

BAB IV

LAPORAN HASIL PENELITIAN DAN ANALISIS DATA

A. Penyajian Data

1. Gambaran Umum Objek Penelitian

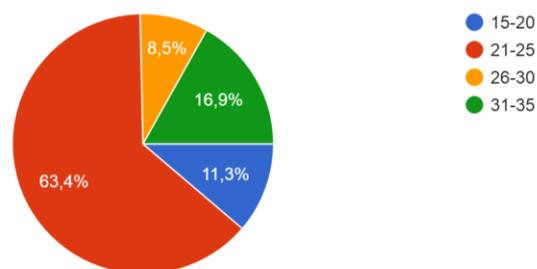
Toko Kue Dapur Yuma Kecamatan Simpang Empat yang di dirikan oleh Ibu Reni dan berdiri pada tahun 2015 Berawal dari Toko *Cappucino* Cincau dan berjualan sedikit kue seperti papari bekunyung, kolak bugis, bubur kacang hijau, bubur ketan hitam dan bubur mutiara yang di jual hanya menggunakan mangkok. Sejak saat itu beliau hanya berjualan bersama orang tua beliau tanpa adanya karyawan. Seiring berjalannya waktu beliau menjual kue beliau melalui sosial media yang banyak digunakan masyarakat pada saat itu, yaitu *BBM (Black Berry Massenger)* setelah di jual melalui *BBM (Black Berry Massenger)* banyak yang menyukai kue beliau karena terkenal higienis, manis, enak, harga yang murah dan sesuai dengan lidah pembeli. Berawal dari hal tersebut beliau berkeinginan untuk menjual dan membuat kue tradisional khas banjar dan bugis jenis yang lain, seperti sariindia, hula-hula lapis coklat, putri sai nyiur anum, sarikaya, dan sarimuka lakatan. Alamat toko beliau berada di Jalan pesantren kel. Kampung baru kec. Simpang empat kab. Tanahumbu prov. kalimantan selatan.

2. Karakteristik Responden

Bagian ini menggambarkan keadaan responden berjumlah 71 orang yang merupakan pelanggan di Toko Kue Dapur Yuma. Data responden merupakan informasi tambahan untuk memahami hasil-hasil penelitian. Adapun karakteristik responden dilihat berdasarkan usia, pekerjaan, dan penghasilan perbulan. Hasil data yang diperoleh menunjukkan gambaran sebagai berikut:

a. Usia

71 jawaban



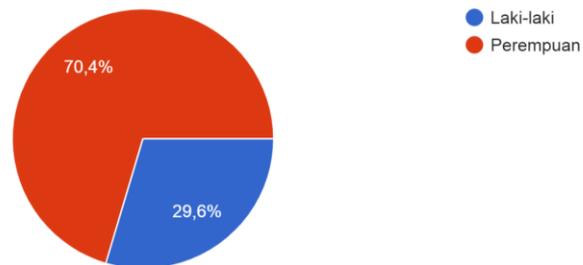
Gambar 4.1 Diagram Usia

Sumber : Hasil Penelitian 2022 (data diolah)

Berdasarkan gambar 4.1 diatas dapat diketahui bahwa 45 responden atau 63,4% konsumen toko Kue Dapur Yuma yang berumur 21-25 tahun. Selain itu ada 12 responden atau 16,9% yang berumur 31-35 tahun. 8 responden atau 11,3% yang berumur 15-20 tahun. Dan 6 responden atau 8,5% yang berumur 26-30 tahun.

b. Jenis Kelamin

71 jawaban

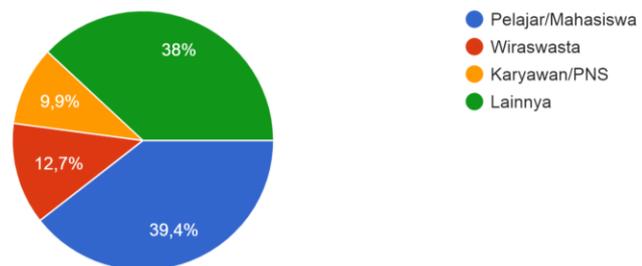


Gambar 4.2 Diagram Jenis Kelamin
Sumber : Hasil Penelitian 2022 (data diolah)

Berdasarkan gambar 4.2 diatas dapat diketahui bahwa 50 responden atau 70,4% yang berjenis kelamin perempuan dan 21 responden 29,6% yang berjenis kelamin laki-laki.

c. Pekerjaan

71 jawaban



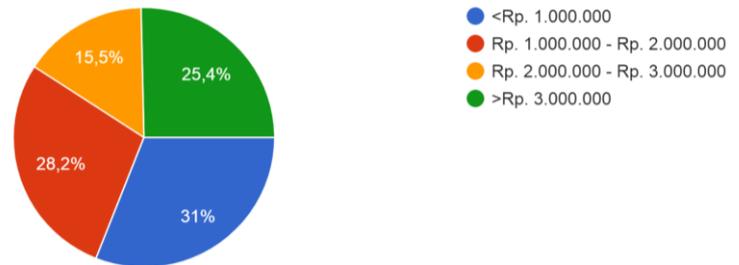
Gambar 4.3 Diagram Pekerjaan
Sumber : Hasil Penelitian 2022 (data diolah)

Berdasarkan gambar 4.3 diatas dapat diketahui bahwa 28 responden atau 39,4% adalah seorang pelajar/mahasiswa. Selain itu 9 responden atau 12,7% adalah seorang wiraswasta. 7 responden

atau 9,9% adalah seorang Karyawan/PNS dan juga 27 responden atau 38% adalah bekerja lainnya.

d. Penghasilan Perbulan

71 jawaban



Gambar 4.4 Diagram Penghasilan

Sumber : Hasil Penelitian 2022 (data diolah)

Berdasarkan gambar 4.4 diatas dapat diketahui 22 responden atau 31% adalah berpenghasilan <Rp. 1.000.000,-. Selain itu 20 responden atau 28,2% adalah berpenghasilan Rp. 1.000.000 – Rp. 2.000.000,-. 11 responden atau 15,5% adalah berpenghasilan Rp. 2.000.000 – Rp. 3.000.000,-. Dan 18 responden atau 25,4% adalah berpenghasilan >Rp. 3.000.000,-.

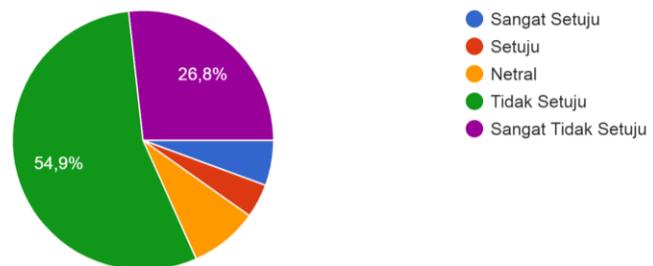
3. Deskripsi Hasil Penelitian

a. Penjelasan Responden Terhadap Variabel Kualitas Produk (X1)

1) Indikator *Performance*

Saya tidak akan membeli lagi kue di Dapur Yuma karena rasanya tidak sesuai dengann harapan saya.

71 jawaban



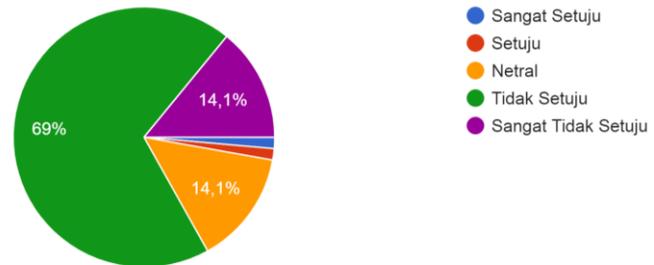
Gambar 4.5

Sumber : Hasil Penelitian 2022 (data diolah)

Dari data diatas dapat diketahui jawaban tertinggi adalah tidak setuju dengan jumlah 39 responden atau 54,9%. Kemudian jawaban sangat tidak setuju dengan jumlah 19 responden atau 26,8%. Jawaban netral dengan jumlah 6 responden atau 8,5%. Jawaban sangat setuju dengan jumlah 4 responden atau 5,6%. Dan jawaban setuju dengan jumlah 3 responden atau 4,2%. Jawaban responden dominan tidak setuju karena mereka merasa bahwa rasa yang diberikan toko Kue Dapur Yuma sesuai dengan yang mereka harapkan.

2) Indikator *Feature***Desain kue di Dapur Yuma tidak menarik.**

71 jawaban

**Gambar 4.6**

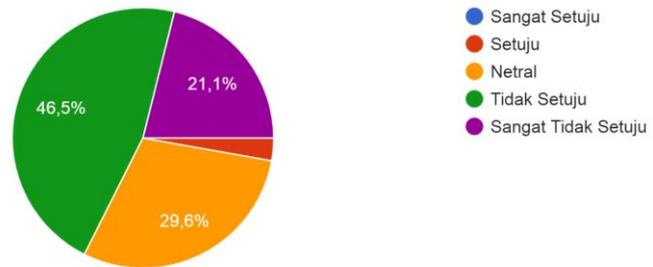
Sumber : Hasil Penelitian 2022 (data diolah)

Berdasarkan data diatas dapat diketahui bahwa jawaban tertinggi adalah tidak setuju dengan jumlah 49 responden atau 69%. Kemudian jawaban sangat tidak setuju dengan jumlah 10 responden atau 14,1%. Jawaban netral dengan jumlah 10 responden atau 14,1%. Jawaban setuju dengan jumlah 1 responden atau 1,4% dan jawaban sangat setuju dengan jumlah 1 responden atau 1,4%. Berdasarkan data diatas jawaban responden dominan tidak setuju dan mereka berasumsi bahwa desain yang disajikan di toko Kue Dapur Yuma itu menarik.

3) Indikator *Reliability*

Kandungan kue di Dapur Yuma menggunakan pemanis buatan

71 jawaban



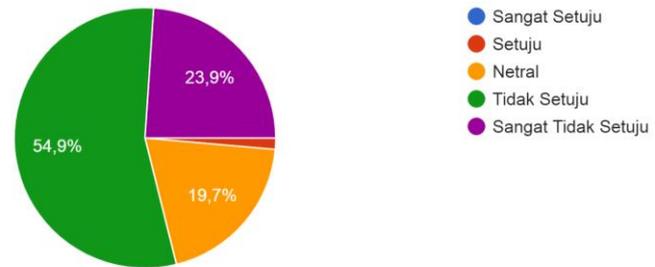
Gambar 4.7

Sumber : Hasil Penelitian 2022 (data diolah)

Berdasarkan data diatas dapat diketahui bahwa jawaban tertinggi adalah tidak setuju dengan jumlah 33 responden atau 46,5%. Kemudian jawaban netral dengan jumlah 21 responden atau 29,6%. Jawaban sangat tidak setuju dengan jumlah 15 responden atau 21,1%. Jawaban setuju dengan jumlah 2 responden atau 2,8%. Jawaban sangat setuju dengan jumlah 0 responden atau 0%. Berdasarkan data tersebut jawaban responden dominan tidak setuju. Mereka yakin bahwa toko Kue Dapur Yuma menggunakan gula asli tanpa pemanis buatan.

4) Indikator *Conformance***Ukuran kue di Dapur Yuma yang disajikan tidak sesuai dengan harga yang ditetapkan**

71 jawaban

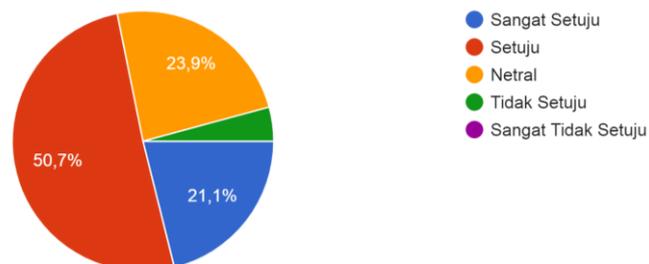
**Gambar 4.8**

Sumber : Hasil Penelitian 2022 (data diolah)

Berdasarkan data diatas dapat diketahui bahwa jawaban tertinggi adalah tidak setuju dengan jumlah 39 responden atau 54,9%. Kemudian jawaban sangat tidak setuju dengan jumlah 17 responden atau 23,9%. Jawaban netral dengan jumlah 14 responden atau 19,7%. Jawaban setuju dengan jumlah 1 responden atau 1,4%, dan jawaban sangat setuju dengan jumlah 0 responden atau 0%. Berdasarkan data tersebut jawaban responden dominan tidak setuju bahwa ukuran yang disajikan Dapur Yuma tidak sesuai dengan harga yang mereka tetapkan.

5) Indikator *Durability***Kue di Dapur Yuma dapat bertahan hingga lebih dari 6 jam**

71 jawaban

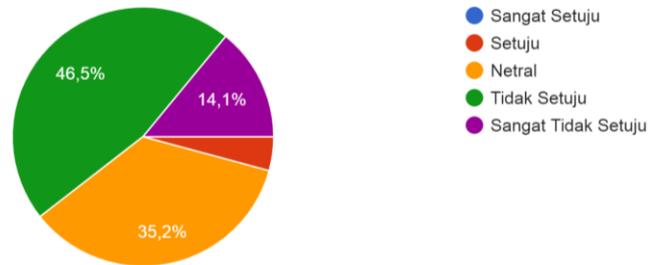
**Gambar 4.9**

Sumber : Hasil Penelitian 2022 (data diolah)

Berdasarkan data diatas dapat diketahui bahwa jawaban tertinggi adalah setuju dengan jumlah 36 responden atau 50,7%. Kemudian jawaban netral dengan jumlah 17 responden atau 23,9%. Jawaban sangat setuju dengan jumlah 15 responden atau 21,1%. Jawaban tidak setuju dengan jumlah 3 responden atau 4,2%. Dan jawaban sangat tidak setuju dengan jumlah 0 responden atau 0%. Berdasarkan data tersebut jawaban responden dominan setuju bahwa kue yang di jual di Dapur Yuma dapat bertahan hingga lebih dari 6 jam.

Kue di Dapur Yuma hanya bertahan kurang dari 6 jam

71 jawaban



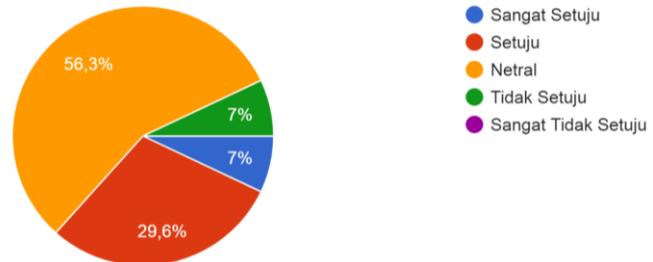
Gambar 4.10

Sumber : Hasil Penelitian 2022 (data diolah)

Berdasarkan data diatas dapat diketahui jawaban tertinggi adalah tidak setuju dengan jumlah 33 responden atau 46,5%. Kemudian jawaban netral dengan jumlah 25 responden atau 35,2%. Jawaban sangat tidak setuju dengan jumlah 10 responden atau 14,1%. Jawaban setuju dengan jumlah 3 responden atau 4,2%. Dan jawaban sangat setuju dengan jumlah 0 responden atau 0%. Berdasarkan data tersebut dapat diketahui bahwa dominan tidak setuju jika kue yang di jual Dapur Yuma tidak dapat bertahan lebih dari 6 jam.

Kue Dapur Yuma tahan terhadap goncangan dan tidak mudah hancur

71 jawaban



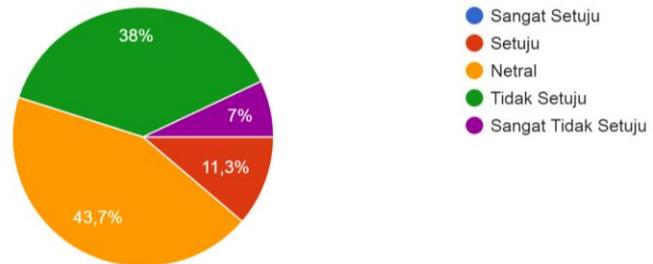
Gambar 4.11

Sumber : Hasil Penelitian 2022 (data diolah)

Berdasarkan data diatas dapat kita ketahui bahwa jawaban tertinggi adalah netral dengan jumlah 40 responden atau 56,3%. Kemudian jawaban setuju dengan jumlah 21 responden atau 29,6%. Jawaban sangat setuju dengan jumlah 5 responden atau 7%. jawaban tidak setuju dengan jumlah 5 responden atau 7%. Dan jawaban sangat tidak setuju dengan jumlah 0 responden atau 0%. Berdasarkan data tersebut responden dominan netral antara kue di Dapur Yuma mudah hancur dan tidak mudah hancur.

Kue di Dapur Yuma mudah hancur

71 jawaban



Gambar 4.12

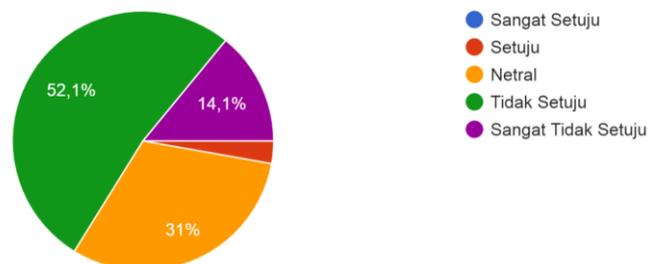
Sumber : Hasil Penelitian 2022 (data diolah)

Berdasarkan data diatas dapat kita ketahui bahwa jawaban tertinggi adalah netral dengan jumlah 31 responden atau 43,7%. Kemudian jawaban tidak setuju dengan jumlah 27 responden atau 38%. Jawaban setuju dengan jumlah 8 responden atau 11,3%. Jawaban sangat tidak setuju dengan jumlah 5 responden atau 7%. Dan jawaban sangat setuju dengan jumlah 0 responden atau 0%. Berdasarkan data tersebut responden dominan menjawab netral antara kue Dapur Yuma mudah hancur dan tidak mudah hancur.

6) Indikator *Asthetic*

Kue yang disajikan oleh Dapur Yuma biasa saja

71 jawaban



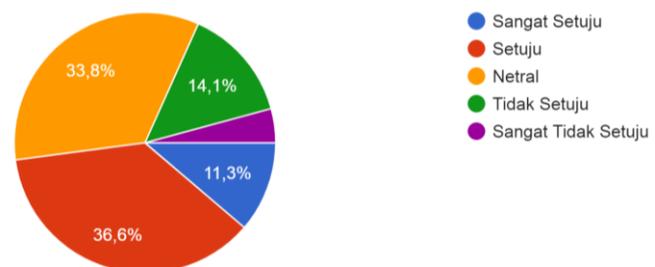
Gambar 4.13

Sumber : Hasil Penelitian 2022 (data diolah)

Berdasarkan data diatas dapat diketahui bahwa jawaban tertinggi adalah tidak setuju dengan jumlah 37 responden atau 52,1%. Kemudian jawaban netral dengan jumlah 22 responden atau 31%. Jawaban sangat tidak setuju dengan jumlah 10 responden atau 14,1%. Jawaban setuju dengan jumlah 2 responden atau 2,8%. Dan jawaban sangat setuju dengan jumlah 0 responden atau 0%. Berdasarkan data tersebut responden dominan tidak setuju jika penyajian yang diberika dapur yuma biasa saja. Karena penyajian akan menumbuhkan rasa ingin membeli dan memakan sebuah kue.

Kue yang disajikan oleh Dapur Yuma sama seperti di toko kue pada umumnya

71 jawaban



Gambar 4.14

Sumber : Hasil Penelitian 2022 (data diolah)

Berdasarkan data diatas dapat diketahui bahwa jawaban tertinggi adalah setuju dengan jumlah 26 responden atau 36,6%. Kemudian jawaban netral dengan jumlah 24 responden atau 33,8%. Jawaban tidak setuju dengan jumlah 10 responden atau 14,1%, jawaban sangat setuju dengan jumlah 8 responden atau 11,3% dan jawaban sangat tidak setuju dengan jumlah 3 responden atau 4,2%.

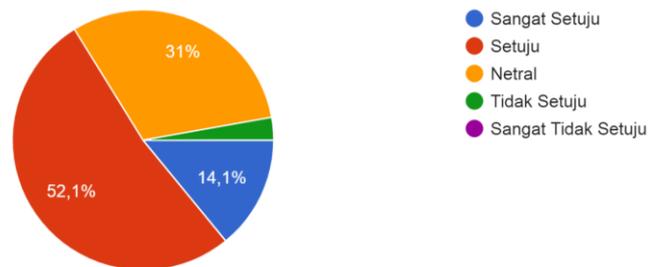
Berdasarkan data tersebut dapat diketahui bahwa responden dominan menjawab setuju bahwa kue yang disajikan Dapur Yuma sama dengan toko kue pada umumnya.

b. Penjelasan Responden Terhadap Variabel Harga (X2)

1) Indikator Keterjangkauan Harga

Harga kue di Dapur Yuma sesuai dengan harga di toko kue lainnya.

71 jawaban



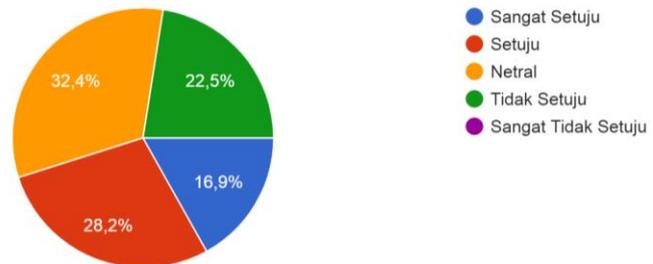
Gambar 4.15

Sumber : Hasil Penelitian 2022 (data diolah)

Berdasarkan data diatas dapat diketahui bahwa jawaban tertinggi adalah setuju dengan jumlah 37 responden atau 52,1%. Kemudian jawaban netral dengan jumlah 22 responden atau 31%. Jawaban sangat setuju dengan jumlah 10 responden atau 14,1%. Jawaban tidak setuju dengan jumlah 2 responden atau 2,8%. Dan jawaban sangat tidak setuju dengan jumlah 0 responden atau 0%. Berdasarkan data tersebut dapat diketahui bahwa responden dominan menjawab setuju bahwa harga kue di Dapur Yuma sesuai dengan harga di toko kue lainnya.

Harga kue yang ditetapkan berdasarkan kesepakatan antara penjual dan pembeli kue

71 jawaban



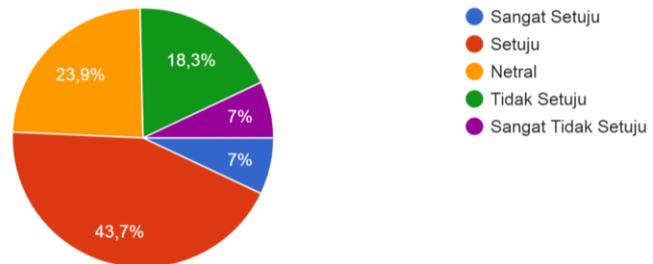
Gambar 4.16

Sumber : Hasil Penelitian 2022 (data diolah)

Berdasarkan data diatas dapat diketahui bahwa jawaban tertinggi adalah netral dengan jumlah 23 responden atau 32,4%. Kemudian jawaban setuju dengan jumlah 20 responden atau 28,2%. Jawaban tidak setuju dengan jumlah 16 responden atau 22,5%. Jawaban sangat setuju dengan jumlah 12 responden atau 16,9%. Dan jawaban sangat tidak setuju adalah dengan jumlah 0 responden atau 0%. Berdasarkan data tersebut dapat diketahui bahwa responden dominan menjawab netral untuk kesepakatan harga yang ada di toko kue Dapur Yuma.

Harga kue di Dapur Yuma ditetapkan berdasarkan penjual (sepihak)

71 jawaban



Gambar 4.17

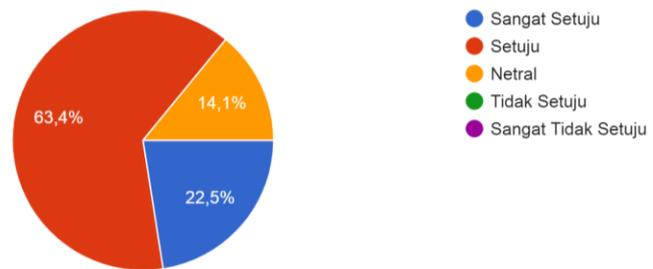
Sumber : Hasil Penelitian 2022 (data diolah)

Berdasarkan data diatas dapat diketahui bahwa jawaban tertinggi adalah setuju dengan jumlah 31 responden atau 43,7%. Kemudian jawaban netral dengan jumlah 17 responden atau 23,9%. Jawaban tidak setuju dengan jumlah 13 responden atau 18,3%. Jawaban sangat setuju dengan jumlah 5 responden atau 7%. Dan jawaban sangat tidak setuju dengan jumlah 5 responden atau 7%. Berdasarkan data tersebut jawaban responden dominan setuju bahwa harga yang ditetapkan pada toko Kue Dapur Yuma yaitu ditetapkan secara sepihak.

2) Indikator Kesesuaian Harga dengan Kualitas Produk

Harga yang ditetapkan Dapur Yuma sesuai dengan porsi yang disajikan

71 jawaban



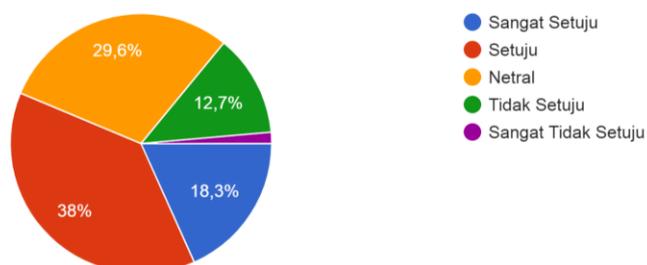
Gambar 4.18

Sumber : Hasil Penelitian 2022 (data diolah)

Berdasarkan data diatas dapat diketahui bahwa jawaban tertinggi adalah setuju dengan jumlah 45 responden atau 63,4%. Kemudian jawaban sangat setuju dengan jumlah 16 responden atau 22,5%. Jawaban netral dengan jumlah 10 responden atau 14,1%. Dan jawaban tidak setuju dan sangat tidak setuju dengan jumlah 0 responden atau 0%. Berdasarkan data tersebut dapat diketahui responden dominan menjawab setuju bahwa harga yang ditetapkan Dapur Yuma sesuai dengan porsi yang mereka sajikan.

Harga Kue yang ditetapkan berdasarkan kesepakatan antara saya dan pembeli kue sesuai dengan kualitas kue

71 jawaban



Gambar 4.19

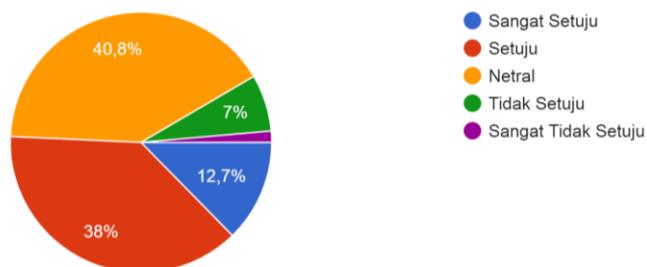
Sumber : Hasil Penelitian 2022 (data diolah)

Berdasarkan data diatas dapat diketahui bahwa jawaban tertinggi adalah setuju dengan jumlah 27 responden atau 38%. Kemudian jawaban netral dengan jumlah 21 responden atau 29,6%. Jawaban sangat setuju dengan jumlah 13 responden atau 18,3%. Jawaban tidak setuju dengan jumlah 9 responden atau 12,7%. Dan jawaban sangat tidak setuju dengan jumlah 1 responden atau 1,4%. Berdasarkan data tersebut dapat diketahui bahwa responden dominan menjawab setuju jika harga kue yang ditetapkan oleh Dapur Yuma berdasarkan kesepakatan antara kedua belah pihak dengan kualitas kue tersebut.

3) Indikator Daya Saing Harga

Harga yang ditetapkan di Dapur Yuma lebih ekonomis daripada toko kue lainnya.

71 jawaban



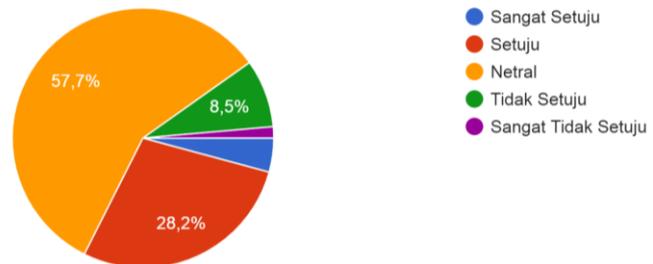
Gambar 4.20

Sumber : Hasil Penelitian 2022 (data diolah)

Berdasarkan data diatas dapat diketahui bahwa jawaban tertinggi adalah netral dengan jumlah 29 responden atau 40,8%. Kemudian jawaban setuju dengan jumlah 27 responden atau 38%. Jawaban sangat setuju dengan jumlah 9 responden atau 12,7%. Jawaban tidak setuju dengan jumlah 5 responden atau 7%. Dan jawaban sangat tidak setuju dengan jumlah 1 responden atau 1,4%. Berdasarkan data tersebut dapat diketahui bahwa responden dominan menjawab netral jika harga yang ditetapkan Dapur Yuma lebih ekonomis daripada toko kue lainnya.

Harga yang ditetapkan di Dapur Yuma sama dengan harga di toko kue lainnya

71 jawaban



Gambar 4.21

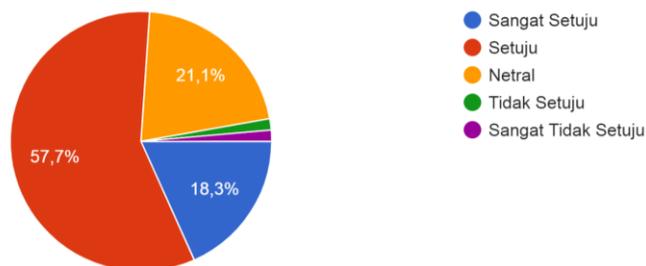
Sumber : Hasil Penelitian 2022 (data diolah)

Berdasarkan data diatas dapat diketahui bahwa jawaban tertinggi adalah netral dengan jumlah 41 responden atau 57,7%. Kemudian jawaban setuju dengan jumlah 20 responden atau 28,2%. Jawaban tidak setuju dengan jumlah 6 responden atau 8,5%. Jawaban sangat setuju dengan jumlah 3 responden atau 4,2%. Dan jawaban sangat tidak setuju dengan jumlah 1 responden atau 1,4%. Berdasarkan data tersebut dapat diketahui bahwa responden dominan menjawab netral bahwa harga yang ditetapkan Dapur Yuma sama dengan harga di toko lainnya.

4) Indikator Kesesuaian Harga dengan Manfaat

Harga kue di Dapur Yuma sangat sesuai dengan manfaat yang dirasakan

71 jawaban

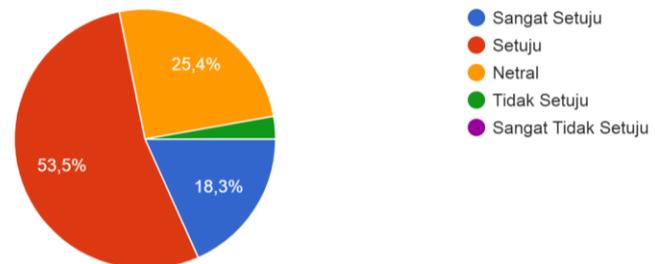
**Gambar 4.22**

Sumber : Hasil Penelitian 2022 (data diolah)

Berdasarkan data diatas dapat diketahui bahwa jawaban tertinggi adalah setuju dengan jumlah 41 responden atau 57,7%. Kemudian jawaban netral dengan jumlah 15 responden atau 21,1%. Jawaban sangat setuju dengan jumlah 13 responden atau 18,3%. Jawaban tidak setuju dengan jumlah 1 responden atau 1,4%. Dan jawaban sangat tidak setuju dengan jumlah 1 responden atau 1,4%. Berdasarkan data tersebut dapat diketahui bahwa responden dominan menjawab setuju bahwa harga Kue di Dapur Yuma sesuai dengan manfaat yang mereka rasakan.

Harga yang telah disepakati antara penjual dan pembeli kue saling menguntungkan kedua belah pihak

71 jawaban



Gambar 4.23

Sumber : Hasil Penelitian 2022 (data diolah)

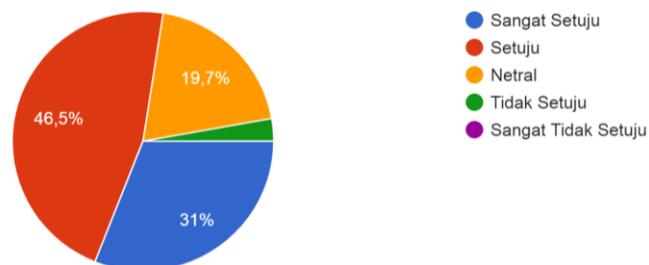
Berdasarkan data diatas dapat diketahui bahwa jawaban tertinggi adalah setuju dengan jumlah 38 responden atau 53,5%. Kemudian jawaban netral dengan jumlah 18 responden atau 25,4%. Jawaban sangat setuju dengan jumlah 13 responden atau 18,3%. Jawaban tidak setuju dengan jumlah 2 responden atau 2,8%. Dan jawaban sangat tidak setuju dengan jumlah 0 responden atau 0%. Berdasarkan data tersebut dapat diketahui bahwa responden dominan menjawab setuju jika harga yang telah disepakati antara kedua belah pihak saling menguntungkan.

c. Penjelasan Responden Terhadap Variabel Loyalitas Pelanggan (Y)

1) Indikator Komunikasi dari Mulut ke Mulut

Anda akan merekomendasikan kepada orang lain untuk membeli kue di Dapur Yuma

71 jawaban



Gambar 4.24

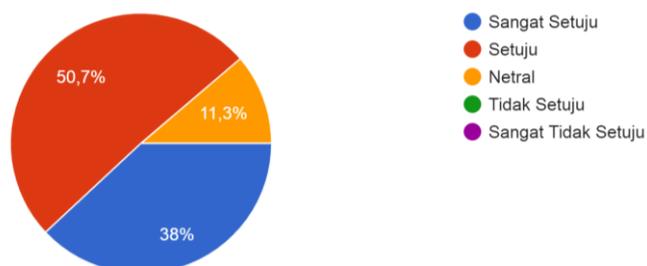
Sumber : Hasil Penelitian 2022 (data diolah)

Berdasarkan data diatas dapat diketahui bahwa jawaban tertinggi adalah setuju dengan jumlah 33 responden atau 46,5%. Kemudian jawaban sangat setuju dengan jumlah 22 responden atau 31%. Jawaban netral dengan jumlah 14 responden atau 19,7%. Jawaban tidak setuju dengan jumlah 2 responden atau 2,8%. Dan jawaban sangat tidak setuju dengan jumlah 0 responden atau 0%. Berdsarkan data tersebut dapat diketahui bahwa responden dominan menjawab setuju bahwa mereka akan merekomendasikan kepada orang lain untuk membeli kue di Dapur Yuma.

2) Indikator Niat Membeli

Anda akan membeli kue kembali di Dapur Yuma

71 jawaban



Gambar 4.25

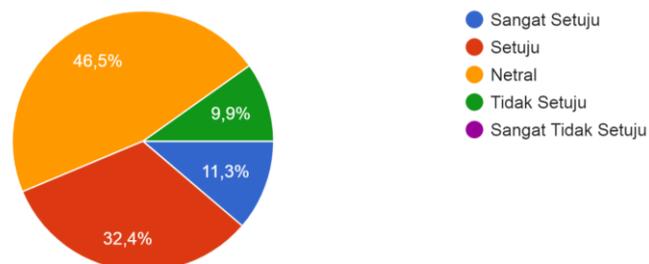
Sumber : Hasil Penelitian 2022 (data diolah)

Berdasarkan data diatas dapat diketahui bahwa jawaban tertinggi adalah setuju dengan jumlah 36 responden atau 50,7%. Kemudian jawaban sangat setuju dengan jumlah 27 responden atau 38%. Jawaban netral dengan jumlah 8 responden atau 11,3%. Dan jawaban tidak setuju dan sangat tidak setuju dengan jumlah 0 responden atau 0%. Berdasarkan data tersebut dapat diketahui bahwa responden dominan menjawab setuju bahwa mereka akan kembali membeli kue di Dapur Yuma.

3) Indikator Sensivitas Harga

Ada potongan harga/bonus terhadap pembeli di Dapur Yuma

71 jawaban



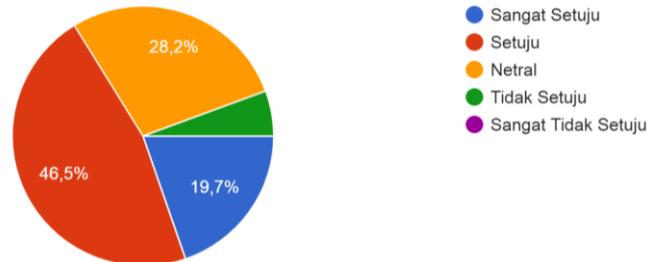
Gambar 4.26

Sumber : Hasil Penelitian 2022 (data diolah)

Berdasarkan data diatas dapat diketahui bahwa jawaban tertinggi adalah netral dengan jumlah 33 responden atau 46,5%. Kemudian jawaban setuju dengan jumlah 23 responden atau 32,4%. Jawaban sangat setuju dengan jumlah 8 responden atau 11,3%. Jawaban tidak setuju dengan jumlah 7 responden atau 9,9%. Dan jawaban sangat tidak setuju dengan jumlah 0 responden atau 0%. Berdasarkan data tersebut dapat diketahui bahwa responden dominan menjawab netral bahwa di Dapur Yuma ada potongan harga/bonus jika membeli kue di toko tersebut.

Anda akan mendapatkan tambahan kue ketika membeli kue dalam jumlah besar

71 jawaban



Gambar 4.27

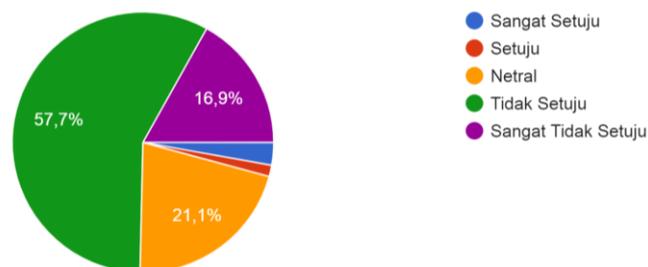
Sumber : Hasil Penelitian 2022 (data diolah)

Berdasarkan data diatas dapat diketahui bahwa jawaban tertinggi adalah setuju dengan jumlah 33 responden atau 46,5%. Kemudian jawaban netral dengan jumlah 20 responden atau 28,2%. Jawaban sangat setuju dengan jumlah 14 responden atau 19,7%. Jawaban tidak setuju dengan jumlah 4 responden atau 5,6%. Dan jawaban sangat tidak setuju dengan jumlah 0 responden atau 0%. Berdasarkan data tersebut dapat diketahui bahwa responden dominan menjawab setuju bahwa mereka akan mendapatkan tambahan kue ketika membeli kue di Dapur Yuma dalam jumlah besar atau banyak.

4) Indikator Komplain

Anda pernah mengeluh dengan cara pelayanan di toko kue dapur yuma

71 jawaban

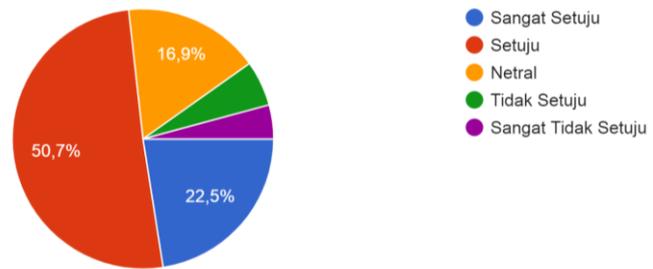
**Gambar 4.28**

Sumber : Hasil Penelitian 2022 (data diolah)

Berdasarkan data diatas dapat diketahui bahwa jawaban tertinggi adalah tidak setuju dengan jumlah 41 responden atau 57,7%. Kemudian jawaban netral dengan jumlah 15 responden atau 21,1%. Jawaban sangat tidak setuju dengan jumlah 12 responden atau 16,9%. Jawaban sangat setuju dengan jumlah 2 responden atau 2,8%. Dan jawaban setuju dengan jumlah 1 responden atau 1,4%. Berdasarkan data tersebut dapat diketahui bahwa responden dominan menjawab tidak setuju bahwa mereka pernah mengeluh dengan pelayanan yang diberikan oleh toko Kue Dapur Yuma.

Anda tidak pernah mengeluh dengan cara pelayanan di toko kue Dapur Yuma

71 jawaban



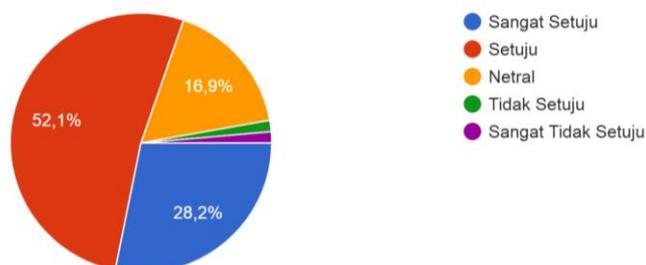
Gambar 4.29

Sumber : Hasil Penelitian 2022 (data diolah)

Berdasarkan data diatas dapat diketahui bahwa jawaban tertinggi adalah setuju dengan jumlah 36 responden atau 50,7%. Kemudian jawaban sangat setuju dengan jumlah 16 responden atau 22,5%. Jawaban netral dengan jumlah 12 responden atau 16,9%. Jawaban tidak setuju dengan jumlah 4 responden atau 5,6%. Dan jawaban sangat tidak setuju dengan jumlah 3 responden atau 4,2%. Berdasarkan data tersebut dapat diketahui bahwa responden dominan menjawab setuju bahwa mereka tidak pernah mengeluh dengan pelayanan yang diberikan oleh toko Kue Dapur Yuma.

Anda merasa pelayanan di toko kue Dapur Yuma sesuai dengan yang anda harapkan

71 jawaban



Gambar 4.30

Sumber : Hasil Penelitian 2022 (data diolah)

Berdasarkan data diatas dapat diketahui bahwa jawaban tertinggi adalah setuju dengan jumlah 37 responden atau 52,1%. Kemudian jawaban sangat setuju dengan jumlah 20 responden atau 28,2%. Jawaban netral dengan jumlah 12 responden atau 16,9%. Jawaban tidak setuju dengan jumlah 1 responden atau 1,4%. Dan jawaban sangat tidak setuju dengan jumlah 1 responden atau 1,4%. Berdasarkan data tersebut dapat diketahui bahwa responden dominan menjawab setuju jika pelayanan yang diberikan dapur yuma sesuai dengan apa yang mereka harapkan.

4. Uji Instrumen Penelitian

a. Uji Validitas

Uji Validitas digunakan untuk mengetahui kelayakan butir-butir dalam suatu daftar pertanyaan dalam mendefinisikan suatu variabel.

Daftar pertanyaan ini pada umumnya mendukung suatu kelompok

variabel tertentu. Uji validitas sebaiknya dilakukan pada setiap butir pertanyaan uji validitasnya. Hasil r_{hitung} dibandingkan dengan r_{tabel} dimana $df = n - 2$ dengan sig 5%. Jika $r_{tabel} < r_{hitung}$ maka valid (Wiratna, 2014, hal. 192).

Dengan menggunakan jumlah responden sebanyak 71 maka nilai r_{tabel} dapat diperoleh melalui *product moment person* dengan df (*degree of freedom*) = $n - 2$, jadi $df = 71 - 2 = 69$ maka $r_{tabel} = 0,2335$. Berikut hasil dari uji validitas pada penelitian Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Loyalitas Pelanggan pada Toko Kue Dapur Yuma Kecamatan Simpang Empat Kabupaten Tanah Bumbu, dengan bantuan SPSS 26.0 *for windows* (dapat dilihat ada dilampiran) pada table berikut ini :

Tabel 4.1 Hasil Uji Validitas Instrumen Data

Variabel	Pernyataan	R_{hitung}	R_{tabel}	Sig.	Keterangan
KUALITAS PRODUK (X1)	X1.1	0.633	0,2335	0.000	Valid
	X1.2	0.456	0,2335	0.000	Valid
	X1.3	0.289	0,2335	0.015	Valid
	X1.4	0.286	0,2335	0.016	Valid
	X1.5	0.276	0,2335	0.020	Valid
	X1.6	0.250	0,2335	0.036	Valid
	X1.7	0.330	0,2335	0.005	Valid
	X1.8	0.426	0,2335	0.000	Valid
	X1.9	0.368	0,2335	0.002	Valid
	X1.10	0.317	0,2335	0.007	Valid
HARGA (X2)	X2.1	0.527	0,2335	0.000	Valid
	X2.2	0.466	0,2335	0.000	Valid
	X2.3	0.264	0,2335	0.026	Valid
	X2.4	0.566	0,2335	0.000	Valid
	X2.5	0.676	0,2335	0.000	Valid
	X2.6	0.655	0,2335	0.000	Valid
	X2.7	0.496	0,2335	0.000	Valid
	X2.8	0.526	0,2335	0.000	Valid
	X2.9	0.543	0,2335	0.000	Valid
	Y.1	0.399	0,2335	0.001	Valid
	Y.2	0.301	0,2335	0.011	Valid

LOYALITAS PELANGGAN (Y)	Y.3	0.374	0,2335	0.001	Valid
	Y.4	0.318	0,2335	0.007	Valid
	Y.5	0.376	0,2335	0.001	Valid
	Y.6	0.359	0,2335	0.002	Valid
	Y.7	0.312	0,2335	0.008	Valid

b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas item adalah uji statistik yang digunakan untuk mengetahui reliabilitas suatu rangkaian pertanyaan yang berkaitan dengan reliabilitas pengukuran suatu variabel. Uji reliabilitas dalam penelitian ini menggunakan teknik *Cronbach's Alpha*.

Uji reliabilitas dapat dilakukan secara bersama-sama terhadap seluruh item pertanyaan. Variabel dikatakan baik apabila memiliki nilai *Cronbach's Alpha* > dari 0,60 (Priyatno, 2014).

Berikut ini hasil ujian reliabilitas dengan menggunakan SPSS 26 for windows :

Tabel 4.2 Hasil Uji Reliable Instrumen Data

Variabel	<i>Cronach's Alpha</i>	Kriteria	Keterangan
Kualitas Produk (X1)	0.647	0.60	Reliable
Harga (X2)	0.726	0.60	Reliable
Loyalitas Pelanggan (Y)	0.620	0.60	Reliable

Sumber : Data diolah Hapiz (2022)

Berdasarkan hasil uji reliabilitas diatas menunjukkan bahwa nilai *Cronbach's Alpha* untuk setiap variabel lebih dari 0.60 maka instrument penelitian dapat dinyatakan *reliable*.

5. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk mengetahui sebaran data antar variabel yang digunakan dalam penelitian. Data yang baik untuk penelitian adalah yang berdistribusi normal. Normalitas dapat dilihat dengan uji normalitas Kolmogorov-Smirnov. Pengambilan keputusan uji normalitas adalah jika $Sig > 0,05$ maka data berdistribusi normal dan jika $Sig < 0,05$, maka data tersebut tidak berdistribusi normal (Wiratna, 2014, hal. 51-52)

Table 4.3 Hasil Uji Normalitas Kolmogorov Smirnov Untuk Kualitas Produk, Harga, dan Loyalitas Pelanggan

	Unstandardized Residual
N	71
Asymp. Sig. (2-tailed)	,200 ^{c,d}

Sumber : Data diolah Hapiz (2022)

Berdasarkan hasil Uji Kolmogorov Smirnov pada Asymp. Sig di atas adalah 5% atau 0,05 yaitu sebesar 0,200. Yang artinya berdistribusi normal karena berada di atas 0,05.

b. Uji Multikolenearitas

Uji multikolenearitas bertujuan untuk mendeteksi ada tidaknya multikolenearitas didalam model regresi dapat dilihat dari nilai *tolerance* dan *variance inflation factor* (VIF), nilai *tolerance* yang besarnya diatas 0,1 dan nilai VIF di bawah 10 menunjukkan bahwa tidak ada multikolenearitas di antara variabel bebas.

Tabel 4.4 Hasil Uji Multikolenearitas

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
1(Constant) Kualitas Produk	0,747	1,339

Harga	0,747	1,339
-------	-------	-------

Sumber : Data diolah Hapiz (2022)

Berdasarkan uji multikolenearitas dalam tabel diatas, dapat dilihat dari kualitas produk 0,747 dan harga 0,747 yang nilai *tolerance* lebih besar dari 0,10, maka tidak terjadi multikolenearitas dan nilai *variance inflation factor* (VIF) pada kualitas produk 1,399 dan harga 1.399 lebih kecil dari 10,00 maka artinya tidak terjadi multikolenearitas.

c. Uji Autokorelasi

Pengujian autokorelasi dalam suatu model mencoba untuk mengetahui apakah ada korelasi antara variabel pengganggu pada periode tertentu dan variabel di masa lalu. Deteksi autokorelasi dengan set Durbin Watson dan Durbin Watson (dL dan dU). Model uji yang umum digunakan adalah uji Durbin Watson (uji DW) dengan ketentuan sebagai berikut:

- 1) Jika DW lebih kecil dari dL atau lebih besar dari (4-dL), maka hipotesis nol ditolak yang berarti terdapat autokolerasi.
- 2) Jika DW terletak antara dU dan (4-dU), maka hipotesis nol diterima, yang berarti tidak ada autokorelasi.
- 3) Jika DW terletak antara dL dan dU atau di antara (4-dU) dan (4-dL), maka tidak akan menghasilkan kesimpulan yang pasti

Tabel 4.5 Hasil Uji Autokorelasi

Model	Durbin-Watson
1	2.077

Sumber : Data diolah Hapiz (2022)

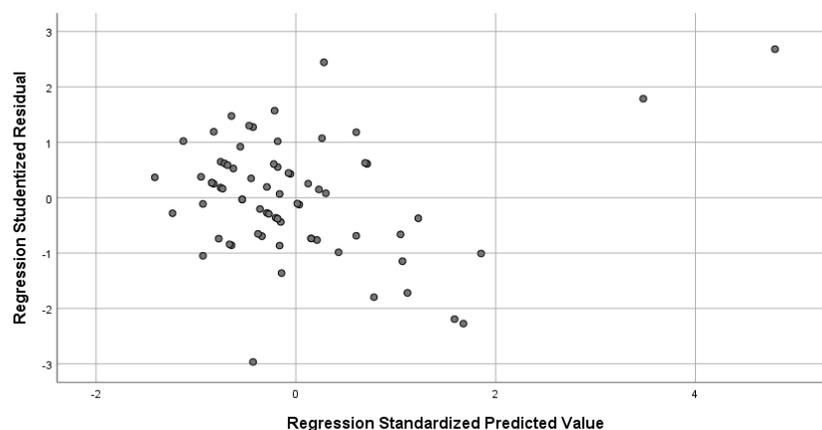
Berdasarkan hasil uji autokorelasi dalam tabel diatas, diperoleh nilai DW sebesar 2.077. nilai DW akan dibandingkan dengan nilai tabel signifikasi 5% jumlah sample (n) 71 dan jumlah $K = 2$ (k adalah jumlah

variabel indeviden), maka diperoleh nilai dU sebesar 1,6733 dan nilai dL 1,5577 dan nilai (4-dU) sebesar 2,3267. Jadi disimpulkan dalam penelitian ini bahwa nilai DW (2,077) terletak antara nilai dU (1,6733) dan (4-dU) (2,3267), yang berarti tidak terjadi autokorelasi.

d. Uji Heteroskedastisitas

Heteroskedastisitas biasanya hadir dalam model yang menggunakan data cross-sectional daripada time-series. Namun, hal ini tidak berarti bahwa model yang menggunakan data time series bebas dari heteroskedastisitas, namun pola penyebaran model dapat digunakan untuk mengidentifikasi apakah model tersebut memiliki heteroskedastisitas. (Sujianto, 2009, hlm.79).

Hasil Uji Heteroskedastisitas (*varrance residual*)



Sumber : Data diolah SPSS 26 (2022)

Dari gambar di atas dapat dilihat bahwa titik-titik yang acak pada gambar tersebut tidak menunjukkan pola apapun sehingga dapat disimpulkan tidak terjadi heteroskedastisitas dalam model regresi ini.

6. Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda dipakai untuk mengetahui besarnya pengaruh variabel bebas (independen) yaitu kualitas produk (X_1), harga (X_2), terhadap variabel terikat (dependen) yaitu Loyalitas pelanggan sebagai variabel Y . bila dirumuskan model persamaan regresi linear berganda sebagai berikut:

$$Y_i = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \varepsilon_i$$

Dimana Y_i adalah nilai kesalahan yang bersangkutan dan β_0 dan β_1 koefisien-koefisien model yang harus di estimasi.

Berikut hasil perhitungan uji regresi linear berganda pada tabel dibawah ini :

Table 4.6 Koefisien Regresi Linear Berganda

Model		Unstandardized Coefficients	
		B	Std. Error
1	(Constant)	9,051	3,470
	Kualitas Produk (X_1)	,414	,075
	Harga (X_2)	,187	,077

Sumber : Data diolah Hapiz (2022)

Hasil regresi dalam penelitian ini menggunakan *Strandardied Ciefficients*.

Maka persamaan linear dari hasil regresi yang didapat adalah sebagai berikut:

$$Y = 9,051 + 0414X_1 + 0,187X_2$$

Persamaan regresi di atas dapat dijelaskan sebagai berikut:

- 1) Nilai konstanta β_0 sebesar 9,051 artinya kualitas produk (X_1), dan harga (X_2) tidak ada maka Loyalitas pelanggan adalah 9,051.

- 2) Nilai koefisien regresi X_1 sebesar 0,414 artinya dari tanda (+) tersebut menunjukkan hubungan yang searah. Maka hal ini berarti setiap kenaikan kualitas produk satu-satuan, maka pelanggan melakukan Loyalitas pelanggan (Y), maka akan naik 0,414 dengan asumsi bahwa variabel bebas yang lain dari regresi yang tetap.
- 3) Nilai Koefisien regresi X_2 sebesar 0,187 artinya dari tanda (+) tersebut menunjukkan hubungan yang searah maka hal ini berarti kenaikan harga satu-satuan, maka pelanggan melakukan Loyalitas pelanggan (Y), maka akan naik 0,187 dengan asumsi bahwa variabel bebas yang lain dari regresi yang tetap.

7. Uji Hipotesis

a. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Tabel 4.7 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Model	R	R Square	Adjusted R Square
1	.702 ^a	.493	.478

Sumber : Data diolah Hapiz (2022)

Pada tabel 4.7 diatas dapat dilihat bahwa koefisien korelasi/hubungan R antara variabel kualitas produk, harga, dan loyalitas pelanggan sebesar 0,702 dan dijelaskan besarnya persentase pengaruh variabel bebas terhadap variabel terkait yang disebut dengan koefisien determinasi yang merupakan hasil dari perkuadratan R. berdasarkan output tersebut diperoleh koefisien determinasi R Square adalah sebesar 0,493 yang mengandung pengertian bahwa pengaruh variabel bebas (kualitas produk dan harga) terhadap variabel terkait (loyalitas pelanggan) adalah sebesar 49,3%. Sedangkan sisanya ($100\% - 49,3\% = 51,7\%$) dijelaskan oleh

variabel lain diluar model yang digunakan dalam penelitian ini. Koefisien determinasi R Square sebesar 0,493 (49,3%) mengandung arti tingkat pengaruh dari kualitas produk dan harga terhadap loyalitas pelanggan.

b. Uji Signifikan (Uji T)

Uji ini digunakan untuk mengetahui apakah ada pengaruh secara parsial antara variabel bebas terhadap variabel terikat, jika koefisien regresi variabel bebas dalam pengujian tidak nol, maka variabel bebas mempengaruhi variabel terikat. Di sisi lain, jika pengujian menegaskan bahwa koefisien regresi variabel independen adalah nol, maka variabel independen tidak berpengaruh terhadap variabel dependen. Uji-t yang dihasilkan oleh SPSS 26 *for Windows* dapat dilihat pada tabel berikut:

- 1) Apabila nilai signifikan (*P Value*) < 0,05 maka H_0 ditolak dan H_a diterima yang berarti ada pengaruh antara variabel bebas dan variabel terkait.
- 2) Apabila nilai signifikan (*P Value*) > 0,05 maka H_0 diterima dan H_a ditolak yang berarti tidak ada pengaruh antara variabel bebas dan variabel terkait.

Tabel 4.8 Hasil Uji Signifikasi (Uji T)

Model		t	Sig.
1	(Constant)	2.608	.011
	Kualitas Produk (X1)	5.495	.000
	Harga (X2)	2.424	.018

Sumber : Data diolah Hapiz (2022)

Dilihat dari tabel 4.8 di atas menunjukkan hasil uji t yang bertujuan untuk menguji pengaruh variabel kualitas produk dan harga. Maka diperoleh dari nilai $t_{\text{-Kritis}}$ sebesar 1,99547. Berdasarkan hasil uji t, maka dapat ditarik kesimpulan:

Dari data di atas, maka didapatkan hasil analisis sebagai berikut:

1) Uji t terhadap variabel kualitas produk

Hasil dari uji t dapat disimpulkan bahwa pada variabel kualitas produk (X1) diperoleh nilai t sebesar 5,495 dengan nilai signifikansi sebesar 0,000 yang berarti bahwa nilai signifikansi < 0,05 sehingga terdapat pengaruh variabel kualitas produk secara parsial terhadap loyalitas pelanggan (Y).

2) Uji t terhadap variabel harga

Hasil dari uji t dapat disimpulkan bahwa pada variabel harga (X2) diperoleh nilai t sebesar 2,424 dengan nilai signifikansi sebesar 0,018 yang berarti bahwa nilai signifikansi < 0,05 sehingga terdapat pengaruh variabel harga secara parsial terhadap loyalitas pelanggan (Y)

c. Uji Signifikan (Uji F)

Uji ini digunakan untuk mengetahui apakah kualitas produk dan harga yang dimasukkan dalam model regresi mempunyai pengaruh signifikan secara simultan terhadap loyalitas pelanggan maka dilakukan dengan uji

F. untuk menguji hipotesis ini digunakan statistik dengan kriteria pengambilan keputusan sebagai berikut:

- 1) H_0 ditolak dan H_a diterima, jika nilai signifikan ($P Value$) $< 0,05$
- 2) H_0 diterima dan H_a ditolak, jika nilai signifikan ($P Value$) $> 0,05$

Tabel 4,9 Hasil Uji Signifikan (Uji F)

Model	F	Sig
1 Regression Residual Total	33,112	0,000 ^b

Sumber : Data diolah Hapiz (2022)

Dari tabel diatas uji secara simultan (F) dihasilkan nilai probabilitas sebesar 0,000 yang berarti nilai probabilitas $< 0,05$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa secara bersama-sama atau simultan variabel kualitas produk dan harga berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan.

B. Analisis Data

Berdasarkan hasil penelitian tentang “*Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan pada Toko Kue Dapur Yuma Kecamatan Simpang Empat Kabupaten Tanah Bumbu*” diperoleh sebagai berikut:

1. Pengaruh Secara Parsial Variabel Kualitas Produk (X1) dan Harga (X2) Terhadap Loyalitas Pelanggan

a. Pengaruh secara parsial variabel kualitas produk(X1) terhadap loyalitas pelanggan(Y)

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel kualitas produk memiliki nilai probabilitas $0,000 < 0,05$ maka H_a diterima dan H_0 ditolak,

yang artinya adanya pengaruh dari variabel kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan.

Menurut *Kotler dan Armstrong* (2015:253) pengertian kualitas produk adalah sebagai berikut, “*Product quality is the characteristics of a product or service that bear on its ability to satisfy stated or implied customer needs*” Yang artinya, kualitas produk merupakan karakter dari suatu produk atau jasa yang memiliki kemampuan untuk memenuhi baik kebutuhan maupun keinginan.

Apabila suatu toko ingin mempertahankan keunggulan dalam bersaing, toko harus mengetahui aspek apa saja yang menjadi pertimbangan bagi konsumen untuk membedakan produk pesaing dengan produk yang dijual toko tersebut. Di toko kue Dapur Yuma sudah mempunyai kualitas produk yang baik menurut para pelanggan melihat dari hasil riset. Kualitas produk merupakan hal yang harus di jaga agar membuat para konsumen untuk tidak berpaling dari produk-produk yang di tawarkan oleh toko kue Dapur Yuma. Dengan menjaga kualitas produk maka akan meningkatkan persepsi positif dan nilai bagi konsumen terhadap toko kue Dapur Yuma. Produk menurut Al-Qur'an diungkapkan dengan dua istilah, yaitu al-tayyibat dan al-rizq. Al-tayyibat mengacu pada sesuatu yang baik, sesuatu yang murni dan baik, menurut apa yang murni dan bersih, sesuatu yang baik dan utuh, dan makanan terbaik. Al-rizq mengacu pada makanan yang dirahmati Allah, pemberian yang diridhoi dan diperintahkan oleh Allah. Menurut Islam, barang-barang konsumen dapat digunakan, bahan-bahan habis pakai yang berguna dan

bermanfaat dalam nilai pakainya, menghasilkan perbaikan material, moral dan spiritual bagi konsumen. Apa pun yang tidak berguna dan dilarang dalam Islam bukanlah produk dalam pengertian Islam. Dalam perekonomian konvensional, barang adalah barang yang dapat dipertukarkan. Tetapi barang dalam Islam adalah barang yang dapat dipertukarkan dan digunakan secara moral (Veithzal Rivai, 2014, hlm. 380).

Firman Allah SWT dalam Al-Qur'an Surat Q.S Al-Baqarah/2:168 sebagai berikut:

يَا أَيُّهَا النَّاسُ كُلُوا مِمَّا فِي الْأَرْضِ حَلَالًا طَيِّبًا وَلَا تَتَّبِعُوا خُطُوَاتِ الشَّيْطَانِ
إِنَّهُ لَكُمْ عَدُوٌّ مُّبِينٌ ﴿١٦٨﴾

"168. Hai sekalian manusia, makanlah yang halal lagi baik dari apa yang terdapat di bumi, dan janganlah kamu mengikuti langkah-langkah syaitan; karena sesungguhnya syaitan itu adalah musuh yang nyata bagimu." (Kementrian Agama RI, 2016)

Penelitian ini sejalan dengan penelitian:

- 1) Norlaila (Tahun 2019). Variabel kualitas produk berpengaruh secara parsial. Dengan nilai *Adjusted R Square* sebesar 0,948. Hal ini berarti bahwa kualitas produk secara simultan berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen
- 2) Sintia Norariani (Tahun 2020). Variabel kualitas produk berpengaruh secara parsial. Hal ini dibuktikan dengan hasil uji statistik Uji T untuk variabel kualitas produk diperoleh nilai dari

probabilitas t -hitung $0,0010 < t$ -tabel $1,66055$, dan koefisien regresi mempunyai nilai positif sebesar 0.301 ,

- 3) Khairul Munajat (Tahun 2019). Variabel kualitas produk berpengaruh secara parsial. Berdasarkan hasil pengujian hipotesis untuk kualitas produk yang telah dilakukan, hasil uji t menunjukkan nilai koefisien bernilai positif dan variabel kualitas produk diperoleh t -hitung sebesar $3,638$ lebih besar dari t -tabel sebesar $1,989$ dengan tingkat signifikansi $0,000$ lebih kecil dari $0,05$.
- 4) Muhammad Nafarin (Tahun 2017). Variabel kualitas produk berpengaruh secara parsial. Berdasarkan hasil regresi diperoleh nilai t hitung variabel kualitas produk $(5,147) >$ nilai t tabel $(1,98472)$, Sig. $(0,000) <$ alpha $(0,05)$ maka H_a diterima dan H_0 ditolak. Berarti variabel kualitas produk mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap minat.

b. Pengaruh secara parsial variabel harga (X2) terhadap loyalitas pelanggan (Y)

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel harga memiliki nilai probabilitas $0,018 < 0,05$ maka H_a diterima dan H_0 ditolak, yang artinya adanya pengaruh dari variabel harga terhadap loyalitas pelanggan.

Jumlah uang atau nilai total yang ditetapkan untuk suatu layanan atau produk yang ditukarkan pelanggan untuk keuntungan menggunakan layanan atau produk tersebut (Keller, 2009, hal. 345).

Harga merupakan segala bentuk biaya moneter yang dikorbankan oleh konsumen untuk memperoleh, memiliki, memanfaatkan sejumlah kombinasi dari barang beserta pelayanan dari suatu produk. Bagi toko penetapan harga merupakan cara untuk membedakan penawarannya dari para pesaing. Ada kecenderungan bagi konsumen untuk menggunakan harga sebagai dasar menduga kualitas barang. Maka konsumen biasanya cenderung berasumsi bahwa harga yang lebih tinggi mewakili kualitas yang tinggi.

Konsep harga Menurut Ibnu Taimiyah, harga yang wajar digunakan terutama sejak awal hadirnya agama Islam, Al-Qur'an sendiri sangat menekankan keadilan dalam segala aspek kehidupan manusia. Oleh karena itu, wajar jika keahlian juga tercermin dalam aktivitas pasar, terutama dalam harga, dan dengan ini Rasulullah Saw. mengklasifikasikan riba sebagai overestimate yang melebihi kepercayaan konsumen.

Dijelaskan dalam firman Allah dalam surat Al-baqarah/2:278 yang berbunyi:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا اتَّقُوا اللَّهَ وَذَرُوا مَا بَقِيَ مِنَ الرِّبَا إِن كُنْتُمْ مُّؤْمِنِينَ ﴿٢٧٨﴾

“278. Hai orang-orang yang beriman, bertakwalah kepada Allah dan tinggalkan sisa riba (yang belum dipungut) jika kamu orang-orang yang beriman.” (Kementrian Agama RI, 2016)

Penelitian ini sejalan dengan:

- 1) Sintia Norariani (Tahun 2020). Variabel harga berpengaruh secara parsial. Hal ini dibuktikan dengan hasil uji statistik Uji T untuk variabel harga diperoleh nilai dari probabilitas t -hitung $0,0001 < t$ -tabel $1,66055$, dan koefisien regresi mempunyai nilai positif sebesar 0.391 .
- 2) Khairul Munajat (Tahun 2019). Variabel harga berpengaruh secara parsial. Berdasarkan hasil pengujian hipotesis untuk harga yang telah dilakukan, hasil uji t untuk variabel harga diperoleh nilai koefisien positif, dengan t hitung sebesar $4,480$ lebih besar dari t tabel sebesar $1,989$ dan tingkat signifikansi sebesar $0,000$ lebih kecil dari $0,05$.
- 3) Muhammad Nafarin (2017). Variabel harga berpengaruh secara parsial. Berdasarkan hasil regresi diperoleh nilai t hitung variabel harga ($3,332$) $>$ nilai t tabel ($1,98472$), dan Sig. ($0,001$) $<$ alpha ($0,05$) maka H_a diterima dan H_o ditolak. Berarti variabel harga mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap minat.

2. Hasil analisis data menunjukkan bahwa variabel kualitas produk (X1) dan harga (X2) berpengaruh secara simultan terhadap loyalitas pelanggan (Y) menunjukkan nilai sebesar 0,000.

Dilihat dari nilai signifikansi ($0,000 < 0,05$). Nilai F sebesar $33,112$ lebih besar daripada F_{kritis} $3,13$ ($33,112 > 3,13$). Artinya secara simultan variabel

kualitas produk (X1) dan harga (X2) berpengaruh secara signifikan terhadap variabel loyalitas pelanggan.

Menerapkan loyalitas pelanggan tidaklah mudah. Namun upaya untuk terus meningkatkan loyalitas pelanggan dapat dilakukan melalui berbagai strategi. Kinerja toko sangat berpengaruh terhadap minat pelanggan, sehingga diperlukan strategi yang jitu. Pada dasarnya, strategi loyalitas pelanggan membuat pesaing bekerja keras dan membayar biaya tinggi untuk mencoba merebut pelanggan dari pemasok barang atau jasa.

Definisi loyalitas pelanggan menurut (P. & G. A. Kotler, 2014) ialah: Perasaan senang atau kecewa yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja (atau hasil) yang diharapkan. Dari definisi tersebut dapat dikatakan apabila produk tidak sesuai dengan harapan pelanggan dan bila harapan pelanggan yang ditetapkan terlalu rendah maka pelanggan tersebut akan merasa tidak puas dengan berujung kecewa, jika kinerja sesuai dengan harapan maka pelanggan akan merasa puas, namun apabila kinerja produk melampaui harapan, maka pelanggan akan merasa gembira dan sangat puas.

Dilihat dari hasil penelitian di toko kue Dapur Yuma menciptakan pengaruh kepada konsumen terhadap loyalitas pelanggan. Dilihat dari kualitas produk yang mereka berikan dan harga yang mereka tetapkan membuat para konsumen merasa puas dan senang saat membeli kue di toko tersebut.

Dalam ekonomi Islam, loyalitas muslim disebut qana'ah. Loyalitas dalam Islam (qana'ah) mencerminkan loyalitas seseorang baik secara eksternal

maupun internal. Loyalitas dalam Islam mendorong konsumen Muslim bersikap adil (Muflih, 2006: 87). Konsep loyalitas dalam Islam berkaitan dengan keimanan yang melahirkan rasa syukur (Zulfa, 2010, hlm. 192).

Firman Allah swt dalam surat At-Taubah/9:59

وَلَوْ أَنَّهُمْ رَضُوا مَا آتَاهُمُ اللَّهُ وَرَسُولُهُ وَقَالُوا حَسْبُنَا اللَّهُ سَيُؤْتِينَا اللَّهُ مِنْ فَضْلِهِ

وَرَسُولُهُ إِنَّا إِلَى اللَّهِ رَاغِبُونَ ﴿٥٩﴾

“59. Jikalau mereka sungguh-sungguh ridha dengan apa yang diberikan Allah dan Rasul-Nya kepada mereka, dan berkata: "Cukuplah Allah bagi kami, Allah akan memberikan sebagian dari karunia-Nya dan demikian (pula) Rasul-Nya, sesungguhnya kami adalah orang-orang yang berharap kepada Allah," (tentulah yang demikian itu lebih baik bagi mereka).” (Kementrian Agama RI, 2016)

Penelitian ini sejalan dengan:

- 1) Sintia Noraini (2020), variabel kualitas produk dan harga berpengaruh secara simultan terhadap loyalitas konsumen. Dari hasil pengujian f-hitung sebesar 32.53796 lebih besar dari f-tabel 3,09 ($32.53796 > 3,09$), dan nilai signifikan adalah 0,000000 lebih kecil dari 0,05 ($\text{sig} < 0,05$) sehingga membuktikan bahwa variabel Harga dan Kualitas Produk secara bersama-sama berpengaruh terhadap variabel Loyalitas Konsumen
- 2) Khairul Munajat (2019), variabel kualitas produk dan harga berpengaruh secara simultan terhadap loyalitas konsumen. Berdasarkan hasil pengujian hipotesis yang telah dilakukan diperoleh hasil nilai F_{hitung} sebesar 55,265. Nilai tersebut lebih besar dari nilai F_{tabel} yang sebesar 3,11 dan nilai signifikansi untuk pengaruh kualitas produk (X_1)

dan harga (X_2) secara simultan terhadap loyalitas konsumen (Y) adalah sebesar $0,000 < 0,05$.

- 3) Nafarin (2017), variabel kualitas produk dan harga berpengaruh secara simultan terhadap minat masyarakat. Hal ini diketahui bahwa nilai F hitung adalah sebesar 60.987 nilai tersebut lebih besar dari nilai F tabel yang sebesar 3,09 dan nilai Signifkani diketahui bernilai 0,000 dan nilai tersebut lebih kecil dari tingkat signifikansi yang telah ditentukan yaitu 0.05.