

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Hasil

1. Deskripsi Data Perusahaan

PT Sumber Jaya Tangguh merupakan perusahaan yang terdaftar di Kabupaten Kudus, Jawa Tengah, Indonesia. Hal ini bisa diketahui melalui berita Negara pada tahun 2019 dengan BN 72 TBN 027327. Perusahaan ini beralamatkan di Jl. Lingkar Timur Mejobo RT01/RW01, Klitak, Mejobo, Kec. Kota Kudus, Kabupaten Kudus, Jawa Tengah 59381.

2. Deskripsi Responden

Deskripsi mengenai responden ini menggambarkan keadaan responden yaitu konsumen dari PT Sumber Jaya Tangguh yang pernah melakukan pembelian produk Galvalum. Hasil survey menggunakan kuesioner kepada 100 responden bisa diketahui bahwasanya karakteristik responden bisa diketahui melalui jenis kelamin, usia dan pengeluaran perbulan responden.

a. Jenis Kelamin Responden

Deskripsi mengenai jenis kelamin responden dari PT Sumber Jaya Tangguh yang pernah melakukan pembelian produk Galvalum dapat tersaji pada table 4.1 berikut:

Tabel 4 1 Deskripsi Jenis Kelamin Responden

No.	Jenis Kelamin	Jumlah Responden	Presentase (%)
1	Laki- laki	73	73%
2	Perempuan	27	27%
Total		100	100%

Sumber Data: Data Penelitian, diolah 2022

Berdasarkan keterangan table diatas dapat diketahui bahwa dari 100 responden, yang berjenis kelamin laki-laki sebanyak 73% atau 73 responden dan yang berjenis kelamin perempuan sebanyak 27% atau 27 responden.

b. Usia Responden

Deskripsi mengenai usia responden dari PT Sumber Jaya Tangguh yang pernah melakukan pembelian produk Galvalum dapat tersaji pada table 4.1 berikut:

Tabel 4 2 Deskripsi Usia Responden

No	Usia	Jumlah Responden	Presentase (%)
1	25-35	28	18%
2	36-45	42	42%
3	46-55	30	20%
Jumlah		100	100%

Sumber Data: Data Penelitian, diolah 2022

Berdasarkan keterangan table diatas dapat diketahui bahwa dari 100 responden, yang memiliki usia 25-35 tahun sebanyak 18 responden atau 18%, yang berusia 36-45 tahun sebanyak 42 responden atau 42%, dan yang berusia 46-55 tahun sebanyak 20 responden atau 20%.

c. Pengeluaran Perbulan Responden

Deskripsi mengenai pengeluaran perbulan responden dari PT Sumber Jaya Tangguh yang pernah melakukan pembelian produk Galvalum dapat tersaji pada table 4.3 berikut:

Tabel 4 3 Deskripsi Pengeluaran Perbulan Responden

No	Pengeluaran/bulan	Jumlah Responden	Presentase (%)
1	<Rp. 2.500.000	46	46%
2	Rp. 2.600.000-Rp.5.000.000	32	32%
3	>Rp. 5.100.000	22	22%
Jumlah		100	100%

Sumber Data: Data Penelitian, diolah 2022

Berdasarkan keterangan table diatas dapat diketahui bahwa dari 100 responden, yang memiliki pendapatan <Rp. 2.500.000 sebanyak 46 responden atau 46%, yang memiliki pendapatan Rp. 2.600.000-Rp.5.000.000 sebanyak 32 responden atau 32%, dan yang berpendapatan >Rp. 5.100.000 sebanyak 22 responden atau 22%.

3. Deskripsi Jawaban Responden

Hasil jawaban responden terkait dengan Kualitas Produk, Kualitas Layanan, Harga dan Loyalitas Konsumen PT Sumber Jaya Tangguh adalah sebagai berikut:

a. Kualitas Produk

Adapun tanggapan 100 responden mengenai pernyataan tentang variable kualitas produk dapat dilihat pada table di bawah ini:

Tabel 4 4Kualitas Produk

No	Pertanyaan	Jawaban					Jmlh
		SS	S	N	TS	STS	
1	Produk Galvalum memiliki ketahanan yang baik	75 75%	24 24%	1 1%	0 0%	0 0%	100 100%
2	Produk Galvalum lebih baik daripada produk lainnya yang serupa	71 71%	27 27%	1 1%	0 0%	1 1%	100 100%
3	Produk Galvalum memiliki ketahanan dalam waktu yang lama	73 73%	25 25%	2 2%	0 0%	0 0%	100 100%
4	Produk Galvalum mudah untuk dirawat dan diperbaiki	60 60%	34 34%	6 6%	0 0%	0 0%	100 100%
5	Produk Galvalum PT. Sumber Jaya Tangguh mudah dikenali	53 53%	39 39%	8 8%	0 0%	0 0%	100 100%
6	Produk Galvalum PT. Sumber Jaya Tangguh memiliki ketahanan yang baik dan memiliki usia produk yang panjang.	63 63%	26 26%	11 11%	0 0%	0 0%	100 100%

Sumber Data: Data Penelitian, diolah 2022

Melalui tabel diatas, mengenai jawaban responden, yaitu Konsumen PT Sumber Jaya Tangguh mengenai Kualitas Produk dapat dijelaskan sebagai berikut:

Item pertama, mengenai Produk Galvalum memiliki ketahanan yang baik, responden yang sangat setuju sejumlah 75%, responden yang setuju sejumlah 24%, responden yang netral melakukan sejumlah 1%, responden yang tidak setuju sejumlah 0%, responden yang sangat tidak setuju sejumlah 0%.

Item kedua, Produk Galvalum lebih baik daripada produk lainnya yang serupa, responden yang sangat setuju sejumlah 71%, responden yang setuju sejumlah 27%, responden yang netral sejumlah 1%, responden yang tidak setuju sejumlah 0%, responden yang sangat tidak setuju sejumlah 1%.

Item ketiga, mengenai Berusaha Produk Galvalum memiliki ketahanan dalam waktu yang lama, responden yang sangat setuju sejumlah 73%, responden yang setuju sejumlah

25%, responden yang netral sejumlah 2%, responden yang tidak setuju sejumlah 0%, responden yang sangat tidak setuju sejumlah 0%.

Item keempat, Produk Galvalum mudah untuk dirawat dan diperbaiki, responden yang sangat setuju sejumlah 60%, responden yang setuju sejumlah 34%, responden yang netral sejumlah 6%, responden yang tidak setuju sejumlah 0%, responden yang sangat tidak setuju sejumlah 0%.

Item kelima, Produk Galvalum PT. Sumber Jaya Tangguh mudah dikenali, responden yang sangat setuju sejumlah 53%, responden yang setuju sejumlah 39%, responden yang netral sejumlah 8%, responden yang tidak setuju sejumlah 0%, responden yang sangat tidak setuju sejumlah 0%.

Item keenam, Produk Galvalum PT. Sumber Jaya Tangguh memiliki ketahanan yang baik dan memiliki usia produk yang panjang., responden yang sangat setuju sejumlah 63%, responden yang setuju sejumlah 26%, responden yang netral sejumlah 11%, responden yang tidak setuju sejumlah 0%, responden yang sangat tidak setuju sejumlah 0%.

b. Kualitas Layanan

Adapun tanggapan 100 responden mengenai pernyataan tentang variable kualtas layanan dapat dilihat pada table di bawah ini:

Tabel 4 5 Kualitas Layanan

No	Pertanyaan	Jawaban					Jmlh
		SS	S	N	TS	STS	
1	Pelayanan PT. Sumber Jaya Tangguh memberikan informasi yang akurat dan terpercaya	66 66%	33 33%	1 1%	0 0%	0 0%	100 100%
2	Pelayanan PT. Sumber Jaya Tangguh cepat dan sesuai dengan keinginan	61 61%	39 39%	0 0%	0 0%	0 0%	100 100%
3	Pelayanan PT. Sumber Jaya Tangguh membuat saya percaya dengan informasi yang diberikan	57 57%	29 29%	9 9%	5 5%	0 0%	100 100%
4	Pelayanan PT. Sumber Jaya Tangguh memperhatikan hal yang saya butuhkan	67 67%	29 29%	3 3%	1 1%	0 0%	100 100%

5	Pelayanan PT. Sumber Jaya Tangguh dilengkapi dengan fasilitas yang memadai	68 68%	20 20%	7 7%	4 4%	1 1%	100 100%
---	--	-----------	-----------	---------	---------	---------	-------------

Sumber Data: Data Penelitian, diolah 2022

Melalui tabel diatas, mengenai jawaban responden, Konsumen PT Sumber Jaya Tangguh mengenai Kualitas Layanan dapat dijelaskan sebagai berikut:

Item pertama, Pelayanan PT. Sumber Jaya Tangguh memberikan informasi yang akurat dan terpercaya, responden yang sangat setuju sejumlah 66%, responden yang setuju sejumlah 33%, responden yang netral sejumlah 1%, responden yang tidak setuju sejumlah 0%, responden yang sangat tidak setuju sejumlah 0%.

Item kedua, Pelayanan PT. Sumber Jaya Tangguh cepat dan sesuai dengan keinginan, responden yang sangat setuju sejumlah 61%, responden yang setuju sejumlah 39%, responden yang netral sejumlah 0%, responden yang tidak setuju sejumlah 0%, responden yang sangat tidak setuju sejumlah 0%.

Item ketiga, Pelayanan PT. Sumber Jaya Tangguh membuat saya percaya dengan informasi yang diberikan, responden yang sangat setuju sejumlah 57%, responden yang setuju sejumlah 29%, responden yang netral sejumlah 9%, responden yang tidak setuju sejumlah 5%, responden yang sangat tidak setuju melakukan sejumlah 0%.

Item keempat, Pelayanan PT. Sumber Jaya Tangguh memperhatikan hal yang saya butuhkan, responden yang sangat setuju sejumlah 67%, responden yang setuju sejumlah 29%, responden yang netral sejumlah 3%, responden yang tidak setuju sejumlah 1%, responden yang sangat tidak setuju sejumlah 0%.

Item kelima, Pelayanan PT. Sumber Jaya Tangguh dilengkapi dengan fasilitas yang memadai, responden yang sangat setuju sejumlah 68%, responden yang setuju sejumlah 20%, responden yang netral sejumlah 7%, responden yang tidak setuju sejumlah 4%, responden yang sangat tidak setuju sejumlah 1%.

c. Harga

Adapun tanggapan 100 responden mengenai pernyataan tentang variable harga dapat dilihat pada table di bawah ini:

Tabel 4 6 Harga

No	Pertanyaan	Jawaban					Jmlh
		SS	S	N	TS	STS	
1	Harga produk Galvalum di PT. Sumber Jaya Tangguh sesuai dengan kemampuan saya untuk membeli	57 57%	37 37%	5 5%	1 1%	0 0%	100 100%
2	Harga produk Galvalum sesuai dengan kualitas produk yang diberikan.	48 48%	36 36%	14 14%	2 2%	0 0%	100 100%
3	Harga produk Galvalum di PT. Sumber Jaya Tangguh lebih terjangkau dari PT. Sumber Jaya Tangguh lainnya	45 45%	46 46%	9 9%	0 0%	0 0%	100 100%
4	Harga produk sesuai dengan manfaat yang diberikan	57 57%	34 34%	8 8%	1 1%	0 0%	100 100%

Sumber Data: Data Penelitian, diolah 2022

Melalui tabel diatas, mengenai jawaban responden, yaitu Konsumen PT Sumber Jaya Tangguh mengenai Harga dapat dijelaskan sebagai berikut:

Item pertama, Harga produk Galvalum di PT. Sumber Jaya Tangguh sesuai dengan kemampuan saya untuk membeli, responden yang sangat setuju sejumlah 57%, responden yang setuju sejumlah 37%, responden yang netral sejumlah 5%, responden yang tidak setuju sejumlah 1%, responden yang sangat tidak setuju melakukan sejumlah 0%.

Item kedua, Harga produk Galvalum sesuai dengan kualitas produk yang diberikan., responden yang sangat setuju sejumlah 48%, responden yang setuju sejumlah 36%, responden yang netral sejumlah 14%, responden yang tidak setuju sejumlah 2%, responden yang sangat tidak setuju sejumlah 0%.

Item ketiga, Harga produk Galvalum di PT. Sumber Jaya Tangguh lebih terjangkau dari PT. Sumber Jaya Tangguh lainnya, responden yang sangat setuju sejumlah 45%, responden yang setuju sejumlah 46%, responden yang netral sejumlah 9%,

responden yang tidak setuju sejumlah 0%, responden yang sangat tidak setuju sejumlah 0%.

Item keempat, Harga produk sesuai dengan manfaat yang diberikan, responden yang sangat setuju sejumlah 57%, responden yang setuju sejumlah 34%, responden yang netral sejumlah 8%, responden yang tidak setuju sejumlah 1%, responden yang sangat tidak setuju sejumlah 0%.

d. Loyalitas konsumen

Adapun tanggapan 100 responden mengenai pernyataan tentang variable loyalitas konsumen dapat dilihat pada table di bawah ini:

Tabel 4 7 Loyalitas Konsumen

No	Pertanyaan	Jawaban					Jmlh
		SS	S	N	TS	STS	
1	Harga produk Galvalum di PT. Sumber Jaya Tangguh sesuai dengan kemampuan saya untuk membeli	61 61%	26 26%	11 11%	2 2%	0 0%	100 100%
2	Harga produk Galvalum sesuai dengan kualitas produk yang diberikan.	60 60%	35 35%	4 4%	1 1%	0 0%	100 100%
3	Harga produk Galvalum di PT. Sumber Jaya Tangguh lebih terjangkau dari PT. Sumber Jaya Tangguh lainnya	46 46%	44 44%	9 9%	1 1%	0 0%	100 100%
4	Harga produk sesuai dengan manfaat yang diberikan	48 48%	43 43%	9 9%	0 0%	0 0%	100 100%

Sumber Data: Data Penelitian, diolah 2022

Melalui tabel diatas, mengenai jawaban responden, yaitu Konsumen PT Sumber Jaya Tangguh mengenai Loyalitas Konsumen dapat dijelaskan sebagai berikut:

Item pertama, Produk Galvalum PT. Sumber Jaya Tangguh layak untuk dibeli kembali, responden yang sangat setuju sejumlah 61%, responden yang setuju sejumlah 26%, responden yang netral sejumlah 11%, responden yang tidak setuju sejumlah 2%, responden yang sangat tidak setuju melakukan sejumlah 0%.

Item kedua, Produk lainnya dari PT. Sumber Jaya Tangguh layak untuk dibeli, responden yang sangat setuju

sejumlah 60%, responden yang setuju sejumlah 35%, responden yang netral sejumlah 4%, responden yang tidak setuju sejumlah 1%, responden yang sangat tidak setuju sejumlah 0%.

Item ketiga, Produk Galvalum dari PT. Sumber Jaya Tangguh layak untuk disarankan kepada konsumen lain, responden yang sangat setuju sejumlah 46%, responden yang setuju sejumlah 44%, responden yang netral sejumlah 9%, responden yang tidak setuju sejumlah 1%, responden yang sangat tidak setuju sejumlah 0%.

Item keempat, Produk Galvalum PT. Sumber Jaya Tangguh memiliki banyak keunggulan dari produk Galvalum milik produsen lain, responden yang sangat setuju sejumlah 48%, responden yang setuju sejumlah 43%, responden yang netral sejumlah 9%, responden yang tidak setuju sejumlah 0%, responden yang sangat tidak setuju sejumlah 0%.

B. Hasil Uji Validitas Dan Reliabilitas

1. Uji Validitas Instrumen

Untuk mengetahui validitas adalah dengan membandingkan r tabel dengan nilai r hitung. Suatu item pernyataan atau indikator dinyatakan valid apabila nilai r hitung lebih besar dari r tabel. Nilai r hitung diperoleh dari hasil output SPSS IBM 22 pada kolom Corrected Item-Total Correlation. Sedangkan dalam menentukan nilai r tabel dicari dengan rumus df (degree of freedom) = $n-k$ dimana (n adalah jumlah sampel dan k adalah variabel bebas). Dengan rumus tersebut maka didapatkan $df = n-3$, $df = 30 - 3 = 27$. Dengan tingkat signifikansi $5\% = 0,05$, maka diperoleh r tabel sebesar 0,361. Berikut adalah hasil uji validitas instrumen:

a. Hasil Uji Validitas Kualitas Produk

Uji validitas variable kualitas produk diberikan kepada 30 responden yang berguna untuk mengetahui keandalan setiap item angket dalam menjalankan fungsi pengukurannya. Hasil dari uji validitas variable kualitas produk dapat diketahui melalui table berikut:

Tabel 4 8 Hasil Uji Validitas Kualitas Produk

Variabel	Item	R tabel	R hitung	keterangan
X1 (Kualitas Produk)	Produk Galvalum memiliki ketahanan yang baik	0,381	0,455	<i>Valid</i>
	Produk Galvalum lebih baik daripada produk lainnya yang serupa	0,381	0,764	<i>Valid</i>
	Produk Galvalum memiliki ketahanan dalam waktu yang lama	0,381	0,432	<i>Valid</i>
	Produk Galvalum mudah untuk dirawat dan diperbaiki	0,381	0,465	<i>Valid</i>
	Produk Galvalum PT. Sumber Jaya Tangguh mudah dikenali	0,381	0,465	<i>Valid</i>
	Produk Galvalum PT. Sumber Jaya Tangguh memiliki ketahanan yang baik dan memiliki usia produk yang panjang.	0,381	0,471	<i>Valid</i>

Sumber Data: Data Penelitian, diolah 2022

Menurut data tabel tersebut, masing-masing item pertanyaan variable kualitas produk memiliki nilai r hitung yang lebih besar dari nilai r tabel (0,381), yang artinya seluruh item pernyataan pada variable kualitas produk dinyatakan valid.

b. Hasil Uji Validitas Kualitas Layanan

Uji validitas variable kualitas layanan diberikan kepada 30 responden yang berguna untuk mengetahui keandalan setiap item angket dalam menjalankan fungsi pengukurannya. Hasil dari uji validitas variable kualitas layanan dapat diketahui melalui table berikut:

Tabel 4 9 Hasil Uji Validitas Kualitas Layanan

Variabel	Item	R tabel	R hitung	keterangan
X2 (Kualitas Layanan)	Pelayanan PT. Sumber Jaya Tangguh memberikan informasi yang akurat dan terpercaya	0,381	0,471	<i>Valid</i>
	Pelayanan PT. Sumber Jaya Tangguh cepat dan sesuai dengan keinginan	0,381	0,639	<i>Valid</i>
	Pelayanan PT. Sumber Jaya Tangguh membuat saya percaya dengan informasi yang diberikan	0,381	0,676	<i>Valid</i>
	Pelayanan PT. Sumber Jaya Tangguh memperhatikan hal yang saya butuhkan	0,381	0,562	<i>Valid</i>
	Pelayanan PT. Sumber Jaya Tangguh dilengkapi dengan fasilitas yang memadai	0,381	0,674	<i>Valid</i>

Sumber Data: Data Penelitian, diolah 2022

Menurut data tabel tersebut, masing-masing item pertanyaan variable kualitas layanan memiliki nilai r hitung yang lebih besar dari nilai r tabel (0,381), yang artinya seluruh item pernyataan pada variable kualitas layanan dinyatakan valid.

c. Hasil Uji Validitas Harga

Uji validitas variable harga diberikan kepada 30 responden yang berguna untuk mengetahui keandalan setiap item angket dalam menjalankan fungsi pengukurannya. Hasil dari uji validitas variable harga dapat diketahui melalui table berikut:

Tabel 4 10 Hasil Uji Validitas Harga

Variabel	Item	R tabel	R hitung	keterangan
X3 (Harga)	Harga produk Galvalum di PT. Sumber Jaya Tangguh sesuai dengan kemampuan saya untuk membeli	0,381	0,440	<i>Valid</i>
	Harga produk Galvalum sesuai dengan kualitas produk yang diberikan.	0,381	0,579	<i>Valid</i>
	Harga produk Galvalum di PT. Sumber Jaya Tangguh lebih terjangkau dari PT. Sumber Jaya Tangguh lainnya	0,381	0,436	<i>Valid</i>
	Harga produk sesuai dengan manfaat yang diberikan	0,381	0,382	<i>Valid</i>

Sumber Data: Data Penelitian, diolah 2022

Menurut data tabel tersebut, masing-masing item pertanyaan variable harga memiliki nilai r hitung yang lebih besar dari nilai r tabel (0,381), yang artinya seluruh item pernyataan pada variable harga dinyatakan valid.

d. Hasil Uji Validitas Loyalitas Konsumen

Uji validitas variable loyalitas konsumen diberikan kepada 30 responden yang berguna untuk mengetahui keandalan setiap item angket dalam menjalankan fungsi pengukurannya. Hasil dari uji validitas variable loyalitas konsumen dapat diketahui melalui table berikut:

Tabel 4 11 Hasil Uji Validitas Loyalitas Konsumen

Variabel	Item	R tabel	R hitung	keterangan
X3 (Loyalitas Konsumen)	Produk Galvalum PT. Sumber Jaya Tangguh layak untuk dibeli kembali	0,381	0,453	<i>Valid</i>
	Produk lainnya dari PT. Sumber Jaya Tangguh layak untuk dibeli	0,381	0,603	<i>Valid</i>
	Produk Galvalum dari PT. Sumber Jaya Tangguh layak untuk disarankan kepada konsumen lain	0,381	0,695	<i>Valid</i>
	Produk Galvalum PT. Sumber Jaya Tangguh memiliki banyak keunggulan dari produk Galvalum milik produsen lain	0,381	0,776	<i>Valid</i>

Sumber Data: Data Penelitian, diolah 2022

Menurut data tabel tersebut, masing-masing item pertanyaan variable loyalitas konsumen memiliki nilai r hitung yang lebih besar dari nilai r tabel (0,381), yang artinya seluruh item pernyataan pada variable loyalitas konsumen dinyatakan valid.

2. Uji Reliabilitas Instrumen

Reabilitas alat ukur adalah ketetapan atau keajegaan alat tersebut dalam mengukur apa yang diukurnya.⁷⁶ Uji reliabilitas sendiri digunakan untuk melihat kesesuaian nilai dari sebuah kuesioner yang dikerjakan oleh seorang responden pada kesempatan atau waktu yang berbeda dan dengan kuesioner yang sama.⁷⁷ Penelitian ini sendiri menggunakan uji *cronbach* alpha untuk mengetahui tingkat reliabilitas instrumen yang digunakan. Setiap variabel bisa dinyatakan valid jika nilai korelasi (koefisiensi reliabilitas) yang didapatkan memiliki ketentuan $(r_{11}) > 0,6$.

a. Hasil Uji Reliabilitas Kualitas Produk

Uji reliabilitas variable kualitas produk diberikan kepada 30 responden yang berguna untuk mengetahui konsistensi setiap item pertanyaan dalam menjalankan fungsi pengukuran. Hasil dari uji reliabilitas variable kualitas produk dapat diketahui melalui table berikut:

Tabel 4 12 Hasil Uji Reliabilitas Kualitas Produk

Variabel	Item	Reliability Coefficiency	Cronbach's Alpha If Item Deleted	Keterangan
X1 (Kualitas Produk)	Produk Galvalum memiliki ketahanan yang baik	0,6	0,770	<i>Reliabel</i>

⁷⁶ Sugiyono, *Statistik Untuk Penelitian* (Bandung: Alfabeta, 2012). 224.

⁷⁷ Andrew Fernando Pakpahan et al., *Metodologi Penelitian Ilmiah* (Medan: Yayasan Kita Menulis, 2021). 109.

Produk Galvalum lebih baik daripada produk lainnya yang serupa	0,6	0,754	<i>Reliabel</i>
Produk Galvalum memiliki ketahanan dalam waktu yang lama	0,6	0,771	<i>Reliabel</i>
Produk Galvalum mudah untuk dirawat dan diperbaiki	0,6	0,763	<i>Reliabel</i>
Produk Galvalum PT. Sumber Jaya Tangguh mudah dikenali	0,6	0,779	<i>Reliabel</i>
Produk Galvalum PT. Sumber Jaya Tangguh memiliki ketahanan yang baik dan memiliki usia produk yang panjang.	0,6	0,768	<i>Reliabel</i>

Sumber Data: Data Penelitian, diolah 2022

Menurut data tabel tersebut, masing-masing item pertanyaan variable Kualitas Produk memiliki nilai Cronbach's Alpha If Item Deleted yang lebih besar dari nilai Reliability Coefficient (0,6), yang artinya seluruh item pernyataan pada variable Kualitas Produk dinyatakan reliabel.

b. Hasil Uji Reliabilitas Kualitas Layanan

Uji reliabilitas variable Kualitas Layanan diberikan kepada 30 responden yang berguna untuk mengetahui konsistensi setiap item pertanyaan dalam menjalankan fungsi pengukuran. Hasil dari uji reliabilitas variable Kualitas Layanan dapat diketahui melalui table berikut:

Tabel 4 13 Hasil Uji Reliabilitas Kualitas Layanan

Variabel	Item	Reliability Coefficiency	Cronbach's Alpha	Keterangan
X2 (Kualitas Layanan)	Pelayanan PT. Sumber Jaya Tangguh memberikan informasi yang akurat dan terpercaya	0,6	0,782	Reliabel
	Pelayanan PT. Sumber Jaya Tangguh cepat dan sesuai dengan keinginan	0,6	0,771	Reliabel
	Pelayanan PT. Sumber Jaya Tangguh membuat saya percaya dengan informasi yang diberikan	0,6	0,759	Reliabel
	Pelayanan PT. Sumber Jaya Tangguh memperhatikan hal yang saya butuhkan	0,6	0,747	Reliabel

	Pelayanan PT. Sumber Jaya Tangguh dilengkapi dengan fasilitas yang memadai	0,6	0,754	<i>Reliabel</i>
--	--	-----	-------	-----------------

Sumber Data: Data Penelitian, diolah 2022

Menurut data tabel tersebut, masing-masing item pertanyaan variable Kualitas Layanan memiliki nilai Cronbach's Alpha If Item Deleted yang lebih besar dari nilai Reliability Coeffiencence (0,6), yang artinya seluruh item pernyataan pada variable Kualitas Layanan dinyatakan reliabel.

c. Hasil Uji Reliabilitas Harga

Uji reliabilitas variable Harga diberikan kepada 30 responden yang berguna untuk mengetahui konsistensi setiap item pertanyaan dalam menjalankan fungsi pengukuran. Hasil dari uji reliabilitas variable Harga dapat diketahui melalui table berikut:

Tabel 4 14 Hasil Uji Reliabilitas Harga

Variabel	Item	Reliability Coeffiencence	Cronbach's Alpha	Keterangan
X3 (Harga)	Harga produk Galvalum di PT. Sumber Jaya Tangguh sesuai dengan kemampuan saya untuk membeli	0,6	0,774	<i>Reliabel</i>
	Harga produk Galvalum sesuai dengan kualitas produk yang diberikan.	0,6	0,758	<i>Reliabel</i>
	Harga produk Galvalum di PT.	0,6	0,767	<i>Reliabel</i>

	Sumber Jaya Tangguh lebih terjangkau dari PT. Sumber Jaya Tangguh lainnya			
	Harga produk sesuai dengan manfaat yang diberikan	0,6	0,775	<i>Reliabel</i>

Sumber Data: Data Penelitian, diolah 2022

Menurut data tabel tersebut, masing-masing item pertanyaan variable Harga memiliki nilai Cronbach's Alpha If Item Deleted yang lebih besar dari nilai Reliability Coefficient (0,6), yang artinya seluruh item pernyataan pada variable Harga dinyatakan reliabel.

d. Hasil Uji Reliabilitas Loyalitas Konsumen

Uji reliabilitas variable loyalitas konsumen diberikan kepada 30 responden yang berguna untuk mengetahui konsistensi setiap item pertanyaan dalam menjalankan fungsi pengukuran. Hasil dari uji reliabilitas variable loyalitas konsumen dapat diketahui melalui table berikut:

Tabel 4 15 Hasil Uji Reliabilitas Loyalitas Konsumen

Variabel	Item	Reliability Coefficient	Cronbach's Alpha	Keterangan
Y (Loyalitas Konsumen)	Produk Galvalum PT. Sumber Jaya Tangguh layak untuk dibeli kembali	0,6	0,765	<i>Reliabel</i>
	Produk lainnya dari PT. Sumber Jaya Tangguh layak untuk dibeli	0,6	0,757	<i>Reliabel</i>

Produk Galvalum dari PT. Sumber Jaya Tangguh layak untuk disarankan kepada konsumen lain	0,6	0,765	<i>Reliabel</i>
Produk Galvalum PT. Sumber Jaya Tangguh memiliki banyak keunggulan dari produk Galvalum milik produsen lain	0,6	0,768	<i>Reliabel</i>

Sumber Data: Data Penelitian, diolah 2022

Menurut data tabel tersebut, masing-masing item pertanyaan variable loyalitas konsumen memiliki nilai Cronbach's Alpha If Item Deleted yang lebih besar dari nilai Reliability Coefficiencie (0,6), yang artinya seluruh item pernyataan pada variable loyalitas konsumen dinyatakan reliabel.

3. Hasil Uji Asumsi Klasik

a. Uji Multikolinieritas

Untuk mengetahui apakah didalam model regresi terdapat multikolinieritas atau tidak adalah dengan melihat nilai tolerance dan VIF, jika nilai tolerance diatas 0,1 dan nilai VIF dibawah 10, maka dikatakan tidak terjadi multikolinieritas.⁷⁸ Berikut adalah hasil pengujian antar kedua variable bebas:

⁷⁸ Rochmat Aldy Purnomo, *Analisis Statistik Ekonomi Dan Bisnis Dengan SPSS* (Ponorogo: Universitas Muhammadiyah Ponorogo, 2016). 213.

Tabel 4 16 Hasil Uji Multikolinieritas
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	-1,004	1,731		-,580	,563		
Kualitas Produk	,333	,078	,377	4,271	,000	,524	1,908
Kualitas Pelayanan	,597	,061	,691	9,714	,000	,806	1,240
Harga	-,224	,091	-,225	2,461	,016	,490	2,039

a. Dependent Variabel: Loyalitas Konsumen

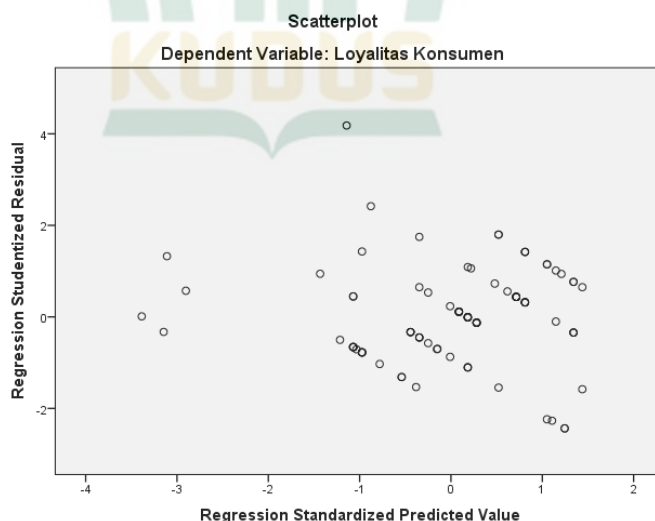
Sumber Data: Data Penelitian, diolah 2022

Menurut data table tersebut, nilai tolerance variable Kualitas Produk sebesar 0,524, Kualitas Layanan sebesar 0,806, Harga sebesar 0,490 dan VIF berturut-turut sebesar 1,908, 1,240 dan 2,039. Sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak ada multikolinieritas didalam model regresi ini. Hal tersebut ditunjukkan dengan besarnya nilai tolerance kedua variable diatas lebih dari 0,10 dan nilai VIF kurang dari 10.

b. Uji Heteroskedastisitas

Untuk mengetahui ada atau tidaknya heteroskedastisitas dapat dilihat pada grafik *scatterplot* sebagai berikut:

Gambar 4.1 Hasil Uji Heteroskedastisitas



Menurut grafik scattreplot tersebut menunjukkan bahwa titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 ada sumbu Y, serta titik-titik tidak membentuk pola khusus. Sehingga dapat dinyatakan bahwa pada model regresi tidak terjadi masalah hetersokedastisitas.

c. Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi bertujuan untuk mengetahui kesalahan yang terjadi pada t dengan t-1 maka dibutuhkan uji autokorelasi. Autokorelasi akan terjadi jika kedua keadaan ini memiliki korelasi. Dan ini terjadi karena observasi dilakukan secara berurutan sepanjang waktu.

Beberapa kriteria yang di gunakan dalam Uji Durbin Watson dimana responden pada penelitian ini terdiri dari 100 responden dengan variable independennya berjumlah 3 maka didapatkan nilai Du 1,736. Nilai 4-Du yang didapatkan yaitu 2,264. Hal ini menandakan bahwasanya nilai Durbin Watson yang didapatkan harus diantara Du dan 4-Du.

Tabel 4 17 Uji Autokorelasi Durbin-Watson

Model Summary ^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,780 ^a	,608	,596	,917	1,720

a. Predictors: (Constant), Harga, Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk

b. Dependent Variabel: Loyalitas Konsumen

Sumber Data: Data Penelitian, diolah 2022

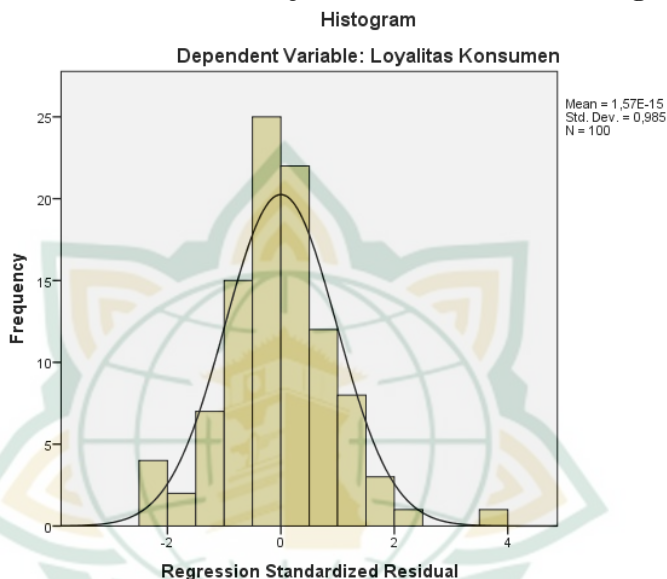
Hasil pengujian ini menunjukkan bahwasanya nilai Durbin Watson yang didapatkan yaitu 1,720. Hasil ini bisa dituliskan dengan Du (1,736) < 1,720 < 4-Du (2,264). Hasil ini menunjukkan tidak adanya autokorelasi dalam uji autokorelasi menggunakan Durbin Watson.

d. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk mengetahui apakah didalam model regresi, nilai residual yang dihasilkan dari regresi terdistribusi secaa normal atau tidak. Idealnya model

regresi yaitu jika nilai residual berdistribusi secara normal.⁷⁹ Berikut adalah hasil pengujian normalitas.

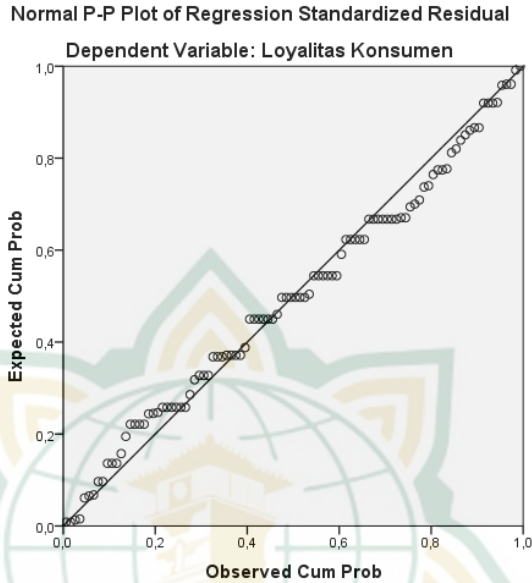
Gambar 4.2 Hasil Uji Normalitas (Grafik Histogram)



Berdasarkan pengujian diatas, diketahui bahwa grafik histogram residual data sudah menunjukkan distribusi normal. Hal tersebut terbykti dengan kurva histogram yang memberikan pola distribusi yang membentuk lonceng sempurna. Selain menggunakan menggunakan metode histogram, peneliti juga menggunakan metode grafik untuk menguji normalitas

⁷⁹ Duwi Priyatno, *Cara Kilat Belajar Analisis Data Dengan SPSS 20* (Yogyakarta: Andi Offset, 2012). 97.

Gambar 4.3 Hasil Uji Normalitas (*Normal Probability Plot*)



Berdasarkan pengujian diatas, diketahui bahwa titik-titik menyebar di sekitar garis dan mengikuti garis diagonal, sehingga dapat disimpulkan bahwa data terdistribusi secara normal.

C. Uji Hipotesis Penelitian

1. Hasil Uji Hipotesis

Statistik deskriptif bertujuan untuk memberikan gambaran satu data yang dilihat dari nilai minimum, maksimum, rata-rata (mean), dan standar devisi. Uji statistic deskriptif dilakukan terhadap data dari kualitas produk, kualitas layanan, harga dan loyalitas konsumen. berdasarkan uji pengolahan SPSS IBM 22 didapatkan hasil sebagai berikut:

Tabel 4 18 Statistik Variabel Penelitian

Variabel	Minimum	Maximum	Mean	Std.Deviation
Kualitas Produk	20	30	27,56	1,635
Kualitas Pelayanan	17	25	22,76	1,670
Harga	11	20	17,63	1,447
Loyalitas Konsumen	14	20	17,80	1,443

Sumber Data: Data Penelitian, diolah 2022

Tabel 4.8 menunjukkan bahwa kualitas produk memiliki kisaran empiris antara 20 sampai 30 dengan nilai rata-rata sebesar 27,56 dan standar deviasi sebesar 1,635. Nilai standar deviasi yang kurang dari nilai rata-ratanya mengindikasikan bahwa sebaran data kualitas produk adalah kecil yang mengindikasikan tidak adanya perbedaan jawaban responden atas angket kualitas produk

Kualitas pelayanan memiliki kisaran empiris antara 17 sampai 25 dengan nilai rata-rata sebesar 22,76 dan standar deviasi sebesar 1,670. Nilai standar deviasi yang kurang dari nilai rata-ratanya mengindikasikan bahwa sebaran data kualitas pelayanan adalah kecil yang mengindikasikan tidak adanya perbedaan jawaban responden atas angket kualitas pelayanan.

Harga memiliki kisaran empiris antara 11 sampai 20 dengan nilai rata-rata sebesar 17,63 dan standar deviasi sebesar 1,447. Nilai standar deviasi yang kurang dari nilai rata-ratanya mengindikasikan bahwa sebaran data harga adalah kecil yang mengindikasikan tidak adanya perbedaan jawaban responden atas angket harga.

Loyalitas konsumen memiliki kisaran empiris antara 14 sampai 20 dengan nilai rata-rata sebesar 17,80 dan standar deviasi sebesar 1,443. Nilai standar deviasi yang kurang dari nilai rata-ratanya mengindikasikan bahwa sebaran data loyalitas konsumen adalah kecil yang mengindikasikan tidak adanya perbedaan jawaban responden atas angket loyalitas konsumen.

Analisis regresi linier berganda dilakukan untuk mengetahui seberapa pengaruh antara variable bebas (kualitas produk, kualitas layanan dan harga) terhadap variable terikat (loyalitas konsumen). berdasarkan uji pengolahan SPSS didapatkan hasil sebagai berikut:

**Tabel 4 19 Hasil Analisis Regresi Berganda
Coefficients^a**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	-1,004	1,731		-,580	,563
Kualitas Produk	,333	,078	,377	4,271	,000
Kualitas Pelayanan	,597	,061	,691	9,714	,000
Harga	-,224	,091	-,225	-2,461	,016

a. Dependent Variabel: Loyalitas Konsumen

Sumber Data: Data Penelitian, diolah 2022

Dari tabel diatas, dalam penelitian ini diperoleh persamaan regresi, yaitu:

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

$$Y = -1,004 + 0,333 X_1 + 0,597 X_2 + -,224 X_3 + e.$$

Keterangan:

Y : Loyalitas Konsumen

a : konstanta

b₁ : Koefisien regresi antara Kualitas Produk terhadap Loyalitas Konsumen

b₂ : Koefisien regresi antara Kualitas Layanan terhadap Loyalitas Konsumen

b₃ : Koefisien regresi antara Harga terhadap Loyalitas Konsumen

x₁ : Kualitas Produk

x₂ : Kualitas Layanan

x₃ : Harga

e : standar error

Dapat diinterpretasikan sebagai berikut:

- Nilai konstanta (a) menunjukkan angka sebesar -1,004 yang berarti bahwa jika variable kualitas produk (X1), kualitas layanan (X2), harga (X3) bernilai nol (konstan), maka variabel Loyalitas Konsumen menurun sebesar 1,004. Artinya apabila

ketiga variabel bebas mengalami peningkatan, maka terjadi peningkatan terhadap variabel terikat.

- b. Koefisiensi regresi kualitas produk (X1) diperoleh nilai *coefficient* (b_1) sebesar 0,333. Hal tersebut berarti bahwa apabila variabel kualitas produk (X1) mengalami peningkatan, maka loyalitas konsumen juga akan mengalami peningkatan sebesar 0,333. Koefisien bernilai positif artinya terdapat hubungan positif antara kualitas produk dengan loyalitas konsumen. Semakin baik kualitas produk maka loyalitas konsumen semakin meningkat.
- c. Koefisiensi regresi kualitas layanan (X2) diperoleh nilai *coefficient* (b_1) sebesar 0,597. Hal tersebut berarti bahwa apabila variabel kualitas layanan (X2) mengalami peningkatan, maka loyalitas konsumen juga akan mengalami peningkatan sebesar 0,597. Koefisien bernilai positif artinya terdapat hubungan positif antara kualitas layanan dengan loyalitas konsumen. Semakin baik kualitas layanan maka loyalitas konsumen akan semakin meningkat.
- d. Koefisiensi regresi harga (X3) diperoleh nilai *coefficient* (b_1) sebesar -0,224. Hal tersebut berarti bahwa apabila variabel harga (X3) mengalami peningkatan, maka loyalitas konsumen juga akan mengalami penurunan sebesar 0,224. Koefisien bernilai negatif artinya terdapat hubungan negatif antara harga dengan loyalitas konsumen. Semakin tinggi harga produk maka loyalitas konsumen akan semakin menurun.

2. Koefisiensi Determinasi (R^2)

Fungsi uji ini untuk menunjukkan tingkat variasi variabel terikat dimana nilainya dari nol sampai satu.⁸⁰ Dalam penelitian ini variabel terikat atau dependen (Y) yaitu loyalitas konsumen, kemudian variabel bebas atau independen yaitu kualitas produk (X1), kualitas layanan (X2) dan harga (X3). Uji analisis yang dilakukan menghasilkan data berikut:

⁸⁰ Slamet Riyanto and Aglis Andhita Hatmawan, *Metode Riset Penelitian Kuantitatif Penelitian Di Bidang Manajemen, Teknik, Pendidikan Dan Eksperimen* (Yogyakarta: Deepublish, 2020) 312.

Tabel 4 20 Hasil Uji Koefisiensi Dererminasi (R²)

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,780 ^a	,608	,596	,917

a. Predictors: (Constant), Harga, Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk

Sumber Data: Data Penelitian, diolah 2022

Menurut table 4.20 dipahami bahwasannya nilai *R Square* ialah 0,608. Kemudian bisa diketahui bahwasannya sumbangan pengaruh variabel kualitas produk (X1), kualitas layanan (X2) dan harga (X3) terhadap loyalitas konsumen (Y) dipengaruhi sebesar 60,8%. Jadi besarnya pengaruh antara kualitas produk (X1), kualitas layanan (X2), dan harga (X3) terhadap Loyalitas Konsumen adalah sebesar 60,8%, sedangkan sisanya (100-60,8 = 39,2) dipengaruhi oleh variabel lain diluar penelitian.

3. Uji Parsial (t)

Uji koefisiensi regresi secara parsial ini digunakan untuk menguji secara parsial (individual) apakah variable bebas (X1, X2 dan X3) berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat (Y) dalam model regresi. Dapat diketahui dengan membandingkan t hitung dengan t tabel. Tabel distribusi t dicari pada derajat keabsahan (df) n-k. Dimana n merupakan banyaknya responden dan k merupakan banyaknya variabel. Maka didapatkan hasil $df = (100-3) = 97$ dengan signifikansi 5% adalah 1,984. Berikut dijelaskan secara rinci dalam table berikut:

Tabel 4 21 Hasil Uji Parsial (t)
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	-1,004	1,731		-,580	,563
Kualitas Produk	,333	,078	,377	4,271	,000

Kualitas Pelayanan	,597	,061	,691	9,714	,000
Harga	-,224	,091	-,225	2,461	,016

a. Dependent Variabel: Loyalitas Konsumen

Sumber Data: Data Penelitian, diolah 2022

a. Pengaruh Harga terhadap Loyalitas Konsumen

Hasil pengujian statistik pengaruh harga terhadap loyalitas konsumen menunjukkan nilai t hitung sebesar 2,461 dengan nilai t tabel 1,984 dan nilai signifikan 0,01 yang berada dibawah 0,05 (tingkat signifikan). Ini berarti t hitung lebih besar dari t table ($2,461 > 1,984$), sehingga H_0 ditolak dan H_a diterima (terdapat pengaruh signifikan). Jadi Harga adalah variabel bebas yang berpengaruh negatif dan signifikan terhadap Loyalitas Konsumen.

b. Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Loyalitas Konsumen

Hasil pengujian statistik pengaruh kualitas layanan terhadap loyalitas konsumen menunjukkan nilai t hitung sebesar 9,714 dengan nilai t table 1,984 dan nilai signifikan 0,000 yang berada dibawah 0,05 (tingkat signifikan). Ini berarti t hitung lebih besar dari t table ($9,714 > 1,984$), sehingga H_0 ditolak dan H_a diterima (terdapat pengaruh signifikan). Jadi kualitas layanan adalah variabel bebas yang berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen.

c. Pengaruh Kualitas Produk terhadap Loyalitas Konsumen

Hasil pengujian statistik pengaruh kualitas produk terhadap loyalitas konsumen menunjukkan nilai t hitung sebesar 4,271 dengan nilai t tabel 1,984 dan nilai signifikan 0,000 yang berada dibawah 0,05 (tingkat signifikan). Ini berarti t hitung lebih besar dari t table ($4,271 > 1,984$), sehingga H_0 ditolak dan H_a diterima (terdapat pengaruh signifikan). Jadi kualitas poduk adalah variabel bebas yang berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen.

4. Uji Simultan (F)

Uji Koefisiensi regresi secara simultan digunakan untuk menguji apakah secara simultan variabel bebas (*Kualitas Produk*,

Kualitas Layanan, dan harga) mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap variabel terikat (loyalitas konsumen). Tabel distribusi f dicari pada derajat kebebasan ($df-1$) = $k-1$ dan ($df-2$) = $n-k$, dimana n merupakan banyaknya responden dan k merupakan banyaknya variabel. Maka F tabel didapatkan hasil ($df-1$) = $3-1 = 2$ dan ($df-2$) = $100-2 = 98$ dengan taraf signifikansi 5% yaitu f tabel sebesar 3,09. Apabila F hitung > F table maka H_0 ditolak dan H_a diterima, sebaliknya jika F hitung < F table maka H_0 diterima dan H_a ditolak. Berikut ini hasil pengujian hipotesis secara simultan:

Tabel 4.22 Hasil Uji F ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	125,268	3	41,756	49,653	,000 ^b
	Residual	80,732	96	,841		
	Total	206,000	99			

a. Dependent Variabel: Loyalitas Konsumen

b. Predictors: (Constant), Harga, Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk

Sumber Data: Data Penelitian, diolah 2022

Berdasarkan tabel 4.22 hasil uji F diperoleh nilai F hitung sebesar 49,653 dengan signifikan 0,000. Dengan demikian nilai F hitung lebih besar dari nilai F tabel ($49,653 > 2,70$) dengan nilai signifikansi 0,000. Sehingga H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya bahwa variabel bebas (kualitas produk, kualitas layanan, dan harga) secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel terikat (loyalitas konsumen).

D. Pembahasan Hasil Penelitian

Hasil penelitian dari masing-masing variabel yaitu:

1. Pembahasan Hasil Hipotesis I “Terdapat Pengaruh Antara Kualitas Produk terhadap Loyalitas Konsumen”

Kualitas Produk yang baik pada akhirnya akan mewujudkan harapan konsumen terhadap apa yang diinginkan dari produk tersebut. Kualitas produk sendiri adalah segala hal yang memiliki nilai di target market perusahaan dimana kemampuannya

memberikan kepuasan kepada konsumen baik berupa benda, jasa, ide, tempat, orang dan juga organisasi⁸¹

Hasil pengujian statistik pengaruh Kualitas Produk terhadap Loyalitas konsumen menunjukkan nilai t hitung sebesar 4,271 dengan nilai t table 1,984 dan nilai signifikan 0,000 yang berada dibawah 0,05 (tingkat signifikan). Ini berarti t hitung lebih besar dari t table ($4,271 > 1,984$), sehingga H_0 ditolak dan H_a diterima (terdapat pengaruh signifikan). Jadi Kualitas Produk adalah variable bebas yang berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Konsumen.

Hal ini menunjukkan bahwa Kualitas Produk merupakan salah satu variable yang dapat mempengaruhi loyalitas konsumen PT. Sumber Jaya Tangguh. Nilai koefisiensi regresi variable Kualitas Produk sebesar 0,333 artinya setiap kenaikan variable Kualitas Produk sebesar 1 satuan maka minat belajar akan mengalami peningkatan sebesar 0,333.

Hasil penelitian ini mendukung penelitian oleh Cardia dengan judul “Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Promosi Terhadap Loyalitas Pelanggan” menjelaskan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan, dengan pengaruh yang diberikan dari beberapa variable independennya yaitu kualitas produk, harga dan promosi terhadap loyalitas pelanggan sebesar 69,2%.⁸²

Hasil penelitian ini menjelaskan bahwasannya Kualitas Produk mempengaruhi loyalitas dalam diri konsumen dimana kualitas produk menjadi hal yang diinginkan oleh konsumen. Produk yang berkualitas tidak akan sulit untuk memperbaiki dan merawatnya. Hasil penelitian juga menjelaskan bahwasanya produk yang berkualitas pada akhirnya akan memunculkan perilaku dalam diri konsumen untuk melakukan pembelian ulang karena merasa produk yang didapatkan sesuai dengan keinginannya.

Kualitas dalam suatu produk bisa diketahui melalui bahan baku yang digunakan. Konsumen biasanya akan mencari informasi

⁸¹ Andi Mursidi et al., *BUKU AJAR PENGANTAR KEWIRAUSAHAAN*. 81.

⁸² Cardia, Santika, and Respati, “Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Promosi Terhadap Loyalitas Pelanggan,” 6762-6781.

mengenai bahan baku dari suatu produk yang hendak membelinya dan ketika akan melakukan pembelian kemudian mencari dan menanyakan bahan yang digunakan dalam membuat produk yang hendak di beli. Kualitas bahan baku yang digunakan turut menjadi bagian yang menentukan loyalitas dalam diri konsumen karena dengan bahan baku yang sesuai dengan keinginan konsumen, maka terdapat kepuasan dalam diri konsumen ketika menggunakan produk yang dibeli.

PT Sumber Jaya Tangguh juga memiliki karyawan yang sudah berpengalaman dibidang pertukangan dan bangunan. Hal ini menjadi keuntungan bagi perusahaan karena produk yang dibeli konsumen akan dikemas dengan baik. Prawirosentono menjelaskan bahwasanya cara pengemasan dan pembungkusan produk menjadi faktor yang membentuk kualitas produk.⁸³ Dengan pengemasan yang tepat maka produk tidak akan mengalami kerusakan dan pada akhirnya akan memunculkan loyalitas dalam diri konsumen.

2. Pembahasan Hasil Hipotesis 2 “Terdapat Pengaruh Antara Kualitas Layanan terhadap Loyalitas Konsumen”

Perlu diketahui oleh perusahaan bahwa pelayanan yang berkualitas menjadi senjata bagi perusahaan dalam memberikan kepuasan dan menciptakan loyalitas dalam diri pelanggan.⁸⁴ Kualitas pelayanan suatu *profit strategy* untuk memikat lebih banyak pelanggan baru, mempertahankan pelanggan yang ada, menghindari hilangnya pelanggan, dan menciptakan keunggulan khusus yang tidak hanya bersaing dari segi harga.

Hasil pengujian statistic pengaruh Kualitas Layanan terhadap Loyalitas Konsumen menunjukkan nilai t hitung sebesar 9,714 dengan nilai t table 1,984 dan nilai signifikan 0,000 yang berada dibawah 0,05 (tingkat signifikan). Ini berarti t hitung lebih besar dari t table ($9,714 > 1,984$), sehingga H_0 ditolak dan H_a diterima (terdapat pengaruh signifikan). Jadi Kualitas Layanan adalah variable bebas yang berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Konsumen.

⁸³ Prawirosentono, *Pengantar Bisnis Moodern Studi Kasus Indonesia Dan Analisis Kuantitatif*. 120

⁸⁴ Handi Irwan, *10 Prinsip Kepuasan Pelanggan*. 47

Hal ini menunjukkan bahwa Kualitas Layanan merupakan salah satu variable yang dapat mempengaruhi Loyalitas PT Sumber Jaya Tangguh. Nilai koefisiensi regresi variable Kualitas Layanan sebesar 0,597 artinya setiap kenaikan variable Kualitas Layanan sebesar 1 satuan maka minat belajar akan mengalami peningkatan sebesar 0,597.

Hasil penelitian ini mendukung penelitian Iis dkk dengan judul “Dampak Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Konsumen” yang menjelaskan bahwasanya kualiiitas pelayanan mempengaruhi loyalitas konsumen dengan kontribusi komulatif sebesar 75,7%.⁸⁵

Kualitas Layanan sebagai salah satu cara yang digunakan untuk memikat konsumen untuk melakukan pembelian terhadap produk atau mempertahankan konsumen untuk tetap bertahan dalam menggunakan produk tertentu milik perusahaan. hal ini terbukti dimana hasil penelitian menunjukkan bahwasanya terdapat pengarn positif terhadap loyalitas kinsmen. Loyalitas konsumen bisa terbentuk ketika perusahaan memberikan layanan yang baik kepada responden. Layanan yang baik meliputi kesopanan dalam penampilan dan sikap serta menyajikan semua data yang diinginkan oleh konsumen.

Manusia membutuhkan layanan yang baik dalam mendapatkan produk yang diinginkannya. Biasanya konsumen akan menanyakan berbagai hal yang berhubungan dengan produk yang diinginkannya karena disesuaikan dengan kebutuhan yang ada dalam dirinya. Apabila *perceived expected* sesuai dengan *expected service*, maka kualitas layanan bersangkutan dikatakan baik atau positif. Sebaliknya apabila *perceived expected* lebih jelek dari *expected service* maka kualitas layanan dikatakan negatif atau buruk.⁸⁶

PT Sumber Jaya Tangguh memiliki karyawan yang mampu menjelaskan produk secara detail. Selaiin itu karyawan juga

⁸⁵ Sofiati, Qomariah, and Hermawan, “Dampak Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Konsumen,”244-259.

⁸⁶ Fandy Tjiptono, *Service Management Mewujudkan Layanan Prima* (Yogyakarta: Andi Offset, 2017). 98

memiliki pengetahuan mengenai jenis produk dan bahan yang digunakan dalam pembuatannya. Hal ini disebabkan karena karyawan yang terdapat dalam perusahaan tersebut sudah mengabdikan sejak lama sehingga produk-produk yang terdapat dalam perusahaan dihafalkannya. Informasi yang mencukupi dan tanggapan yang cepat menjadi hal yang sangat dibutuhkan oleh konsumen dalam mencari produk.⁸⁷ Ketika layanan yang diterima oleh konsumen berupa informasi mengenai produk didapatkan, respon yang diberikan oleh penjual cepat, maka akan memunculkan loyalitas dalam diri konsumen.

3. Pembahasan Hasil Hipotesis 3 “Terdapat Pengaruh Antara Harga terhadap Loyalitas Konsumen”

Tjiptono dalam Saputri menjelaskan bahwa harga dapat digunakan untuk mempertahankan loyalitas pelanggan⁸⁸ harga biasanya berbentuk uang yang dibayarkan untuk atau setelah mendapatkan produk atau jasa yang diinginkan. Masyarakat dalam kelas menengah keatas biasanya tidak mempertimbangkan dana yang dikeluarkannya dalam mendapatkan sesuatu.

Penentuan harga yang dilakukan oleh perusahaanlah hal yang mudah. Hal ini disebabkan karena harga memiliki dua sisi mata pisau yang ketika tidak bisa menjadi hal yang membawa dampak yang baik, maka akan membawa dampak yang buruk bagi perusahaan. harga yang terlalu mahal akan menjadikan konsumen tidak mau membeli produk yang dipasarkan.

Hasil pengujian statistic pengaruh Harga terhadap Loyalitas Konsumen menunjukkan nilai t hitung sebesar 2,461 dengan nilai t table 1,984 dan nilai signifikan 0,016 yang berada dibawah 0,05 (tingkat signifikan). Ini berarti t hitung lebih besar dari t table ($2,461 > 1,984$), sehingga H_0 ditolak dan H_a diterima (terdapat pengaruh signifikan). Jadi Harga adalah variable bebas yang berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Konsumen.

⁸⁷ Fajar Laksana, *Manajemen Pemasaran: Pendekatan Praktis Edisi Pertama* (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2008). 58

⁸⁸ Rini Sugiarsih Duki Saputri, “Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Grab Semarang.”, 46-53

Hal ini menunjukkan bahwa Harga merupakan salah satu variable yang dapat mempengaruhi Loyalitas PT Sumber Jaya Tangguh. Nilai koefisiensi regresi variable Harga sebesar -0,225 artinya setiap kenaikan variable Harga sebesar 1 satuan maka loyalitas konsumen akan mengalami penurunan sebesar -0,225.

Hasil penelitian ini menjelaskan kesimpulan yang berbeda dengan Penelitian Thungasal deengan judul “Pengaruh Kualitas Layanan Dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan Pada Hotel Kasuari” yang menjelaskan bahwasanya harga mempengaruhi loyalitas pelanggan dengan nilai kontribusi kumulatif yang diberikan sebesar 60,10%.⁸⁹

Pengaruh negatif yang didapatkan dalam penelitian ini bisa diketahui bahwasanya dominasi pembeli di PT Sumber Jaya Tangguh merupakan masyarakat dengan penghasilan di bawah 2.500.000. hal ini menjelaskan bahwasanya harga akan menjadi pertimbangan utama konsumen dalam membeli suatu produk, semakin murah harga yang dibayarkan dibarengi dengan kualitas produk yang baik maka akan memunculkan loyalitas dalam diri konsumen. Harga yang sesuai dengan kantong konsumen menjelaskan bahwasanya penetapan harga sesuai dengan posisi konsumennya.⁹⁰

4. Pembahasan Hasil Hipotesis 4 “Terdapat Pengaruh Antara Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk dan Harga terhadap Loyalitas Konsumen”

Berdasarkan hasil perhitungan uji F diperoleh nilai F hitung sebesar 49,653 dengan signifikan 0,000. Dengan demikian nilai F hitung lebih besar dari nilai F tabel ($49,653 > 2,70$) dengan nilai signifikansi 0,000. Sehingga H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya bahwa variable bebas (kualitas produk, kualitas layanan, dan harga) secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap variable terikat (loyalitas konsumen). Hasil dari koefisiensi

⁸⁹ Chandra Eddy Thungasal, “Pengaruh Kualitas Layanan Dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan Pada Hotel Kasuari.” 1-7.

⁹⁰ Rambat Lupiyoadi, *Manajemen Pemasaran Jasa Berbasis Kompetensi Edisi Tiga* (Jakarta: Salemba Empat, 2013). 128.

determinasi (R^2) yaitu = 0,608. Hal ini menunjukkan bahwa semua variable loyalitas konsumen PT Sumber Jaya Tangguh dipengaruhi oleh Kualitas Produk, Kualitas Layanan dan Harga sebesar 60,8%. Sedangkan sisanya sebesar 39,2% dipengaruhi oleh variable di luar penelitian.

Loyal menjadi sikap yang membuat konsumen tidak mau beralih ke produk lainnya. Biasanya ketika konsumen sudah loyal maka akan melakukan pembelian ulang atau merekomendasikan produk dari perusahaan kepada orang lain agar melakukan pembelian disana. Munculnya loyalitas dalam diri konsumen tidak hanya begitu saja hadir, perusahaan mesti menjalankan beberapa hal yang pada akhirnya memunculkan loyalitas konsumen. Salah satu yang mesti dijalankan yaitu dengan nilai dalam merek. nilai ini bisa muncul dengan meningkatkan kualitas yang terdapat dalam produk. Selain itu layanan yang diberikan kepada konsumen juga akan memberikan informasi yang akurat mengenai produk dan pada akhirnya konsumen mau untuk melakukan pembelian.⁹¹

⁹¹ John Egan, *Manajemen Pemasaran, Analisa Perilaku Konsumen*. 32