien Wira, I. Nyoman Sujana, and Kadek Rai Suwena. 2019. “Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada PT. Pos Cabang Singaraja.” *Jurnal Pendidikan Ekonomi Undiksha* 10(1):12. doi: 10.23887/jjpe.v10i1.20039.
- Bimaria, Nadia Putri Permata Ray, Murie P. Kulu, and Peridawaty Peridawaty. 2020. “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga, Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Sendy’s Swalayan Palangka Raya.” *Jurnal Manajemen Sains Dan Organisasi* 1(3):181–91.
- Cantikawati, Yuke. 2018. “PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN Studi Pada Pelanggan Ritel Griya Cabang Pahlawan Di Kota Bandung.”

- Chaniago, Harmon. 2020. "Analisis Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, Dan Harga Pada Loyalitas Konsumen Nano Store." *International Journal Administration, Business and Organization* 1(2):2020.
- Febriyana, Delvi, Arwin Arwin, and Yuliana Yuliana. 2022. "PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN ORANG TUA DI SEMPOA SIP ASIA MEGA MAS MEDAN." in *Seminar Nasional 2022 - NBM Arts*. Seminar Nasional 2022-NBM Arts.
- Field, Andy. 2013. *Discovering Statistics Using IBM SPSS Statistics*. sage.
- Ghozali, Imam. 2018. "Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25."
- Irawan, Ivan, Yuliana Yuliana, Arwin Arwin, and Wilbert Jovando. 2022. "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Orang Tua Murid Di IEC, Medan." *INSOLOGI: Jurnal Sains Dan Teknologi* 1(3):332–39. doi: 10.55123/insologi.v1i3.411.
- Kotler, Philip, and Kevin Lane Keller. 2021. "Manajemen Pemasaran Edisi 13 Jilid 2."
- Martono, Martono, Arwin Arwin, Yuliana Yuliana, Lisa Lisa, and Fauzi Akbar Maulana Hutabarat. 2021. "Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Studi Kasus Pada Pengangkutan TS Medan." Pp. 411–15 in *Seminar Nasional Sains dan Teknologi Informasi (SENSASI)*. Vol. 3.
- Priyatno, Duwi. 2017. *Panduan Praktis Olah Data Menggunakan SPSS*. Yogyakarta: Mediakom.
- Putra, I. Kadek Agus Maha, I. Gusti Ayu Wimba, and Putu Herny Susanti. 2021. "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Mediasi Pada CV. Jaya Utama Teknik Di Kabupaten Badung." *WidyaAmrita: Jurnal Manajemen, Kewirausahaan Dan Pariwisata* 1(4):1279–91.
- Putri, Putri, Yuliana Yuliana, and Arwin Arwin. 2022. "PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DI CHING QING VEGETABLE HOUSE, MEDAN." *ESCAF* 1(1):1137–42.
- Setyawati, Yolanda, Arwin Arwin, Yuliana Yuliana, Williny Williny, and Arif Anggia. 2022. "Analisis Kualitas Pelayanan Pada Karibia Boutique Hotel Medan." *SOSMANIORA: Jurnal Ilmu Sosial Dan Humaniora* 1(2):126–32. doi: 10.55123/sosmaniora.v1i2.401.
- Siregar, Syofian. 2017a. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Siregar, Syofian. 2017b. *Statistik Parametrik Untuk Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Sugiyono, P. D. 2017. "Metode Penelitian Bisnis: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Kombinasi, Dan R&D." *Penerbit CV. Alfabeta: Bandung*.
- Widiya, Ayu, and Abdul Kadir. 2023. "Analisis Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Konsumen (Studi Pada Farida Salon Di Kabupaten Kotawaringin Timur)." *Jurnal Bisnis Dan Manajemen (JURBISMAN)* 1(3):683–98.
- Willianson, Kevin, Yuliana Yuliana, Arwin Arwin, Wong Pong Lan, and Fauzi Akbar Maulana Hutabarat. 2021. "Strategi Pemasaran Di Cendana Homestay Medan." Pp. 216–21 in *Seminar Nasional Ilmu Sosial dan Teknologi-SANISTEK*.
- NOVIASARI, D. (2022). *PENGARUH PROMOSI ONLINE, KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN MOLEN MINI "GULUNGANKU" (Studi Kasus Pada Konsumen "GULUNGANKU" di Grup Facebook Kuliner Waru Sidoarjo)* (Doctoral dissertation, STIE MAHARDHIKA SURABAYA).