

BAB IV

LAPORAN PENELITIAN DAN ANALISIS DATA

A. Penyajian Data

1. Gambaran Umum Lokasi Penelitian

Nama Amanda berasal dari singkatan yang menggambarkan sebuah doa serta harapan yang mulia yaitu anak mantu damai itulah arti dari brand Amanda Brownies. Amanda brownies memulai dari tahun 2000 dibidang kuliner, Amanda telah menyebar di kota-kota besar termasuk kota Banjarmasin outlet tersebut berada di Jalan Ahmad Yani Km. 2,5 No. 2 Rt. 001 Kec. Banjarmasin Timur, Kota Banjarmasin.

a. Visi dan Misi Amanda Brownies

1) Visi

Menjadi leader kue brownies kukus berkualitas, dengan pelayanan dan cita rasa terbaik di Indonesia.

2) Misi

- a) Memperkenalkan dan selalu membuat inovasi produk yang berkualitas, guna memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen.
- b) Menciptakan nilai pertumbuhan pasar secara berkesinambungan.
- c) Memberikan dan memperkenalkan kualitas terbaik dari daur hidup produk kepada pelanggan

- d) dengan mempertahankan cita rasa yang telah dipercaya.

2. Karakteristik Responden

a. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Hasil karakteristik dari responden pada penelitian ini berdasarkan jenis kelamin dapat kita lihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 4.1 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase
Laki-laki	41	43%
Perempuan	55	57%
Total	96	100%

Sumber: data diolah penulis, 2023

Dari tabel 4.1 menunjukkan hasil dari 96 responden di dalam penelitian ini yang dikelompokkan berdasarkan jenis kelamin, dapat diketahui bahwa jumlah responden perempuan lebih banyak dari responden laki-laki yaitu responden perempuan berjumlah 55 orang responden dengan persentase 57%. Sedangkan untuk responden laki-laki berjumlah 41 orang dengan persentase 43%.

b. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Hasil karakteristik dari responden pada penelitian ini berdasarkan umur dapat kita lihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 4.2 Responden Berdasarkan Usia

Usia	Jumlah	Persentase
< 17 tahun	1	1%
17-30 tahun	75	78%
31-40 tahun	14	15%
41-50 tahun	6	6%
Total	96	100%

Sumber: data diolah penulis, 2023

Dari tabel 4.2 menunjukkan hasil dari 96 responden di dalam penelitian ini yang dikelompokkan berdasarkan usia, dapat diketahui bahwa kelompok usia responden kurang dari 17 tahun berjumlah 1 orang dengan persentase 1%, responden yang usianya kisaran 17-30 tahun berjumlah 75 orang dengan persentase 78%, responden yang usianya kisaran 31-40 tahun berjumlah 14 responden dengan persentase 15%, sedangkan responden yang usianya 41-50 tahun berjumlah 6 orang dengan persentase 6%.

c. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

Hasil karakteristik dari responden pada penelitian ini berdasarkan umur dapat kita lihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 4.3 Responden Berdasarkan Pekerjaan

Pekerjaan	Jumlah	Persentase
Pelajar/Mahasiswa	35	36,5%
Ibu Rumah Tangga	6	6,2%
Pegawai Negeri	9	9,4%
Pegawai Swasta	34	35,4%
Wirausaha	12	12,5%
Total	96	100%

Sumber: data diolah penulis, 2023

Dari tabel 4.3 menunjukkan hasil dari 96 responden di dalam penelitian ini memiliki pekerjaan sebagai Pelajar/Mahasiswa sebanyak 35 responden dengan persentase 36,5%, responden dengan pekerjaan sebagai ibu rumah tangga berjumlah 6 orang dengan persentase 6,2%, responden dengan pekerjaan sebagai pegawai negeri berjumlah 9 orang dengan persentase 9,4%, responden dengan pekerjaan pegawai swasta berjumlah 34 orang dengan persentase 35,4% dan responden

dengan pekerjaan sebagai wirausaha berjumlah 12 dengan persentase 12,5%.

3. Deskripsi Variabel Penelitian

Hasil dari sebuah penelitian yang dilakukan kepada 96 orang lewat penyebaran melalui kuesioner, guna untuk memperoleh jawaban atas tiap pertanyaan tiap variabel yang didasarkan rentang skor jawaban dapat dilihat pada tabel berikut:

a. Deskripsi Variabel Lokasi

Dalam penelitian ini variabel lokasi diukur melalui 4 indikator yang didalamnya terbagi menjadi 7 pertanyaan. Adapun hasil dari tanggapan tersebut dijelaskan pada tabel dibawah ini:

Tabel 4.4 Tanggapan Responden Mengenai Variabel Lokasi

No	Pertanyaan	Skor					Jumlah
		SS	S	N	TS	STS	
1	X1.1	22	64	8	2	0	96
2	X1.2	24	63	8	1	0	96
3	X1.3	32	49	11	3	1	96
4	X1.4	26	57	9	3	1	96
5	X1.5	15	49	25	5	2	96
6	X1.6	13	42	30	8	3	96
7	X1.7	12	43	28	11	2	96

Sumber: data diolah penulis, 2023

- 1) Butir pertanyaan X1.1 (Lokasi outlet resmi Amanda Brownies kota Banjarmasin mudah dijangkau) sebanyak 22 responden menjawab sangat setuju, 64 responden menjaab setuju, 8 responden menjawab netral dan 2 responden yang menjawab tidak setuju.
- 2) Butir pertanyaan X1.2 (Lokasi outlet resmi Amanda Brownies kota Banjarmasin memiliki keterjangkauan yang memadai)

sebanyak 24 responden menjawab sangat setuju, 63 responden menjawab setuju, 8 responden menjawab netral dan 1 responden menjawab tidak setuju.

- 3) Butir pertanyaan X1.3 (Lokasi outlet resmi Amanda Brownies kota Banjarmasin mudah terlihat) sebanyak 32 responden menjawab sangat setuju, 49 responden menjawab setuju, 11 responden menjawab netral, 3 responden menjawab tidak setuju dan 1 responden menjawab sangat tidak setuju.
- 4) Butir pertanyaan X1.4 (Lokasi outlet resmi Amanda Brownies kota Banjarmasin tidak sulit untuk dicari) sebanyak 26 responden menjawab sangat setuju, 57 responden menjawab setuju, 9 responden menjawab netral, 3 responden menjawab tidak setuju dan 1 responden menjawab sangat tidak setuju.
- 5) Butir pertanyaan X1.5 (Outlet resmi Amanda Brownies kota Banjarmasin memiliki tempat parkir yang luas) sebanyak 15 responden menjawab sangat setuju, 49 responden menjawab setuju, 25 responden menjawab netral, 5 responden menjawab tidak setuju dan 2 responden menjawab sangat tidak setuju
- 6) Butir pertanyaan X1.6 (Outlet resmi Amanda Brownies kota Banjarmasin memiliki keamanan yang tinggi) sebanyak 13 responden menjawab sangat setuju, 42 responden menjawab setuju, 30 responden menjawab netral, 8 responden menjawab tidak setuju dan 3 responden menjawab sangat tidak setuju.

7) Butir pertanyaan X1.7 (Outlet resmi Amanda Brownies kota Banjarmasin memiliki tempat yang cukup luas untuk perluasan usaha) sebanyak 12 responden menjawab sangat setuju, 43 responden menjawab setuju, 28 responden menjawab netral, 11 responden menjawab tidak setuju dan 2 responden menjawab sangat tidak setuju.

b. Deskripsi Variabel Harga

Dalam penelitian ini variabel harga diukur melalui 4 indikator yang didalamnya terbagi menjadi 6 pertanyaan. Adapun hasil dari tanggapan tersebut dijelaskan pada tabel dibawah ini:

Tabel 4.5 Tanggapan Responden Mengenai Variabel Harga

No	Pertanyaan	Skor					Jumlah
		SS	S	N	TS	STS	
1	X2.1	16	59	8	13	0	96
2	X2.2	28	43	7	13	5	96
3	X2.3	29	60	7	0	0	96
4	X2.4	39	55	2	0	0	96
5	X2.5	23	67	4	2	0	96
6	X2.6	33	61	2	0	0	96

Sumber: data diolah penulis, 2023

- 1) Butir pertanyaan X2.1 (Harga dari produk Amanda Brownies yang dijual di outlet resmi Amanda Brownies kota Banjarmasin sesuai dengan harapan saya) sebanyak 16 responden menjawab sangat setuju, 59 responden menjawab setuju, 8 responden menjawab netral dan 13 responden menjawab tidak setuju.
- 2) Butir pertanyaan X2.2 (Keterjangkauan harga mempengaruhi saya melakukan pembelian) sebanyak 28 responden menjawab sangat setuju, 43 responden menjawab setuju, 7 responden

menjawab netral, 13 responden menjawab tidak setuju dan 5 responden menjawab sangat tidak setuju.

- 3) Butir pertanyaan X2.3 (Harga yang ditetapkan oleh outlet resmi Amanda Brownies kota Banjarmasin sesuai dengan kualitas produk) sebanyak 29 responden menjawab sangat setuju, 60 responden menjawab setuju dan 7 responden menjawab netral.
- 4) Butir pertanyaan X2.4 (Harga produk sesuai dengan kualitasnya) sebanyak 39 responden menjawab sangat setuju, 55 responden menjawab setuju dan 2 responden menjawab netral.
- 5) Butir pertanyaan X2.5 (Harga produk yang dijual pada outlet resmi Amanda Brownies kota Banjarmasin dapat bersaing dengan toko kue/brownies lainnya) sebanyak 23 responden menjawab sangat setuju, 67 responden menjawab setuju, 4 responden menjawab netral dan 2 responden menjawab tidak setuju.
- 6) Butir pertanyaan X2.6 (Harga dari produk Amanda Brownies yang dijual outlet resmi Amanda Brownies kota Banjarmasin sesuai dengan manfaat yang dirasakan) sebanyak 33 responden menjawab sangat setuju, 61 responden menjawab setuju dan 2 responden menjawab netral.

c. Deskripsi Variabel Variasi Menu

Dalam penelitian ini variabel variasi menu diukur melalui 4 indikator yang didalamnya terbagi menjadi 5 pertanyaan. Adapun hasil dari tanggapan tersebut dijelaskan pada tabel dibawah ini:

Tabel 4.6 Tanggapan Responden Mengenai Variabel Variasi Menu

No	Pertanyaan	Skor					Jumlah
		SS	S	N	TS	STS	
1	X3.1	42	50	4	0	0	96
2	X3.2	32	54	10	0	0	96
3	X3.3	30	47	15	4	0	96
4	X3.4	25	52	16	3	0	96

Sumber: data diolah penulis, 2023

- 1) Butir pertanyaan X3.1 (Produk dari Amanda Brownies yang dijual di outlet resmi kota Banjarmasin memiliki berbagai variasi rasa) sebanyak 42 responden menjawab sangat setuju, 50 responden menjawab setuju dan 4 responden menjawab netral.
- 2) Butir pertanyaan X3.2 (Tampilan dari produk Amanda Brownies menarik) sebanyak 32 responden menjawab sangat setuju, 54 responden menjawab setuju dan 10 responden menjawab netral.
- 3) Butir pertanyaan X3.3 (Tampilan dari produk Amanda Brownies menggugah selera) sebanyak 30 responden menjawab sangat setuju, 47 responden menjawab setuju, 15 responden menjawab netral dan 4 responden menjawab tidak setuju.
- 4) Butir pertanyaan X3.4 (Produk Amanda Brownies yang dijual di outlet resmi Amanda Brownies kota Banjarmasin selalu

tersedia di outlet) sebanyak 25 responden menjawab sangat setuju, 52 responden menjawab setuju, 16 responden menjawab netral dan 3 responden menjawab tidak setuju.

d. Deskripsi Variabel Loyalitas Pelanggan

Dalam penelitian ini variabel loyalitas pelanggan diukur melalui 4 indikator yang didalamnya terbagi menjadi 6 pertanyaan. Adapun hasil dari tanggapan tersebut dijelaskan pada tabel dibawah ini:

Tabel 4.7 Tanggapan Responden Mengenai Variabel Loyalitas Pelanggan

No	Pertanyaan	Skor					Jumlah
		SS	S	N	TS	STS	
1	Y.1	25	61	7	3	0	96
2	Y.2	24	57	9	5	1	96
3	Y.3	25	52	16	2	1	96
4	Y.4	19	51	14	10	2	96
5	Y.5	9	35	30	14	8	96
6	Y.6	22	46	24	4	0	96

Sumber: data diolah penulis, 2023

- 1) Butir pertanyaan Y.1 (Saya kembali membeli produk Amanda Brownies di outlet resmi Amanda Brownies kota Banjarmasin) sebanyak 25 responden menjawab sangat setuju, 61 responden menjawab setuju, 7 responden menjawab netral dan 3 responden menjawab tidak setuju.
- 2) Butir pertanyaan Y.2 (Saya terbiasa membeli produk Amanda Brownies di outlet resmi Amanda Brownies kota Banjarmasin) sebanyak 24 responden menjawab sangat setuju, 57 responden menjawab setuju, 9 responden menjawab netral, 5 responden menjawab tidak setuju dan 1 responden menjawab sangat tidak setuju.

- 3) Butir pertanyaan Y.3 (Saya merekomendasikan produk Amanda Brownies kepada teman dan kerabat untuk membeli produk Amanda Bronies yang dijual di outlet resmi Amanda Brownies kota Banjarmasin) sebanyak 25 responden menjawab sangat setuju, 52 responden menjawab setuju, 16 responden menjawab netral, 2 responden menjawab tidak setuju dan 1 responden menjawab sangat tidak setuju.
- 4) Butir pertanyaan Y.4 (Saya akan tetap melakukan pembelian di outlet resmi Amanda Bronies kota Banjarmasin, walaupun ada rekomendasi lain) sebanyak 19 responden menjawab sangat setuju, 51 responden menjawab setuju, 14 responden menjawab netral, 10 responden menjawab tidak setuju dan 2 responden menjawab sangat tidak setuju.
- 5) Butir pertanyaan Y.5 (Saya tidak berniat untuk membeli produk sejenis ditoko lain) sebanyak 9 responden menjawab sangat setuju, 35 responden menjawab setuju, 30 responden menjawab netral, 14 responden menjawab tidak setuju dan 8 responden menjawab sangat tidak setuju.
- 6) Butir pertanyaan Y.6 (Saya selalu setia pada produk Amanda Brownies) sebanyak 22 responden menjawab sangat setuju, 46 responden menjawab setuju, 24 responden menjawab netral dan 4 responden menjawab tidak setuju.

B. Uji Instrumen Penelitian

1. Uji Validitas

Uji validitas adalah uji instrumen data untuk mengetahui. Suatu item dikatakan valid jika nilai positif dan r hitung $\geq r$ tabel maka item dapat dinyatakan valid, jika r hitung $< r$ tabel maka item dinyatakan tidak valid. Kemudian dengan tingkat signifikansinya 0,05. Adapun pengujian validitas dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 4.8 Hasil Uji Validitas

No.	Pertanyaan	R hitung	R table	Keterangan
1	X1.1	0,503	0.2006	Valid
2	X1.2	0,588	0.2006	Valid
3	X1.3	0,543	0.2006	Valid
4	X1.4	0,481	0.2006	Valid
5	X1.5	0,630	0.2006	Valid
6	X1.6	0,689	0.2006	Valid
7	X1.7	0,643	0.2006	Valid
8	X2.1	0,706	0.2006	Valid
9	X2.2	0,727	0.2006	Valid
10	X2.3	0,624	0.2006	Valid
11	X2.4	0,516	0.2006	Valid
12	X2.5	0,531	0.2006	Valid
13	X2.6	0,426	0.2006	Valid
14	X3.1	0,558	0.2006	Valid
15	X3.2	0,791	0.2006	Valid
16	X3.3	0,751	0.2006	Valid
17	X3.4	0,659	0.2006	Valid
18	Y.1	0,554	0.2006	Valid
19	Y.2	0,517	0.2006	Valid
20	Y.3	0,605	0.2006	Valid
21	Y.4	0,700	0.2006	Valid
22	Y.5	0,519	0.2006	Valid
23	Y.6	0,723	0.2006	Valid

Sumber: data diolah penulis, 2023

Data pada tabel di atas memperlihatkan bahwasanya hasil pengujian pada semua butir soal dengan membandingkan nilai R hitung dengan R tabel.

Jika $R_{hitung} > R_{tabel}$ maka dikatakan bahwa butir soal tersebut valid dan begitu juga sebaliknya. Pada tabel di atas dapat kita lihat bahwa keseluruhan butir soal memiliki nilai $R_{hitung} > R_{tabel}$ yang berarti semua butir soal pada penelitian ini valid.

2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk mengetahui ketetapan atau konsistensi alat ukur yang biasanya menggunakan kuesioner, maksudnya apakah alat ukur tersebut akan mendapatkan pengukuran yang tetap konsisten jika pengukuran diulang kembali. Metode yang sering digunakan dalam penelitian untuk mengukur skala rentangan (seperti skala Likert 1-5) adalah Cronbach Alpha. jika instrumen penelitian dapat dinyatakan reliabel jika nilai Cronbach's Alpha $> 0,60$. (Purnomo, 2016, hlm. 79)

Tabel 4.9 Hasil Uji Reliabilitas

Reliability Statistics Lokasi

Cronbach's Alpha	N of Items
,675	7

Reliability Statistics Harga

Cronbach's Alpha	N of Items
,619	6

Reliability Statistics Variasi Menu

Cronbach's Alpha	N of Items
,636	4

Reliability Statistics Loyalitas Pelanggan

Cronbach's Alpha	N of Items
,635	6

Sumber: SPSS 22, data diolah 2023

Berdasarkan pengujian reliabilitas semua variabel sudah reliable. Dapat dilihat pada table diatas dimana nilai dari Cronbach's Alpha sebesar 0,675, 0,619, 0,636 dan 0,635 > 0,60. Maka dapat diambil kesimpulan bahwa semua variabel reliable.

C. Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas

Uji normalitas dimaksudkan untuk menguji apakah nilai residual yang telah distandarisasi pada model regresi berdistribusi normal atau tidak. Uji Normalitas berguna untuk menentukan data yang telah dikumpulkan berdistribusi normal atau diambil dari populasi normal. Uji normalitas dikatakan berdistribusi normal jika nilai signifikansi > 0,05 maka nilai residual berdistribusi normal. Sebaliknya jika nilai signifikansi < 0,05 maka nilai residual tidak berdistribusi normal. (Sihabudin, et al, 2021, hlm. 75)

Tabel 4.10 Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		96
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	2,63788338

Most Extreme Differences	Absolute	,051
	Positive	,033
	Negative	-,051
Test Statistic		,051
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

Sumber: SPSS 22, data diolah 2023

Berdasarkan table diatas hasil dari uji normalitas menggunakan Kolmogorov-Smirnov. Dapat dilihat Asymp. Sig. $0,200 > 0,05$ yang artinya data tersebut berdistribusi normal.

2. Uji Multikolinearitas

Tujuan uji multikolinearitas adalah menguji apakah model regresai ditemukan adanya korelasi antara variabel bebas (independent). Cara untuk mengetahui ada atau tidaknya gejala multikoliniearitas antara lain dengan melihat nilai tolerance, Jika nilai tolerance lebih besar dari 0,10 maka artinya tidak terjadi multikolinieritas terhadap data yang di uji. Sebaliknya jika nilai tolerance lebih kecil dari 0,10 maka artinya terjadi multikolinearitas terhadap data yang diuji. Dan dengan melihat nilai VIF (varian infloating faktor) : jika nilai $VIF \leq 10,00$ maka tidak terjadi multikolinearitas, sebaliknya jika nilai VIF lebih besar dari 10, maka artinya terjadi multikolonearitas terhadap data yang diuji. (Sihabudin, et al, 2021, hlm. 141)

Tabel 4.11 Hasil Uji Multikolinearitas

Coefficients ^a			
Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	(Constant)		
	Lokasi	,738	1,355
	Harga	,741	1,349

	Variasi Menu	,939	1,065
a. Dependent Variable: Loyalitas Pelanggan			

Sumber: SPSS 22, data diolah 2023

Berdasarkan hasil pengujian pada tabel di atas memperlihatkan bahwa keseluruhan variabel penelitian yang dipakai tidak terjadi multikolinearitas.

3. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya penyimpangan asumsi klasik heteroskedastisitas yaitu adanya ketidaksamaan varian dari residual untuk semua pengamatan pada model regresi. Heteroskedastisitas merupakan salah satu faktor yang menyebabkan model regresi linier sederhana tidak efisien dan akurat, juga mengakibatkan penggunaan metode kemungkinan maksimum dalam mengestimasi parameter (koefisien) regresi akan terganggu. Uji heteroskedastisitas dapat dilakukan dengan menggunakan uji Glejser yaitu dengan menguji tingkat signifikansinya. Apabila nilai signifikansi (Sig.) > 0,05 maka tidak terjadi gejala Heteroskedastisitas. (Sihabudin, et al, 2021, hlm. 136)

Tabel 4.12 Hasil Uji Heteroskedastisitas

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1,907	1,882		1,014	,313
	Lokasi	-,020	,056	-,043	-,358	,721
	Harga	,095	,070	,163	1,371	,174
	Variasi Menu	-,095	,082	-,123	-1,165	,247
a. Dependent Variable: RES2						

Sumber: SPSS 22, data diolah 2023

Pada hasil uji heteroskedastisitas menggunakan metode Glejser yang ditunjukkan pada tabel diatas memiliki nilai signifikansi (Sig.) > 0,05 maka tidak terjadi gejala Heteroskedastisitas, jadi berdasarkan tabel data tersebut maka tidak terjadi gejala heteroskedastisitas.

D. Analisis Regresi Berganda

Analisis Regresi Berganda adalah hubungan secara linier antara dua atau lebih variable independent (X_1, X_2, \dots, X_n) dengan variable dependent (Y). Analisis ini untuk memprediksikan nilai variable dependen apabila nilai variable independen mengalami kenaikan atau penurunan. Dan untuk mengetahui arah hubungan antara variable independen dengan variable dependen apakah masing-masing variable independen berhubungan positif atau negatif. (Sihabudin, et al, 2021, hlm. 59)

Persamaan regresi berganda sebagai berikut:

$$Y' = a + b_1X_1 + b_2X_2 + \dots + b_nX_n$$

$$Y' = 5,571 + 0,342 + 0,137 + 0,290$$

Keterangan:

Y' = Variabel dependen (nilai yang diprediksikan)

$X_1, X_2 \dots X_n$ = Variable independen

a = Konstanta (nilai Y' apabila $X_1, X_2 \dots X_n = 0$)

$b_1, b_2 \dots b_n$ = Koefisien regresi (nilai peningkatan ataupun penurunan)

Hasil dari SPSS digunakan sebagai alat analisis maka hasil dari berganda adalah sebagai berikut:

Tabel 4.13 Hasil Uji Analisis Regresi Berganda

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	5,571	3,300		1,688	,095
	Lokasi	,342	,098	,363	3,482	,001
	Harga	,137	,122	,117	1,125	,264
	Variasi Menu	,290	,143	,187	2,022	,046

a. Dependent Variable: Loyalitas Pelanggan

Sumber: SPSS 22, data diolah 2023

Adapun hasil dari uji di atas dapat di simpulkan bahwa:

- a. Nilai a sebesar 5,571 merupakan konstanta atau suatu keadaan ketika variabel loyalitas pelanggan sebelum di pengaruhi oleh variabel independent (lokasi, harga dan variasi menu). Loyalitas pelanggan tidak akan berubah jika variabel independen tidak muncul.
- b. Nilai lokasi X1 adalah sebesar 0,342 yang berarti bahwasanya variabel lokasi (X1) memiliki pengaruh yang positif terhadap loyalitas pelanggan (Y). hal ini bermakna setiap kenaikan 1 satuan variabel lokasi (X1) akan mempengaruhi loyalitas pelanggan (Y) sebesar 0,342 dengan asumsi variabel tidak diteliti pada penelitian ini.
- c. Nilai harga (X2) adalah sebesar 0,137 yang berarti bahwa variabel harga (X1) memiliki pengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan (Y). hal ini bermakna bahwa setiap kenaikan 1 satuan variabel

harga (X1) akan mempengaruhi loyalitas pelanggan (Y) sebesar 0,137 dengan asumsi variabel lain tidak diteliti pada penelitian ini.

- d. Nilai variasi menu X3 adalah sebesar 0,290 yang berarti bahwa variabel variasi menu (X3) memiliki pengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan (Y). hal ini bermakna bahwa setiap kenaikan 1 satuan variabel variasi menu (X3) akan mempengaruhi loyalitas pelanggan (Y) sebesar 0,290 dengan asumsi variabel lain tidak diteliti pada penelitian ini.

E. Uji Determinasi (Uji R^2)

Koefisien determinasi yang sering disimbolkan dengan r^2 pada prinsipnya melihat besar pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat. Bila angka koefisien determinasi dalam model regresi terus menjadi kecil atau semakin dekat dengan nol berarti semakin kecil pengaruh semua variabel bebas terhadap variabel terikat atau nilai semakin mendekati 100% berarti semakin besar pengaruh semua variabel bebas terhadap variabel terikat.

Adapun rumus Koefisien determinasi sebagai berikut: (Sahir, 2021, hlm. 54)

$$KP = r^2 \times 100\%$$

Keterangan:

KP = Nilai koefisien determinasi

r^2 = Nilai koefisien korelasi

Tabel 4.14 Hasil Uji Determinasi

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.512 ^a	.262	.238	2,681
a. Predictors: (Constant), Variasi Menu, Harga, Lokasi				

Sumber: SPSS 22, data diolah 2023

Berdasarkan dari tabel di atas dapat di ketahui koefisien determinasi (R Square) yang diperoleh adalah sebesar 0,262. Hal ini menunjukkan bahwa variabel lokasi (X1), variabel harga (X2) dan variabel variasi menu (X3) mempunyai kontribusi sebesar 26,2% terhadap loyalitas pelanggan (Y) dan sisanya 73,8% dipengaruhi oleh variabel yang tidak diteliti.

F. Uji Hipotesis

1. Uji T (Parsial)

Uji parsial atau uji t merupakan pengujian kepada koefisien regresi secara parsial, untuk mengetahui signifikansi secara parsial atau masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikat, dengan nilai sig. < 0,05. Hipotesis yang digunakan dalam pengujian ini adalah:

H_0 : t hitung \leq t tabel maka tidak terdapat pengaruh antara variabel dependent terhadap variabel independent.

H_1 : t hitung $>$ t tabel maka terdapat pengaruh antara variabel dependent terhadap variabel independent. (Sahir, 2021, hlm. 53)

$$T \text{ tabel} = t (a/2; n-k-1)$$

$$= t(0,05/2;96-3-1)$$

$$= t(0,025;92)$$

$$= 1,989$$

Tabel 4.15 Hasil Uji T (Parsial)

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	5,571	3,300		1,688	,095
	Lokasi	,342	,098	,363	3,482	,001
	Harga	,137	,122	,117	1,125	,264
	Variasi Menu	,290	,143	,187	2,022	,046
a. Dependent Variable: Loyalitas Pelanggan						

Sumber: SPSS 22, data diolah 2023

Berdasarkan tabel di atas maka dapat diuraikan sebagai berikut:

- a. Dapat dilihat bahwa nilai dari sig. untuk uji variabel lokasi (X1) terhadap variabel loyalitas pelanggan (Y) bernilai $0,001 < 0,05$ dan nilai Thitung $3,482 > T_{tabel} 1,989$ yang artinya secara parsial terdapat pengaruh lokasi (X1) terhadap loyalitas pelanggan (Y). Maka H_0 ditolak dan H_1 diterima.
- b. Dapat dilihat bahwa nilai dari sig. untuk uji variabel harga (X2) terhadap variabel loyalitas pelanggan (Y) bernilai $0,264 > 0,05$ dan nilai Thitung $1,125 < T_{tabel} 1,989$ yang artinya secara parsial tidak terdapat pengaruh harga (X2) terhadap loyalitas pelanggan (Y). Maka H_1 ditolak dan H_0 diterima.
- c. Dapat dilihat bahwa nilai sig. untuk uji variabel variasi menu (X3) terhadap variabel loyalitas pelanggan (Y) bernilai $0,046 < 0,05$ dan

nilai $T_{hitung} 2,022 > T_{tabel} 1,989$ yang artinya secara parsial terdapat pengaruh variasi menu (X3) terhadap loyalitas pelanggan (Y). Maka H_0 ditolak dan H_1 diterima.

2. Uji F (Simultan)

Uji F ini dipakai untuk mengenali terdapat tidaknya pengaruh dengan cara bersama-sama (simultan) variabel bebas terhadap variabel terikat. Hipotesis yang digunakan dalam pengujian ini adalah: (Sahir, 2021, hlm. 53)

Hipotesis yang digunakan dalam pengujian ini adalah:

H_0 : Variabel-variabel bebas tidak mempunyai pengaruh yang signifikan secara bersama-sama terhadap variabel terikatnya.

H_1 : Variabel-variabel bebas mempunyai pengaruh yang signifikan secara Bersama-sama terhadap variabel terikatnya.

rumus untuk Uji F:

$$F = \frac{\frac{R^2}{k}}{(1 - R^2)(n - k - 1)}$$

Keterangan:

R = Koefisien korelasi ganda

k = Jumlah variabel Independen

n = Jumlah anggota sampel

Jika $f_{hitung} < f_{tabel}$ maka H_0 diterima (H_1 ditolak) dan jika $f_{hitung} > f_{tabel}$ maka H_0 ditolak (H_1 diterima).

$$\begin{aligned} F_{tabel} &= F(k;n-k) \\ &= F(3;93) \\ &= 2.70 \end{aligned}$$

Tabel 4.16 Hasil Uji F (Simultan)

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	234,283	3	78,094	10,869	.000 ^b
	Residual	661,051	92	7,185		
	Total	895,333	95			
a. Dependent Variable: Loyalitas Pelanggan						
b. Predictors: (Constant), Variasi Menu, Harga, Lokasi						

Sumber: SPSS 22, data diolah 2023

Berdasarkan pengujian pada tabel di atas dapat di lihat bahwa nilai sig. $0,000 < 0,05$ yang artinya terdapat pengaruh secara bersama-sama, selain itu untuk dapat mengetahui pengaruhnya dengan meilihat nilai Fhitung sebesar 10,869 dan F tabel 2,70 yang berarti $F_{hitung} > F_{tabel}$, maka dapat disimpulkan bahwa ketiga variabel independen secara bersama-sama berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan. Maka H_0 ditolak dan H_1 diterima.

G. Analisis data

1. Pengaruh Lokasi Terhadap Loyalitas Pelanggan

Hasil pengujian hipotesis pertama terdapat dalam tabel 4.14 menunjukkan taraf sig. sebesar $0,001 < 0,05$ dan nilai $T_{hitung} 3,482 > T_{tabel} 1,989$ yang artinya secara parsial terdapat pengaruh lokasi (X_1) terhadap loyalitas pelanggan (Y). Maka H_0 ditolak dan H_1 diterima.

Berdasarkan teori yang dikemukakan oleh (Pratama, Susanti dan Purwaningrat, 2021, hlm. 1396), bahwa lokasi menjadi faktor dalam memberikan kepuasan kepada pelanggan, lokasi dijadikan tempat untuk kegiatan suatu perusahaan membuat produk atau menjual produk dan tersedia

bagi pasar sasaran. Lokasi juga berhubungan dengan bagaimana cara penyampaian kepada para pelanggan dan dengan lokasi yang strategis akan memberikan kepuasan kepada para pelanggan.

Dengan hal ini maka dapat menjadikan pelanggan loyal sehingga terciptanya loyalitas pelanggan. Lokasi usaha haruslah yang baik, sehat, bersih dan nyaman. Harus juga dihindarkan untuk melengkapi tempat usaha yang diharamkan untuk menarik pembeli. Islam yaitu agama yang mengatur semua aspek di muka bumi dan bagaimana manusia melindungi dan menjaga lingkungan, serta tidak mencoba untuk merusaknya. (Syahputra, 2017, hlm. 7)

Penelitian ini diperkuat dengan penelian Muhammad Zulfikar Ariandi (2018) dengan judul “Pengaruh Lokasi dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Restoran Garuda Medan” yang menunjukkan bahwa variabel lokasi secara parsial berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada Restoran Garuda Medan.

2. Pengaruh Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan

Hasil pengujian hipotesis kedua terdapat dalam tabel 4.14 menunjukkan taraf sig. bernilai $0,264 > 0,05$ dan nilai $T_{hitung} 1,125 < T_{tabel} 1,989$ yang artinya secara parsial tidak terdapat pengaruh harga (X_2) terhadap loyalitas pelanggan (Y). Maka H_1 ditolak dan H_0 diterima.

Berdasarkan teori yang dikemukakan (Novitawati, Mahfud dan Sasongko. 2019, hlm. 135), bahwa pada umumnya harga dijadikan salah satu penentu usaha sebagai tolak ukur bagi pelanggan untuk melakukan pembelian atau mengabaikan. Akan tetapi harga itu tergantung kepada masing-masing

orang, harga tidak akan menjadi masalah karena kesukaan terhadap produk tersebut.

Harga merupakan sesuatu kesepakatan mengenai transaksi jual beli barang atau jasa di mana kesepakatan tersebut diridhai oleh kedua belah pihak. Harga tersebut haruslah direlakan oleh kedua belah pihak dalam akad, baik lebih sedikit, lebih besar, atau sama dengan nilai barang/jasa yang ditawarkan oleh pihak penjual kepada pihak pembeli. (Ishak, 2017, hlm. 42)

Hukum permintaan yaitu jika harga naik maka jumlah barang atau jasa yang diminta turun, dan sebaliknya jika harga turun maka jumlah barang atau jasa yang diminta akan naik. Berdasarkan hukum permintaan tersebut maka penelitian ini tidak sesuai dengan hukum permintaan. (Venny dan Asriati, 2022, hlm. 186)

Penelitian ini diperkuat dengan penelitian Maulida Adinda Pramesti dan Uswatun Chasanah (2021) dengan judul “Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Mediasi” yang menunjukkan bahwa variabel harga tidak berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan Pondok Bakaran Giwangan.

3. Pengaruh Variasi Menu Terhadap Loyalitas Pelanggan

Hasil pengujian hipotesis kedua terdapat dalam tabel 4.14 menunjukkan taraf sig. bernilai $0,046 < 0,05$ dan nilai $T_{hitung} 2,022 > T_{tabel} 1,989$ yang artinya secara parsial terdapat pengaruh variasi menu (X3) terhadap loyalitas pelanggan (Y). Maka H_0 ditolak dan H_1 diterima.

Berdasarkan teori yang dikemukakan (Anugerah, Tanuwijaya dan Manggabarani, 2022, hlm. 29-34) tingkat kepuasan meningkat dengan

banyaknya variasi produk atau makanan, dalam perencanaan menu perlu adanya penyusunan menu yang beragam seperti bahan dalam makanan sebuah produk dan teknik pengolahan yang bervariasi, sehingga konsumen merasa puas dengan kepuasan tersebut melalui variasi menu dapat mempengaruhi loyalitas pelanggan. (Anugerah, Tanuwijaya dan Manggabarani, 2022, hlm. 29-34)

Penelitian ini diperkuat dengan penelitian Arline Puspitasari (2020) dengan judul "Pengaruh Variasi Menu, Cita Rasa dan Lokasi Penjualan Terhadap Loyalitas Konsumen (Studi pada Kedai Kopi Yo, Jakarta Timur)" yang menunjukkan bahwa variabel variasi menu secara parsial berpengaruh signifikan terhadap loyalitas konsumen pada Kedai Kopi Yo, Jakarta Timur.

4. Pengaruh Lokasi, Harga, dan Variasi Menu Terhadap Loyalitas

Pelanggan

Berdasarkan analisis data yang telah dilakukan, variabel lokasi, harga dan variasi menu secara bersama sama berpengaruh secara simultan terhadap loyalitas pelanggan yang dibuktikan dengan nilai sig. $0,000 < 0,05$ yang artinya terdapat pengaruh secara bersama-sama, selain itu untuk dapat mengetahui pengaruhnya dengan melihat nilai Fhitung sebesar 10,869 dan Ftabel 2,70 yang berarti $F_{hitung} > F_{tabel}$, maka dapat disimpulkan bahwa ketiga variabel independent secara bersama-sama berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan. Maka H_0 ditolak dan H_1 diterima.

Dari hasil pengolahan data melalui koefisien determinasi diperoleh nilai sebesar 0,262. Hal ini menunjukkan bahwa variabel lokasi (X1), variabel harga (X2) dan variabel variasi menu (X3) mempunyai kontribusi sebesar

26,2% terhadap loyalitas pelanggan (Y) dan sisanya 73,8% dipengaruhi oleh variabel yang tidak diteliti. Hal tersebut dapat dikatakan bahwa pengaruh antara variabel lokasi (X1), harga (X2) dan variasi menu (X3) terhadap loyalitas pelanggan (Y) agak rendah.

Loyalitas pelanggan merupakan kesetiaan pelanggan terhadap produk maupun jasa, loyalitas pelanggan memiliki peran dalam keberlangsungan usaha. Kepuasan yang didapat pelanggan akan menciptakan kesetiaan terhadap produk atau jasa, maka pelanggan akan membeli kembali produk atau menggunakan jasa kembali. Dengan kesetiaan pelanggan itu menjadi bukti bahwasanya usaha tersebut terpercaya. Loyalitas dalam muamalah tidak hanya memperhatikan siapa saja yang memberi keuntungan bagi kita, akan tetapi harus memperhatikan perkara-perkara syar'i yang telah dituntun oleh agama islam. (Mashuri, 2020, hlm. 55)

Pada penelitian ini lokasi, harga dan variasi menu berpengaruh secara bersama-sama berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan. Melalui lokasi menjadi faktor dalam memberikan kepuasan kepada pelanggan, dengan letak lokasi yang strategis untuk memudahkan pelanggan. Harga juga dapat mempengaruhi pelanggan dalam melakukan tindakan memutuskan untuk membeli atau tidak terhadap sebuah produk. Jika harga produk sesuai dengan kualitas yang diberikan maka loyalitas pelanggan semakin tinggi. Variasi menu melalui bermacam macam rasa dari brownies memberikan kepuasan terhadap produk tersebut sehingga menjadikan pelanggan kembali membeli produk tersebut.