

# Pengaruh Loyalitas Pelanggan Melalui Kualitas Layanan, Kualitas Produk, Dan Persepsi Harga (UMKM Krupuk Hudi Jaya)

Oleh:

Mohammad Maulana Akbar,

Dewi Andriani

Progam Studi Manajemen

Universitas Muhammadiyah Sidoarjo

Juni 2023

# Pendahuluan

Perkembangan ekonomi saat ini berkembang dengan pesat, sehingga banyak bermunculan persaingan usaha-usaha baru, khususnya pada perusahaan yang bergerak pada bidang yang sama [1]. Pemilik bisnis harus memiliki keunggulan sendiri untuk menarik pelanggan agar dapat bersaing di pasar, karena ada peningkatan jumlah persaingan yang keras [2]. Loyalitas dikembangkan melalui proses pembelajaran dan sebagai hasil dari pengalaman pelanggan yang secara konsisten melakukan pembelian [3].

## FENOMENA

### RESEARCH GAP

Beberapa penelitian telah menguji model loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan seperti penelitian yang dilakukan oleh [8], [9], dan [10] (beberapa penulis di jurnal referensi saya). Penelitian tersebut menunjukkan adanya pengaruh dan hubungan antara variabel kualitas pelayanan, kepuasan pelanggan, dan persepsi harga terhadap loyalitas pelanggan. Dari beberapa penelitian belum ada penelitian yang ingin mengetahui adanya pengaruh kepuasan pelanggan terhadap keputusan pembelian.

## NOVELTY

Berdasarkan uraian di atas maka penelitian ini bermaksud untuk mengetahui adanya pengaruh kepuasan pelanggan berpengaruh terhadap keputusan pembelian terhadap niat beli konsumen [8]. Peneliti akan menganalisis kepercayaan pelanggan sebagai variabel mediasi [9] dan UMKM yang digunakan dalam penelitian ini adalah UMKM krupuk Hudi Jaya Simo Mojoruntut, Kecamatan Krembung Kabupaten Sidoarjo, UMKM ini sudah berdiri lebih dari sejak 35 tahun yang lalu. Merupakan UMKM yang menyediakan berbagai macam krupuk. Seperti krupuk bawang dan krupuk terasi [10].

# Metode Penelitian



## Desain Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode *explanatory survey* dengan pendekatan kuantitatif dan metode ini menggunakan kuesioner sebagai alat pengumpulan data.



## Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian dilakukan pada UMKM Krupuk Hudi Jaya yang berlokasi pada Simo Mojoruntut, Kecamatan Krembung Kabupaten Sidoarjo, Jawa Timur, Kode pos 61275.



## Teknik Analisis dan Model Statistik

Analisis statistik pada penelitian ini mengaplikasikan model dari perangkat lunak SPSS (Statistical Program for Social Science) dengan tampilan yang ramah, dan mudah untuk penggunaannya untuk pengolahan data dimana perangkat lunak ini mampu melakukan analisis statistik serta proses manajemen data pada lingkungan grafis. untuk mengolah data dari lapangan .

# Hasil dan Pembahasan

## 1. Uji Validitas

Variabel	Item	R Hitung	R Tabel	Keterangan
Kualitas Layanan	X1.1	0,708	0,3	Valid
	X1.2	0,835	0,3	Valid
	X1.3	0,786	0,3	Valid
	X1.4	0,735	0,3	Valid
	X1.5	0,864	0,3	Valid
	X1.6	0,777	0,3	Valid
	X1.7	0,668	0,3	Valid
Kualitas Produk	X2.1	0,732	0,3	Valid
	X2.2	0,673	0,3	Valid
	X2.3	0,672	0,3	Valid
	X2.4	0,706	0,3	Valid
	X2.5	0,734	0,3	Valid
	X2.6	0,762	0,3	Valid
Persepsi Harga	X3.1	0,762	0,3	Valid
	X3.2	0,616	0,3	Valid
	X3.3	0,663	0,3	Valid
	X3.4	0,686	0,3	Valid
	X3.5	0,806	0,3	Valid
Loyalitas Pelanggan	Y.1	0,614	0,3	Valid
	Y.2	0,722	0,3	Valid
	Y.3	0,668	0,3	Valid
	Y.4	0,738	0,3	Valid
	Y.5	0,683	0,3	Valid
	Y.6	0,688	0,3	Valid

Dari total keseluruhan item pernyataan kuesioner yang disebar terhadap responden mulai dari variabel (X) dan variabel (Y) didapatkan nilai R tabel di atas 0,30 ( $>0,30$ ), maka dapat disimpulkan butir-butir pernyataan kuesioner yang digunakan semua dinyatakan valid dan data penelitian yang di ambil dapat dipercaya.

## 2. Uji Reabilitas

Variabel	N	Nilai Cronbach alpha	Nilai	Keterangan
Kualitas Layanan	7	0,883	0,6	Reliabel
Kualitas Produk	5	0,742	0,6	Reliabel
Persepsi Harga	5	0,748	0,6	Reliabel
Loyalitas Pelanggan	6	0,774	0,6	Reliabel

Dalam perhitungan uji reabilitas terdapat ketentuan apabila nilai Cronbach alpha lebih besar dari 0,6 dan dapat dinyatakan mempunyai reabilitas. Hasil tabel diatas didapatkan nilai koefisien reabilitas pada variabel kualitas layanan 0,883, variabel kualitas produk 0,742, variabel persepsi harga 0,748, dan variabel loyalitas pelanggan 0,774.

## 3. Uji Asumsi Klasik

### a. Uji Normalitas

penelitian ini didapatkan dengan nilai sig sebesar  $0,079 > 0,05$ . Dengan demikian data tersebut berdistribusi normal jika  $p > 0,05$ .

		Unstandardized Residual
N		96
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	.82769456
Most Extreme Differences	Absolute	.086
	Positive	.086
	Negative	-.043
Test Statistic		.086
Asymp. Sig. (2-tailed)		.079 <sup>c</sup>
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		
c. Lilliefors Significance Correction.		

# Hasil dan Pembahasan

## b. Uji Autokolerasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.921 <sup>a</sup>	.848	.843	.8410	1.738

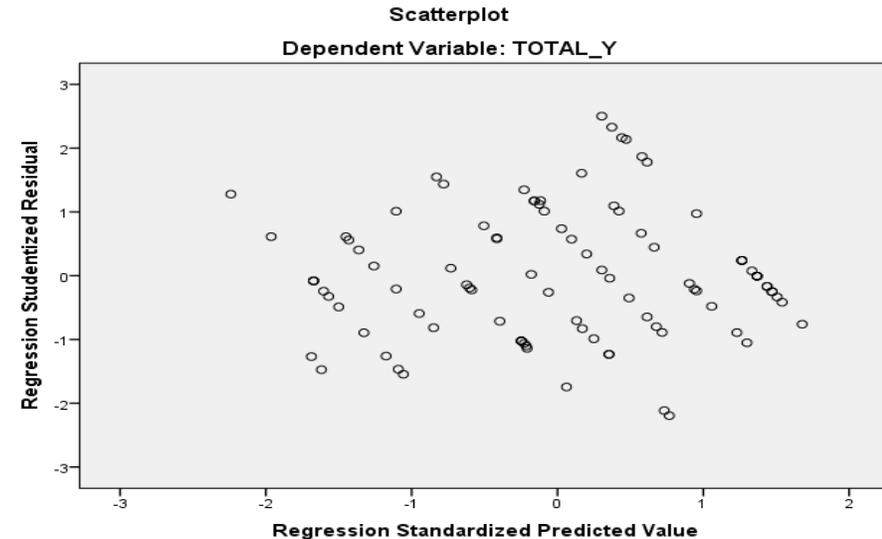
a. Predictors: (Constant), Persepsi Harga, Kualitas Produk, Kualitas Layanan

b. Dependent Variable: Loyalitas Pelanggan

Tabel 4. Hasil Uji Autokolerasi spss 24, data diolah penulis

Dari hasil pengujian penelitian ini diperoleh nilai Durbin Watsonnya (d) sebesar 1,738, dengan nilai  $d_l = 1,6039$  dan  $d_u = 1,733$ ,  $k = 3$  dan  $n = 96$ . Dengan melihat tabek durbin Watson setelah diperhitungkan dan dibandingkan, nilai durbin Watson berada diantara  $d_u$  dan  $(d_u < d < 4 - d_u)$  maka  $(1,733 < 1,738 < 2,267)$ . Hal tersebut dinyatakan pada penelitian model regresi ini tidak terjadinya autokolerasi.

## c. Uji Heteroskedastisitas



Pada penelitian ini gambar grafik plotnya terjadi penyebaran titik-titik yang menunjukkan tidak terbentuknya sebuah pola tertentu dan terbentuknya pola tersebut secara acak kemudian posisinya berada pada atas maupun di bawah angka 0 pada sumbu Y. Maka disimpulkan pada penelitian ini tidak terjadi heteroskedastisitas.

# Hasil dan Pembahasan

## d. Uji Multikolenieritas

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	2.736	1.298		2.108	.038		
	X1	.067	.022	.125	3.059	.003	.987	1.014
	X2	.539	.063	.457	8.584	.000	.583	1.715
	X3	.635	.060	.563	10.596	.000	.586	1.707

a. Dependent Variable: Y

Masing-masing variabel penelitian ini memiliki nilai VIF lebih kecil dari 10 ( $<10$ ) maka dapat disimpulkan bahwa variabel-variabel yang digunakan tidak terjadi kolerasi antar variabel, sehingga bebas dari multikolenieritas.

## 4. Analisis Regresi Linier Berganda

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2.736	1.298		2.108	.038
	Kualitas Layanan	.067	.022	.125	3.059	.003
	Kualitas Produk	.539	.063	.457	8.584	.000
	Persepsi Harga	.635	.060	.563	10.596	.000

a. Dependent Variable: Loyalitas Pelanggan

Menunjukkan bahwa variabel kualitas layanan (X1), kualitas produk (X2), dan persepsi harga (X3) naik atau berpengaruh dalam satu satuan yang artinya berpengaruh positif terhadap Loyalitas Pelanggan.

# Hasil dan Pembahasan

## 5. Uji Hipotesis

### a. Uji t

Nilai signifikan seluruh variabel independent memiliki nilai  $<0,05$  sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel independent berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel dependen.

### b. Uji f

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	362.251	3	120.750	170.692	.000 <sup>b</sup>
	Residual	65.082	92	.707		
	Total	427.333	95			

a. Dependent Variable: Loyalitas pelanggan

b. Predictors: (Constant), Persepsi Harga, Kualitas Produk, Kualitas Layanan

f hitung diperoleh sebesar 120,750 kemudian f tabel ditemukan sebesar 2,70, f hitung  $>$  f tabel  $120,750 > 2,70$ . Kemudian nilai signifikansi uji f untuk pengaruh kualitas layanan (X1), kualitas produk (X2), dan persepsi harga (X3) adalah sebesar  $0,000 < 0,05$ . Dengan demikian dapat dinyatakan bahwa variabel-variabel X secara simultan terdapat pengaruh terhadap variabel Y.

# Hasil dan Pembahasan

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.921 <sup>a</sup>	.848	.843	.841

## c. Uji Koefisien Kolerasi Berganda (R)

Dari hasil nilai R tabel diperoleh sebesar 0,921 atau (92,1%). Dapat disimpulkan nilai tersebut diketahui adanya hubungan antar variabel bebas dan variabel terikat yang cukup kuat dan dapat dikatakan positif dikarenakan nilainya lebih dari 50%.

## d. Uji Determinasi Berganda ( $R^2$ )

R square diperoleh sebesar 0,848 atau sebesar (84,8%) , yang artinya presentase variabel bebas terhadap variabel terikat dilihat dari R square yakni besar pengaruh variabel kualitas layanan (X1), kualitas produk (X2), dan persepsi harga (X3) terhadap loyalitas pelanggan (Y) sebesar (84,8%) sedangkan sisanya 15,2% dipengaruhi variabel lain yang tidak diteliti oleh penelitian ini.

# Hasil dan Pembahasan

## 1. Hipotesis Pertama (H1) : Adanya pengaruh kualitas layanan (X1) terhadap loyalitas pelanggan (Y)

Dari hasil analisis yang dilakukan ditunjukkan bahwa variabel kualitas layanan meningkatkan satu satuan terhadap loyalitas pelanggan, yang artinya UMKM Krupuk Hudi Jaya semakin baik pelayanan yang diberikan maka akan meningkatkan loyalitas pelanggan. Dikarenakan UMKM Krupuk Hudi Jaya selalu memprioritaskan pelayanan terhadap pelanggan.

## 2. Hipotesis Kedua (H2) : Adanya pengaruh kualitas produk (X2) terhadap loyalitas pelanggan (Y)

Dari hasil analisis yang dilakukan ditunjukkan bahwa variabel kualitas produk meningkatkan satu satuan terhadap loyalitas pelanggan, yang artinya UMKM Krupuk Hudi Jaya memberikan kualitas produknya selalu diperhatikan dan yang terbaik, sehingga dengan keyakinan kualitas produknya dapat terjadinya loyalitas pelanggan.

## 3. Hipotesis Ketiga (H3) : Adanya pengaruh persepsi harga (X3) terhadap loyalitas pelanggan (Y)

Dari hasil analisis yang dilakukan ditunjukkan bahwa UMKM Krupuk Hudi Jaya meningkatkan satu satuan terhadap variabel loyalitas pelanggan, yang artinya UMKM Krupuk Hudi Jaya memberikan beberapa pilihan harga yang cukup relatif terjangkau dan mempunyai berbagai varian harga yang mudah untuk disesuaikan dengan budget konsumen kemudian menimbulkan persepsi harga pada loyalitas pelanggan.

## 4. Hipotesis Keempat (H4) : Adanya pengaruh kualitas layanan (X1), kualitas produk (X2), dan persepsi harga (X3) terhadap keputusan pembelian.

Hasil penelitian pada hipotesis keempat menyatakan bahwa variabel kualitas layanan, kualitas produk, dan persepsi harga berpengaruh secara simultan terhadap loyalitas pelanggan pada UMKM Krupuk Hudi Jaya. Hal tersebut dapat diartikan bahwa konsumen ketika mengunjungi UMKM Krupuk Hudi Jaya mendapatkan pelayanan yang baik, kemudian didampingi dengan kualitas produk yang diperoleh sesuai dengan yang diinginkan konsumen, serta harga yang ditawarkan sangat cocok terhadap persepsi harga yang diinginkan sehingga terjadinya loyalitas pelanggan pada UMKM Krupuk Hudi Jaya.

# Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan pengaruh kualitas layanan, kualitas produk, dan persepsi harga maka dapat disimpulkan, 1) adanya pengaruh positif dan signifikan kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan, 2) adanya pengaruh positif dan signifikan kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan, 3) adanya pengaruh positif dan signifikan persepsi harga terhadap loyalitas pelanggan, 4) adanya pengaruh kualitas layanan, kualitas produk, dan persepsi harga terhadap loyalitas pelanggan secara simultan.

Dari uraian diatas menunjukkan bahwa dengan kualitas layanan, konsumen dapat merasa dengan nyaman pada UMKM Krupuk Hudi Jaya, dengan kualitas produknya juga yang sesuai terhadap persepsi harga yang konsumen inginkan sehingga dapat memberikan loyalitas pada pelanggan. Hasil penelitian ini dapat dijadikan referensi penelitian lain yang topiknya pemasaran, untuk penelitian selanjutnya dapat menambahkan variabel lain kemudian mempertimbangkan untuk menggunakan metode penelitian lain atau dapat mengembangkan model penelitian variabel-variabel lain yang diperoleh dapat mempengaruhi loyalitas pelanggan.

