

PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, PELAYANAN DAN LOKASI TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN

(STUDI PADA RUMAH MAKAN BEBEK GORENG H. SLAMET
SOEKARNO HATTA KOTA MALANG)

Dita Ayu Puspitasari, Sri Nuringwahyu, Daris Zunaida

Jurusan Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Administrasi, Universitas Islam
Malang, Jl. MT Haryono 193 Malang, 65144, Indonesia
LPPM Unisma Jl. MT Haryono 193 Malang, 65144, Indonesia
E-mail: ditap3107@gmail.com

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel kualitas produk, harga, pelayanan dan lokasi terhadap loyalitas pelanggan baik secara parsial dan simultan serta mengetahui variabel mana yang berpengaruh dominan. Metode yang digunakan adalah asosiatif dengan pendekatan kuantitatif. Analisis data dilakukan dengan uji normalitas, analisis koefisien korelasi, analisis regresi linier berganda, uji t, uji F dan koefisien determinasi dengan bantuan program analisis data SPSS 20. Hasil penelitian ini yaitu variabel kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan dengan hasil $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($2,334 > 1,985$) dengan taraf signifikan ($0,022 < 0,05$). Variabel harga tidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan dengan hasil $t_{hitung} < t_{tabel}$ ($1,270 < 1,985$) dengan taraf signifikan ($0,207 > 0,05$). Variabel pelayanan tidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan dengan hasil $t_{hitung} < t_{tabel}$ ($0,923 < 1,985$) dengan taraf signifikan ($0,358 > 0,05$). Variabel lokasi tidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan dengan hasil $t_{hitung} < t_{tabel}$ ($0,400 < 1,985$) dengan taraf signifikan ($0,69 > 0,05$). Variabel kualitas produk, harga, pelayanan dan lokasi secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan dengan hasil $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($4,135 > 2,47$) dengan taraf signifikan ($0,004 < 0,05$). Variabel yang berpengaruh dominan terhadap loyalitas pelanggan adalah variabel kualitas produk dengan nilai Beta terbesar senilai 0,253 dengan taraf signifikan 0,022. Nilai koefisien determinasi yang disesuaikan oleh R Square sebesar 0,112 sama dengan 11,2%, maka nilai tersebut menunjukkan bahwa variabel kualitas produk, harga, pelayanan dan lokasi berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan sebesar 11,2%.

Kata Kunci : Kualitas Produk, Harga, Pelayanan, Lokasi, Loyalitas Pelanggan.

ABSTRACT

The purpose of this study is to determine how much influence the variable quality of product, price, service and location to customer loyalty both partially and simultaneously and know which variables have dominant effect. The method used is associative with quantitative approach. Data analysis was done by normality test, correlation coefficient analysis, multiple linear regression analysis, t test, F test and coefficient of determination with the help of SPSS data analysis program 20. The result of this research is variable of product quality significantly customer loyalty with t count $>$ t table ($2,334 > 1,985$) with significant level ($0,022 < 0,05$). Price variable has no significant effect on customer loyalty with t count $<$ t table ($1,270 < 1,985$) with significant level ($0,207 > 0,05$). Service variables do not significantly influence customer loyalty with t count $<$ t table ($0,923 < 1,985$) with significant level ($0,358 > 0,05$). Location variable has no significant effect on customer loyalty with t count $<$ t table ($0,400 < 1,985$) with significant level ($0,69 > 0,05$). Product quality, price, service and location variables significantly influence customer loyalty with F count $>$ F table ($4,135 > 2,47$) with significant level ($0,004 < 0,05$). The variable that has dominant influence to customer loyalty is variable of product quality with biggest Beta value equal to 0,253 with significant level 0,022. The value of determination coefficient adjusted by R Square equal to 0,112 equal to 11,2%, hence value indicate that variable of product quality, price, service and location influence to customer loyalty equal to 11,2%.

Keywords: Product Quality, Price, Service, Location, Customer Loyalty.

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Persaingan bisnis di era sekarang semakin ketat antar perusahaan yang membuat para pelaku bisnis berlomba-lomba dan bersaing merebut pangsa pasar seluas mungkin untuk memenangkan persaingan bisnis. Bagi perusahaan yang ingin berkembang dan mendapatkan keunggulan kompetitif hendaknya dapat memberikan produk berupa barang atau jasa yang berkualitas, harga yang terjangkau, pelayanan yang terbaik serta lokasi yang strategis.

Awalnya orang makan hanya untuk memenuhi kebutuhan dasar yaitu terbebas dari rasa lapar, akan tetapi di era sekarang ini kebutuhan makan tidak hanya untuk membebaskan diri dari rasa lapar akan tetapi juga untuk memenuhi selera, cita rasa, dan kenyamanan.

Salah satu cara membuat suatu rumah makan terlihat menarik, yaitu pada produk atau jenis makanannya yang ditawarkan harus mempunyai kelebihan serta perbedaan pada rasa, beragam menu, serta cara penyajian dari makanan. Tempat yang strategis juga merupakan salah satu kelebihan yang sangat berpengaruh terhadap minat beli. Harga yang terjangkau turut membantu laris manisnya suatu rumah makan dan pelayanan yang baik dapat mempengaruhi suatu loyalitas pelanggan terhadap rumah makan tersebut.

Pola perilaku konsumen yang semakin modern telah mengubah pola pikir tradisional dalam bidang bisnis *food service* yang sebelumnya hanya menyediakan menu hidangan (makanan dan minuman) saja berubah menjadi sebuah konsep pemikiran yang modern yang menawarkan sebuah bentuk gaya hidup yang lebih modern untuk para konsumennya. Suasana yang nyaman, didukung oleh desain interior yang unik, beserta fasilitas tambahan seperti hiburan musik, *wifi*, permainan dll menjadikan daya tarik para pembeli yang akhirnya berubah menjadi lebih loyal.

Menu makanan olahan bebek, terutama bebek goreng dan bebek bakar, kini menjadi salah satu kuliner yang banyak dicari di Kota Malang. Selain lezat, daging bebek juga mengandung beberapa nutrisi yang dibutuhkan tubuh seperti protein, lemak, kalsium, fosfor dan zat besi.

Tabel 1.

Data Cabang Rumah Makan Bebek Goreng H. Slamet Kota Malang

No.	Alamat
1	Jl. Welirang No. 24 Malang
2	Jl. Ciliwung, Blimbing, Malang 65126
3	Jl Soekarno. Hatta Blok D No. 407, Lowokwaru, Malang 65142
4	Jl. Merapi, Klojen, Malang 65119

Sumber : <https://teamtouring.net/bebek-goreng-h-slamet-di-malang.html>

Pemilihan lokasi rumah makan Bebek Goreng H. Slamet cabang Soekarno Hatta dipilih oleh penulis sebagai objek penelitian. Penulis telah melakukan observasi beberapa kali terhadap rumah makan Bebek Goreng H. Slamet cabang Soekarno Hatta. Penulis juga menjadikan dirinya sebagai pelanggan, dari observasi yang dilakukan peneliti terlihat bahwa pelanggan yang datang tidak hanya seorang pekerja atau karyawan melainkan juga banyak mahasiswa yang datang untuk membeli. Dikarenakan letak rumah makan ini berdekatan dengan kampus-kampus ternama di Kota Malang menjadikan banyak para mahasiswa yang menjadikan dirinya sebagai pelanggan di rumah makan Bebek Goreng H. Slamet cabang Soekarno Hatta. Peneliti mengambil objek penelitian di cabang Soekarno Hatta dikarenakan daerah ini cenderung ramai dibandingkan dengan cabang yang lain.

Membangun suatu usaha maupun bisnis rumah makan tidak selamanya berjalan dengan lancar. Adakalanya timbul suatu permasalahan baik itu internal maupun eksternal. Fasilitas penunjang seperti lahan parkir yang terlalu sempit membuat pelanggan kesulitan untuk parkir kendaraannya. Dari segi pelayanan yang ada di rumah makan Bebek Goreng H. Slamet terkadang pramusaji melakukan kesalahan seperti menyajikan makanan kepada pelanggan yang tidak sesuai dengan pesanan dari pelanggan. Persaingan bisnis kuliner, seperti rumah makan tidak hanya bergantung pada produk dan fasilitas penunjang. Bisnis rumah makan juga harus mengutamakan harga dan pelayanan sebagai faktor penentu keberhasilan dan kualitas perusahaan. Kemampuan perusahaan dalam menentukan harga yang sesuai dan pelayanan yang berkualitas kepada pelanggan serta sebagai strategi untuk bertahan dan mencapai kesuksesan dalam persaingan.

Sejauh mana pengaruh kualitas produk, harga, pelayanan dan lokasi yang diberikan oleh Rumah Makan Bebek Goreng H. Slamet terhadap loyalitas pelanggan merupakan hal yang menarik untuk dikaji lebih lanjut. Selama ini belum ada penelitian yang mengukur efektifitas dari kualitas produk, harga, pelayanan dan lokasi dari Rumah Makan Bebek Goreng H. Slamet di Kota Malang.

Berdasarkan uraian yang telah dijelaskan tersebut, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Pelayanan dan Lokasi Terhadap Loyalitas Pelanggan” (Studi Pada Rumah Makan Bebek Goreng H. Slamet Kota Malang)**.

Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan yang ingin dicapai dari penelitian ini adalah untuk:

1. Mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan.
2. Mengetahui pengaruh harga terhadap loyalitas pelanggan.
3. Mengetahui pengaruh pelayanan terhadap loyalitas pelanggan.
4. Mengetahui pengaruh lokasi terhadap loyalitas pelanggan.
5. Mengetahui pengaruh kualitas produk, harga, pelayanan dan lokasi secara simultan terhadap loyalitas pelanggan.
6. Mengetahui variabel dominan yang mempengaruhi loyalitas pelanggan.

TINJAUAN PUSTAKA

Pemasaran

Menurut Kotler dan Armstrong, “Pemasaran sebagai proses sosial dan manajerial dimana individu dan kelompok memperoleh apa yang mereka butuhkan dan inginkan melalui penciptaan dan pertukaran produk serta nilai dengan pihak lain”.

Kualitas Produk

Menurut Kotler dan Armstrong, Kualitas produk berarti kualitas kinerja – yaitu kemampuan produk untuk melakukan fungsi-fungsinya.

Harga

Menurut Kotler “Harga merupakan satu-satunya elemen bauran pemasaran yang menghasilkan pendapatan; elemen-elemen lainnya menimbulkan biaya”.

Pelayanan

“Pelayanan adalah suatu aktivitas atau serangkaian aktivitas yang bersifat tidak kasat mata yang terjadi sebagai akibat adanya interaksi antara konsumen dengan karyawan atau hal-hal lain yang disediakan oleh perusahaan pemberian pelayanan yang dimaksudkan untuk memecahkan permasalahan konsumen atau pelanggan” (Daryanto dan Setyabudi).

Lokasi

Menurut Lupiyoadi, “Lokasi adalah keputusan yang dibuat perusahaan berkaitan dengan di mana operasi dan stafnya akan ditempatkan”.

Loyalitas Pelanggan

Menurut Griffin, loyalitas adalah seorang konsumen dikatakan setia atau loyal apabila konsumen menunjukkan perilaku pembelian secara teratur atau terdapat suatu kondisi dimana mewajibkan konsumen membeli paling sedikit dua kali dalam selang waktu tertentu.

Hubungan Kualitas Produk terhadap Loyalitas Pelanggan

Konsumen yang dikatakan loyal adalah konsumen yang berulang kali membeli produk tersebut bukan karena adanya penawaran khusus, tetapi karena konsumen percaya terhadap produk tersebut memiliki kualitas yang sama pada produknya (Joko Riyadi). Produk dengan kualitas yang baik serta mempunyai karakteristik yang sesuai dengan fungsi-fungsinya akan membuat konsumen puas jika membelinya. Konsumen yang puas biasanya perlahan akan melakukan pembelian ulang. Didorong dari rasa ingin membeli kembali, akan menjadikan konsumen tersebut dapat berubah menjadi lebih loyal. Kualitas produk yang baik secara langsung akan mempengaruhi tingkat kepuasan konsumen. Tingkat kepuasan konsumen yang berlangsung secara terus menerus akan mengakibatkan konsumen setia membeli produk tersebut. Kesetiaan membeli inilah yang menjadikan konsumen tersebut loyal.

Hubungan Harga terhadap Loyalitas Pelanggan

Menurut Kotler, harga adalah sejumlah uang yang dibebankan pada suatu produk tertentu. Harga yang dibayarkan sesuai dengan kualitas yang dirasakan pelanggan akan merasa puas, dan sebaliknya pelanggan akan merasa kecewa jika harga yang dibayarkan tidak sesuai dengan kualitas yang dirasakan. Menciptakan

kepuasan pelanggan tidaklah mudah, perusahaan harus bersaing dengan perusahaan lain untuk mendapatkan pelanggan yang benar-benar loyal. Produk yang dibeli haruslah sesuai dengan harga yang telah dibayarkan. Harga yang dibayarkan sudah sesuai dengan produk yang telah didapatkan akan membuat pelanggan merasa puas. Rasa puas yang berkelanjutan membuat para pelanggan akan setia terhadap produk tersebut. Kesetiaan dari pelanggan haruslah dipertahankan dengan tidak menaikkan harga yang sangat tinggi dan mengurangi komposisi yang telah ditetapkan sebelumnya.

Hubungan Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan

Menurut Nina Rahmayanty, membina hubungan dan mempertahankan pelanggan yang sudah lama dengan memberikan pelayanan yang sangat baik dan konsisten, bila mereka puas ada kemungkinan menunjukkan loyalitas dengan memberi tahu dan memberikan informasi kepada orang lain atau teman dekatnya dan tingkat kepercayaan melalui testimoni (ucapan seseorang) lebih tinggi dan efektif selain biaya yang dikeluarkan lebih rendah. Pelayanan yang diterima dan dirasakan sesuai dengan harapan pelanggan maka kualitas pelayanan tersebut dianggap baik. Baik dan buruknya kualitas pelayanan dilihat dari sudut pandang pelanggan. Perusahaan harus mampu memaksimalkan kualitas pelayanan agar dapat meningkatkan kepuasan pelanggan guna menciptakan loyalitas pelanggan. Pramuniaga yang handal, sopan dan ramah akan membuat pelanggan merasa lebih loyal terhadap produk yang akan dibeli, sebaliknya apabila pramuniaga tersebut melayani dengan kurang ramah akan membuat pelanggan enggan untuk membeli produk tersebut.

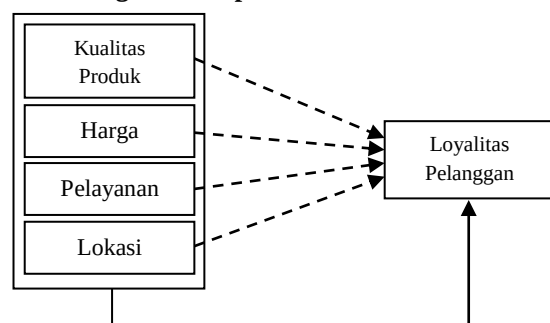
Hubungan Lokasi terhadap Loyalitas Pelanggan

Toko dengan *display* produk yang ramah pelanggan, musik yang indah serta meja dan kursi (tempat/lokasi) santai, langsung memikat para konsumen yang dengan segera menjadikan kunjungan ke tempat tersebut hingga menjadi rutinitas bagi para pelanggan (Jill Griffin). Letak rumah makan yang strategis, pemilihan letak yang sesuai dengan jarak pandang normal, penataan lokasi yang sesuai serta menetapkan lokasi yang membuat pelanggan merasa nyaman dan aman menjadikan para pelanggan semakin loyal terhadap apa yang ingin dibeli.

Hubungan Kualitas Produk, Harga, Pelayanan dan Lokasi terhadap Loyalitas Pelanggan

Swastha dan Handoko (Joko Riyadi), menyebutkan lima faktor utama yang mempengaruhi loyalitas konsumen diantaranya yaitu kualitas produk, kualitas pelayanan, emosional, harga dan biaya. Menurut Jill Griffin, toko dengan aneka ragam menu, harga premium, *display* produk yang ramah pelanggan, musik yang indah serta meja dan kursi (tempat/lokasi) santai, langsung memikat para konsumen yang dengan segera menjadikan kunjungan ke tempat tersebut hingga menjadi rutinitas bagi para pelanggan. Kualitas produk yang sesuai dengan harapan para pelanggan, harga yang terjangkau, harga yang dapat memberikan manfaat bagi konsumen, pelayanan oleh karyawan yang ramah, sopan dan handal serta lokasi yang strategis aman dan nyaman membuat pelanggan akan merasa puas. Rasa puas akan terus menerus tumbuh menjadikan pelanggan tersebut setia dan loyal. Dengan kata lain bahwa kualitas produk, harga, pelayanan dan lokasi mempunyai pengaruh yang besar terhadap loyalitas pelanggan.

Kerangka Konseptual



Keterangan :

-----> Parsial
 -----> Simultan

Hipotesis

Berdasarkan identifikasi masalah, maka dalam penelitian ini kualitas produk, harga, pelayanan dan lokasi sebagai variabel bebas (variabel X) dan loyalitas pelanggan sebagai variabel terikat (variabel Y). Setelah variabel-variabel ditentukan, maka perumusan Ho dan Ha dapat di tulis sebagai berikut:

1. Ho : Kualitas produk tidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan.

- Ha : Kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan.
2. Ho : Harga tidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan.
Ha : Harga berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan.
3. Ho : Pelayanan tidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan.
Ha : Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan.
4. Ho : Lokasi tidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan.

Model	Unstandardized Coefficients		tandardized Coefficients		ig.
		td. Error	eta		
(Constant)	,219	,557		,425	158
KUALITAS_PRODUK	197	084	253	,334	022
HARGA	158	124	129	,270	207
PELAYANAN	049	053	102	923	358
LOKASI	033	083	041	400	690

- Ha : Lokasi berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan.
5. Ho : Kualitas produk, harga, pelayanan dan lokasi tidak berpengaruh signifikan secara simultan terhadap loyalitas pelanggan.
Ha : Kualitas produk, harga, pelayanan dan lokasi berpengaruh signifikan secara simultan terhadap loyalitas pelanggan.

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif asosiatif yang merupakan metode dengan memperoleh data yang berbentuk angka. Variabel yang diteliti adalah kualitas produk, harga, pelayanan, lokasi dan loyalitas pelanggan. Sampel yang diambil dalam penelitian ini sebanyak 100 orang responden yang merupakan pelanggan Bebek Goreng H. Slamet Soekarno Hatta Kota Malang. Teknik sampling yang digunakan adalah aksidental sampling. Data dikumpulkan dengan menggunakan kuesioner yang kemudian dianalisis dengan Analisis Regresi Linear Berganda. Hasil uji validitas dan

reliabilitas menunjukkan bahwa data yang diperoleh adalah valid dan reliabel, sehingga data yang diperoleh pada penelitian ini adalah layak untuk diuji. Nilai koefisien korelasi tertinggi pada masing-masing item untuk variabel kualitas produk (X1) adalah 0,755 dan nilai terendah adalah sebesar 0,695. Nilai koefisien korelasi tertinggi pada masing-masing item untuk variabel harga (X2) adalah 0,926 dan nilai terendah adalah sebesar 0,878. Nilai koefisien korelasi tertinggi pada masing-masing item untuk variabel pelayanan (X3) adalah sebesar 0,886 dan nilai terendah adalah sebesar 0,735. Nilai koefisien korelasi tertinggi pada masing-masing item untuk variabel lokasi (X4) adalah 0,803 dan nilai terendah adalah sebesar 0,732. Nilai koefisien korelasi tertinggi pada masing-masing item untuk variabel loyalitas pelanggan (Y) adalah sebesar 0,926 dan nilai terendah adalah sebesar 0,887. Semua hasil uji validitas menunjukkan angka $\alpha > 0,1966$ sehingga dinyatakan valid. Reliabilitas diketahui pada variabel X1 = 0,696; X2 = 0,762; X3 = 0,880; X4 = 0,602; Y = 0,775. Semua hasil uji reliabilitas menunjukkan angka $> 0,6$ sehingga dinyatakan reliabel.

PEMBAHASAN PENELITIAN

Tabel 2
Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

a. Dependent Variable:
Loyalitas_Pelanggan

Penelitian ini menunjukkan terdapat 43 orang responden laki-laki dan 57 orang responden perempuan. Karakteristik responden berdasarkan umur yang paling dominan adalah responden yang berumur sekitar 21-30. Karakteristik responden berdasarkan profesi yang paling dominan adalah responden yang berprofesi sebagai mahasiswa/pelajar, sisanya adalah para PNS, karyawan swasta, wiraswasta dan tidak bekerja. Karakteristik responden yang dominan menjadi pelanggan Bebek Goreng H. Slamet Soekarno Hatta adalah responden yang mengetahui dari melihat lokasi secara langsung. Karakteristik responden yang paling dominan menjadi pelanggan Bebek Goreng H. Slamet Soekarno Hatta adalah yang mengunjungi sebanyak >4 kali dalam setahun.

Dari hasil tersebut persamaan regresi yang diperoleh adalah sebagai berikut:

$$Y = 2,219 + 0,197(X1) + 0,158(X2) + 0,049(X3) + 0,033(X4) + e$$

Keterangan:

- Y = Loyalitas Pelanggan
 X1 = Kualitas Produk
 X2 = Harga
 X3 = Pelayanan
 X4 = Lokasi
 Y = Variabel terikat yang nilainya akan diprediksi oleh variabel bebas. Dalam penelitian ini yang menjadi variabel terikat adalah loyalitas pelanggan yang nilainya diprediksi oleh variabel kualitas produk, harga, pelayanan dan lokasi.
 a = 2,219 merupakan nilai konstanta, yaitu estimasi dari loyalitas pelanggan, jika variabel bebas yang terdiri variabel kualitas produk, harga, pelayanan dan lokasi sama dengan 0, maka loyalitas pelanggan yaitu sebesar 2,219.
 X1 = 0,197 merupakan besarnya kontribusi variabel kualitas produk mempengaruhi loyalitas pelanggan. Jika ada penambahan variabel kualitas produk sebesar satu satuan maka akan meningkatkan loyalitas pelanggan sebesar 0,197
 X2 = 0,158 merupakan besarnya kontribusi variabel harga mempengaruhi loyalitas pelanggan. Jika ada penambahan variabel harga sebesar satu satuan maka akan meningkatkan variabel loyalitas pelanggan sebesar 0,158.
 X3 = 0,049 merupakan besarnya kontribusi variabel pelayanan mempengaruhi loyalitas pelanggan. Jika ada penambahan variabel pelayanan sebesar satu satuan maka akan meningkatkan variabel loyalitas pelanggan sebesar 0,049.
 X4 = 0,033 merupakan besarnya kontribusi variabel lokasi mempengaruhi loyalitas pelanggan. Jika ada penambahan variabel lokasi sebesar satu satuan maka akan meningkatkan variabel loyalitas pelanggan sebesar 0,033.

Tabel 3
Nilai Koefisien Determinasi

Berdasarkan hasil koefisien korelasi diatas, nilai R menunjukkan angka 0,385. Nilai tersebut berada diantara 0,200 – 0,400 yang berarti berkorelasi lemah. Bahwa kualitas produk, harga, pelayanan dan lokasi secara bersamaan berkorelasi lemah terhadap loyalitas pelanggan. Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui nilai R Square yang telah disesuaikan (*Adjusted R Square*) sebesar 0,112. Nilai sebesar 0,112 menunjukkan sumbangan pengaruh variabel independen (kualitas produk, harga, pelayanan dan lokasi) terhadap variabel

dependen (loyalitas pelanggan). Apabila dipresentasikan nilai R Square yang telah disesuaikan (*Adjusted R Square*) 0,112 sama dengan 11,2% maka nilai tersebut menunjukkan bahwa kualitas produk, harga, pelayanan dan lokasi berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan sebesar 11,2% sedangkan sisanya 88,8% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dibahas dalam penelitian ini.

Pengaruh Kualitas Produk terhadap Loyalitas Pelanggan

Hasil penelitian secara parsial menunjukkan bahwa variabel kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan rumah makan Bebek Goreng H. Slamet Soekarno Hatta Kota Malang. Dibuktikan dengan hasil analisis regresi diperoleh $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($2,334 > 1,985$) dengan taraf signifikan ($0,022 < 0,05$), maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Artinya, secara parsial variabel kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada rumah makan Bebek Goreng H. Slamet Soekarno Hatta. Hasil penelitian ini mendukung penelitian yang dilakukan Christian A.D Selang, dari hasil uji t dilihat bahwa produk $t_{hitung} = 2,303 > t_{tabel} = 1,984$ dan signifikansi $0,023 < 0,05$, maka dapat dikatakan bahwa produk berpengaruh signifikan terhadap loyalitas konsumen pada Fresh Mart Bahu Mall Manado. Hasil penelitian yang telah dilakukan dengan penelitian terdahulu sama-sama memiliki kesamaan dan saling mendukung yaitu variabel kualitas produk, yang menyatakan bahwa variabel kualitas produk memiliki pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Kualitas produk pada kuesioner memiliki nilai yang lebih besar dan kuat. Diakibatkan karena kualitas dari produk makanan yang disajikan oleh rumah makan Bebek Goreng H. Slamet benar-benar memiliki nilai yang maksimal dan dari sekian banyak pelanggan yang membeli makanan di Bebek Goreng H. Slamet memang lebih mengutamakan kualitas dari produk. Semakin

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,385 ^a	,148	,112	1,199

baik kualitas produk yang disajikan dan benar-benar terbukti, maka pelanggan akan semakin setia, semakin loyal, akan melakukan pembelian kembali dan cenderung akan memberikan persepsi yang baik serta positif terhadap produk makanan yang ada di rumah makan Bebek Goreng H. Slamet kepada orang lain.

Pengaruh Harga terhadap Loyalitas Pelanggan

Hasil penelitian secara parsial menunjukkan bahwa variabel harga tidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan rumah makan Bebek Goreng H. Slamet Soekarno Hatta. Dibuktikan dengan hasil analisis regresi diperoleh $t_{hitung} < t_{tabel}$ ($1,270 < 1,985$) dengan taraf signifikan ($0,207 > 0,05$), maka H_0 diterima dan H_a ditolak. Artinya, secara parsial variabel harga tidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada rumah makan Bebek Goreng H. Slamet Soekarno Hatta. Hasil penelitian ini mendukung penelitian yang dilakukan oleh Suwarni dan Mayasari, berdasarkan analisis yang telah dijelaskan diketahui nilai signifikansi variabel harga lebih besar dari nilai signifikansi yang ditentukan yaitu sebesar $0,250 > 0,05$. Maka dapat disimpulkan bahwa H_a ditolak dan H_0 diterima atau dikatakan bahwa harga tidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas studi pada mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Malang pengguna kartu Prabayar IM3. Hasil penelitian yang telah dilakukan dengan penelitian terdahulu sama-sama memiliki kesamaan dan saling mendukung yaitu variabel harga tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Bahwasannya, pelanggan Rumah Makan Bebek Goreng H. Slamet Soekarno Hatta tidak mempermasalahkan mengenai harga yang telah ditetapkan. Meskipun harga yang ditawarkan cukup tinggi pelanggan akan tetap loyal dan kembali membeli makanan yang ada di Bebek Goreng H. Slamet. Dilihat pula dari karakteristik responden berdasarkan profesi bahwasannya meskipun yang mendominasi adalah kalangan mahasiswa tetapi bisa dilihat lebih banyak pekerja yang membeli makanan di Bebek Goreng H. Slamet. Banyaknya responden yang berprofesi sebagai pekerja inilah yang menjadikan para pelanggan dari kalangan pekerja tidak begitu mempermasalahkan mengenai harga yang ditetapkan. Berdasarkan hasil kuesioner di lapangan harga yang ditetapkan oleh rumah makan Bebek Goreng H. Slamet sesuai dengan manfaat yang diperoleh, hal ini dapat dilihat dari banyaknya pelanggan yang menjawab setuju. Harga yang

ditetapkanpun sudah sesuai dengan kualitas produk yang diberikan.

Pengaruh Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan

Hasil penelitian secara parsial menunjukkan bahwa variabel pelayanan tidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan rumah makan Bebek Goreng H. Slamet Soekarno Hatta Kota Malang. Dibuktikan dengan hasil analisis regresi diperoleh $t_{hitung} < t_{tabel}$ ($0,923 < 1,985$) dengan taraf signifikan ($0,358 > 0,05$), maka H_0 diterima dan H_a ditolak. Artinya, secara parsial variabel pelayanan tidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada rumah makan Bebek Goreng H. Slamet Soekarno Hatta. Hasil penelitian ini mendukung penelitian yang dilakukan oleh Normasari, Kumadji dan Kusumawati, menunjukkan bahwa nilai signifikan sebesar $0,651 > 0,05$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak, hipotesisnya menyatakan bahwa pengaruh yang tidak signifikan antara variabel kualitas pelayanan terhadap variabel loyalitas pelanggan Survei pada Tamu Pelanggan yang menginap di Hotel Pelangi Malang. Peningkatan pelayanan yang ditandai dengan semakin baiknya pelayanan yang mampu meningkatkan kepuasan pelanggan secara otomatis membuat pelanggan loyal terhadap pelayanan yang diberikan. Dari segi pelayanan rumah makan Bebek Goreng H. Slamet sudah memberikan pelayanan yang sebaik mungkin hingga membuat pelanggan merasa puas. Dikarenakan dilihat dari jawaban para responden rata-rata menjawab setuju. Bahwasannya pelanggan tidak menghiraukan mengenai pelayanan yang diberikan oleh Rumah Makan Bebek Goreng H. Slamet dikarenakan hal yang lebih diperhatikan oleh pelanggan adalah kualitas produk.

Pengaruh Lokasi terhadap Loyalitas Pelanggan

Hasil penelitian secara parsial menunjukkan bahwa variabel lokasi tidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan rumah makan Bebek Goreng H. Slamet Soekarno Hatta. Dibuktikan dengan hasil analisis regresi diperoleh $t_{hitung} < t_{tabel}$ ($0,400 < 1,985$) dengan taraf signifikan ($0,690 > 0,05$), maka H_0 diterima dan H_a ditolak. Artinya, secara parsial variabel lokasi tidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada rumah makan Bebek Goreng H. Slamet Soekarno Hatta. Hasil penelitian ini mendukung penelitian yang dilakukan oleh Christian A.D Selang, bahwa dari hasil uji t

pada tabel dapat dilihat bahwa lokasi dengan $t_{hitung} = -2.573 > t_{tabel} = 1,984$ dan signifikansi $0,568 < 0,05$, maka dapat disimpulkan bahwa H_a ditolak atau bisa dikatakan bahwa tempat atau lokasi tidak berpengaruh terhadap loyalitas konsumen Fresh Mart Bahu Mall Manado. Lokasi di rumah makan Bebek Goreng H. Slamet sudah strategis yang berada di tengah kota dan untuk mencapai lokasi, aksesnya dapat dijangkau dengan mudah. Namun, dari segi lahan parkir yang kurang luas yang mengakibatkan banyaknya mobil atau kendaraan beroda empat memarkirkan kendaraannya diluar area rumah makan Bebek Goreng H. Slamet. Berdasarkan jawaban dari reponden rata-rata menjawab setuju, jadi dalam penelitian ini pelanggan rumah makan Bebek Goreng H. Slamet tidak memperdulikan mengenai lokasi, pelanggan akan tetap loyal meskipun parkir yang kurang luas.

Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Pelayanan dan Lokasi terhadap Loyalitas Pelanggan

Bahwa kualitas produk, harga, pelayanan dan lokasi berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Ditunjukkan nilai $F_{hitung} 4,135 > 2,47$ dan nilai signifikan $0,004 < 0,05$. Bahwa ada pengaruh signifikan antara kualitas produk, harga, pelayanan dan lokasi terhadap loyalitas pelanggan pada rumah makan Bebek Goreng H. Slamet Soekarno Hatta Kota Malang. Menunjukkan bahwa untuk menaikkan tingkat loyalitas pelanggan pada rumah makan Bebek Goreng H. Slamet, perlu ditingkatnya keempat variabel tersebut didalamnya. Rumah makan Bebek Goreng H. Slamet Soekarno Hatta perlu memperhatikan aspek kualitas produk, harga, pelayanan dan lokasi sehingga meningkatkan kesetiaan para pelanggan dan memicu pelanggan tersebut melakukan pembelian kembali.

Variabel Kualitas Produk Mempunyai Pengaruh Dominan terhadap Loyalitas Pelanggan

Tabel 4.
Hasil Variabel Dominan

No.	Variabel	Beta	Sig.
1.	Kualitas Produk	0,253	0,022
2.	Harga	0,129	0,207
3.	Pelayanan	0,102	0,358
4.	Lokasi	0,041	0,690

Sumber : Data yang diolah 2018

Variabel kualitas produk memiliki nilai Beta tertinggi sebesar 0,253 dibandingkan dengan nilai Beta variabel lain dengan signifikansi $0,022 < 0,05$. Berdasarkan penjelasan diatas dapat disimpulkan bahwa dalam penelitian ini kualitas produk menjadi variabel bebas dengan pengaruh dominan terhadap loyalitas pelanggan. Bahwa kualitas produk yang ada pada rumah makan Bebek Goreng H. Slamet Soekarno Hatta Kota Malang ini dijadikan faktor utama pelanggan dalam melakukan pembelian kembali.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan mengenai pengaruh kualitas produk, harga, pelayanan dan lokasi terhadap loyalitas pelanggan, maka penulis menarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Hasil penelitian secara parsial menunjukkan bahwa variabel kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Hal ini dibuktikan dengan hasil analisis regresi diperoleh nilai $t_{hitung} 2,334 > t_{tabel} 1,985$ dan nilai signifikansi $0,022 < 0,05$. Bahwa kualitas produk dalam hal ini bisa meningkatkan loyalitas pelanggan pada Bebek Goreng H. Slamet, karena semakin baik kualitas produk yang diberikan maka pelanggan akan semakin meningkatkan pembelian ulang.
2. Hasil penelitian secara parsial menunjukkan bahwa variabel harga tidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Hal ini dibuktikan dengan hasil analisis regresi diperoleh nilai $t_{hitung} 1,270 < t_{tabel} 1,985$ dan nilai signifikansi $0,207 > 0,05$. Bahwa harga tidak menjadi faktor penting dalam melakukan pembelian kembali.
3. Hasil penelitian secara parsial menunjukkan bahwa variabel pelayanan tidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Hal ini dibuktikan dengan hasil analisis regresi diperoleh nilai $t_{hitung} 0,923 < t_{tabel} 1,985$ dan nilai signifikansi $0,358 > 0,05$. Bahwa pelayanan tidak menjadi faktor penting dalam melakukan pembelian kembali.
4. Hasil penelitian secara parsial menunjukkan bahwa variabel lokasi tidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Hal ini dibuktikan dengan hasil analisis regresi diperoleh nilai $t_{hitung} 0,400 < t_{tabel} 1,985$ dan nilai signifikansi $0,690 >$

- 0,05. Bahwa lokasi tidak menjadi faktor penting dalam melakukan pembelian kembali.
5. Hasil penelitian secara simultan menunjukkan bahwa variabel kualitas produk, harga, pelayanan dan lokasi berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Hal ini dibuktikan dengan hasil analisis regresi $F_{hitung} 4,135 > F_{tabel} 2,47$ dan nilai signifikansi $0,004 < 0,05$. Bahwa dalam meningkatkan loyalitas dari para pelanggan Bebek Goreng H. Slamet, perlu ditingkatkannya keempat variabel tersebut didalamnya.
 6. Nilai Beta yang dominan adalah variabel kualitas produk. Mempunyai Beta sebesar 0,253 dengan tingkat signifikan $0,022 < 0,05$. Dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa pembeli produk makanan di Bebek Goreng H. Slamet Soekarno Hatta lebih memperhatikan kualitas produk dari pada variabel yang lain seperti harga, pelayanan dan lokasi.

Saran

Berdasarkan hasil penelitian, pembahasan dan kesimpulan yang telah diperoleh, maka saran yang dapat diberikan adalah sebagai berikut:

1. Bagi perusahaan
Lebih memperhatikan kualitas produk yang sudah ada dan lebih banyak menyiapkan *stock* makanan agar pelanggan tetap mendapatkan menu makanan yang diinginkan, memodifikasi produk agar pelanggan lebih tertarik dan menumbuhkan inovasi-inovasi baru.
2. Bagi peneliti selanjutnya
Menggunakan variabel yang lebih banyak dan berbeda dari penelitian ini seperti promosi, kepuasan, *word of mouth*, motivasi, *brand image*, suasana dan lain-lain. Perlunya memperhatikan variabel diluar variabel yang diteliti. Peneliti selanjutnya juga lebih baik mencari faktor-faktor apa saja yang menyebabkan konsumen atau pelanggan loyal.

DAFTAR PUSTAKA

Christian A.D Selang. 2013. “*Bauran Pemasaran (Marketing Mix) Pengaruhnya terhadap Loyalitas Konsumen pada Fresh Mart Bahu Mall Manado*”. Jurnal EMBA 71 Vol.1 No.3. Fakultas Ekonomi Jurusan

Manajemen Universitas Sam Ratulangi Manado

- Daryanto dan Ismanto Setyabudi. 2014. *Konsumen dan Pelayanan Prima*. Gava Media: Yogyakarta.
- Griffin, Jill. 2003. *Customer Loyalty Menumbuhkan dan Mempertahankan Kesetiaan Pelanggan*. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- <https://teamtouring.net/bebek-goreng-h-slamet-di-malang.html>. Diakses pada tanggal 21 Desember 2017
- Kotler, Philip. 2002. *Manajemen Pemasaran Edisi Milenium 2*. Jakart: Prenhallindo.
- Kotler, Philip dan Armstrong, Gary. 2004. *Dasar-Dasar Pemasaran Edisi Sembilan Jilid 1*. Jakarta: PT Indeks Kelompok GRAMEDIA.
- Lupiyoadi, Rambat. 2013. *Manajemen Pemasaran Jasa Berbasis Kompetensi Edisi 3*. Penerbit Salemba Empat: Jakarta.
- Rahmayanty, Nina. 2013. *Manajemen Pelayanan Prima*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Riyadi, Joko. 2004. *Gerbang Pemasaran*. Jakarta: Gramedia.
- Selvy Normasari, Srikandi Kumadji dan Andriyani Kusumawati. 2013. *Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan, Citra Perusahaan dan Loyalitas Pelanggan Survei pada Tamu Pelanggan yang menginap di Hotel Pelangi Malang*. Jurnal Administrasi Bisnis (JAB) | Vol. 6 No. 2, Fakultas Ilmu Administrasi. Universitas Brawijaya. Malang.
- Suwarni dan Septina Dwi Mayasari. 2011. *Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Loyalitas melalui Kepuasan Konsumen*. Jurnal Ekonomi Bisnis TH, No. 1. Fakultas ekonomi Universitas Negeri Malang.