

## PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, KUALITAS PRODUK, DAN HARGA TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PADA COUNTER DAM CELL

Firmansyah Catur Pambudi

*firmantuan@gmail.com*

Anton Eko Yulianto

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya

### ABSTRACT

*The Dam Cell counter is a store that runs pulse sales of all operators, internet data packages, SIM cards, and smartphone accessories. Therefore, this research aimed to analyze the factors that affected the service quality, product quality, and price on the customers' loyalty to the Dam Cell counter. The research was quantitative. Moreover, the data collection technique used non-probability sampling. The sampling technique used purposive sampling. Furthermore, the instrument in the data collection technique was a questionnaire. The questionnaires were distributed to the 98 respondents as the sample. Additionally, the data analysis technique used multiple linear regression with SPSS 25 version. The result showed that service quality had a positive but insignificant effect on customers' loyalty. It happened when the service for customers was not good. As a consequence, they would feel unsatisfied. However, both product quality and price had a positive and significant effect on customers' loyalty. It meant that improving the product quality and maintaining the affordable price based on the product benefits would improve the customers' loyalty.*

**Keywords:** *Service Quality, Product Quality, Price, Customers' Loyalty*

### ABSTRAK

Conter Dam Cell adalah sebuah toko yang bergerak dalam bidang penjualan pulsa semua operator, paket data internet, kartu sim card dan *accessories* smarthphone. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis factor-faktor yang mempengaruhi Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan, Kualitas Produk terhadap Loyalitas Pelanggan dan Harga terhadap Loyalitas Pelanggan pada Conter Dam Cell. Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dan populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah pelanggan Conter Dam Cell. Proses pengambilan sampel menggunakan metode *non probability sampling* dengan jenis teknik *purposive sampling*. Pengumpulan data yang dilakukan dalam penelitian ini melalui penyebaran kuesioner dengan jumlah sampel 98 responden. Teknik analisis data dilakukan dengan menggunakan analisis regresi linier berganda dengan program bantuan SPSS versi 25. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan berpengaruh positif tidak signifikan terhadap loyalitas pelanggan sedangkan kualitas produk dan harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Kualitas pelayanan berpengaruh positif tidak signifikan dimana apabila pelayanan yang diberikan kepada pelanggan kurang baik maka pelanggan akan merasa kurang puas dengan pelayanan yang diberikan. Kualitas produk dan harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan karena dengan menjaga dan meningkatkan kualitas produk serta menjaga harga yang sesuai dengan manfaat produk yang diberikan maka dapat meningkatkan loyalitas pelanggan.

**Kata kunci:** Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, Harga, Loyalitas Pelanggan

### PENDAHULUAN

Sejalan dengan perubahan sosial budaya masyarakat, serta perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi, maka kesadaran masyarakat terhadap unsur-unsur pelayanan dan beberapa faktor pertimbangan lainnya yang diberikan oleh suatu perusahaan juga semakin meningkat. Conter Dam Cell Sidoarjo adalah sebuah toko yang bergerak dalam bidang penjualan pulsa semua operator, paket data internet, kartu sim card dan *accessories smartphone* serta merupakan salah satu bisnis yang mengutamakan pelayanan kepada para pelanggannya. Oleh karena itu Conter Dam Cell harus berorientasi pada kepuasan pelanggan. Karena pelanggan yang

puas merupakan salah satu basis bagi kelangsungan hidup dan perkembangan bisnis Conter itu sendiri. Menciptakan dan mempertahankan pelanggan hanya dapat diwujudkan melalui kualitas sumber daya manusia. Kualitas sebenarnya diarahkan pada satu tujuan, yaitu terciptanya kepuasan pelanggan. Adanya kepuasan pelanggan dapat memberikan beberapa manfaat, diantaranya hubungan antara toko dan pelanggan menjadi harmonis, sehingga pada akhirnya akan tercipta loyalitas pelanggan. (Lovelock dan Wright, 2012) mengemukakan bahwa loyalitas pelanggan merupakan kesediaan pelanggan untuk terus menggunakan barang atau jasa perusahaan tersebut kepada teman dan kerabat. Perkembangan Conter Dam Cell Sidoarjo ternyata mempunyai beberapa masalah yaitu salah satunya adalah tingkat loyalitas pelanggan yang masih rendah. Loyalitas yang rendah tersebut diduga karena pelayanan yang kurang memuaskan, seperti karyawan yang kurang ramah dan proses transaksi pembelian yang lambat, serta banyak barang aksesoris yang dibutuhkan oleh pelanggan akan tetapi tidak tersedia pada Conter Dam Cell itu sendiri. Pada praktiknya, kualitas pelayanan yang diberikan kepada pelanggan juga tidak konsisten pada jam normal dan jam padat, pelanggan merasa diabaikan sehingga menyebabkan pelanggan menyuarakan keluhan baik secara langsung maupun melalui kotak kritik dan saran yang telah disediakan. Berikut dapat dilihat jumlah dan perkembangan pada Tabel 1 berikut:

Tabel 1  
Tabel jumlah penjualan tahun 2018 - 2022

No	Tahun	Jumlah Penjualan
1	2018	50.120.500
2	2019	51.246.000
3	2020	44.363.500
4	2021	45.589.000
5	2022	46.879.500

Sumber : Conter Dam Cell 2018 - 2022

Berdasarkan tabel I diatas, bahwa jumlah penjualan Conter Dam Cell Sidoarjo jika dilihat dari tahun 2018 - 2022 mengalami fluktuatif , jika dilihat dari jumlah penjualan perkembangan jumlah penjualan mengalami penurunan pada tahun 2020 dan terus menurun hingga tahun 2022, kemudian mengalami peningkatan kembali pada tahun 2021, namun tidak terlalu signifikan. Dalam hal ini perusahaan harus cepat merespon baik itu dalam kualitas pelayanan, kualitas produk, dan harga ataupun hal lainnya.

Terdapat faktor lain yang mempengaruhi loyalitas pelanggan dalam pertimbangan oleh peneliti yaitu kualitas pelayanan, kualitas produk, dan harga, faktor tersebut akan menjadi pertimbangan bagi Conter Dam Cell bagaimana mereka akan Menyusun suatu strategi pemasaran yang akan dilakukan brikutnya. Menurut Tjiptono (2012) Kualitas pelayanan merupakan kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan. Dimensi dari kualitas pelayanan ini antara lain yaitu bukti fisik, kehandalan, daya tanggap, jaminan dan empati. Produk yang dijual harus sesuai dengan karakteristik dan harapan konsumen. Oleh karena itu, produk dengan kualitas yang baik nantinya akan menumbuhkan rasa kepuasan tersendiri bagi pelanggan, sehingga pelanggan dapat menikmati produk tersebut dengan baik. Menurut (Lupiyoadi dan Hamdani, 2014) Kualitas produk adalah proses produksi suatu barang, dimana kualitas produk yang diberikan oleh perusahaan dapat menciptakan suatu presepsi positif dari pelanggan terhadap perusahaan dan menghasilkan suatu kepuasan serta loyalitas pelanggan.

Penetapan harga harus diperhatikan oleh Conter Dam Cell yang dapat dilihat dari satndar kualitas produk yang dihasilkan. Dalam hal ini Conter Dam Cell harus menentukan harga sesuai

dengan daya beli pelanggan dan kualitas produk yang dihasilkan. Menurut Kotler dan Armstrong, (2008) Harga adalah jumlah uang yang harus dibayar pelanggan untuk produk itu. Jadi jika harga tersebut dapat mencerminkan nilai kualitas dari suatu produk, dengan kata lain adanya kesesuaian antara harga dengan kualitas produk maka dapat mendorong loyalitas akan dicapai oleh pelanggan.

Berdasarkan latar belakang yang diuraikan oleh penulis diatas, maka permasalahan yang akan dibahas pada penelitian ini adalah sebagai berikut : (1) Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan pada Counter Dam Cell?; (2) Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan Counter Dam Cell?; (3) Apakah harga berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan Counter Dam Cell?, sedangkan tujuan penelitian ini adalah : (1) Untuk menganalisa dan mengetahui apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan Counter Dam Cell; (2) Untuk menganalisa dan mengetahui apakah kualitas produk berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan Counter Dam Cell; (3) Untuk menganalisa dan mengetahui apakah harga berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan Counter Dam Cell.

## **TINJAUAN TEORITIS**

### **Kualitas Pelayanan**

Menurut Tjiptono (dalam Indrasari, 2019:61) kualitas pelayanan adalah suatu keadaan dinamis yang berkaitan erat dengan produk, jasa, sumber daya manusia, serta proses dan lingkungan yang setidaknya dapat memenuhi atau malah dapat melebihi kualitas pelayanan yang diharapkan. Sedangkan Menurut Kotler dan Amstrong dalam (Indrasari, 2019:61) kualitas pelayanan merupakan keseluruhan dari keistimewaan dan karakteristik dari produk atau jasa yang menunjang kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan secara langsung maupun tidak langsung. Serta Menurut (Goesth dan Davis, 2019) mendefinisikan kualitas pelayanan merupakan suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk jasa ,manusia, proses, lingkungan yang mampu memenuhi dan atau melebihi harapan konsumen. Suatu kualitas pelayanan dapat dikatakan baik jika penyedia jasa/Perusahaan memberikan pelayanan yang setara dengan yang diharapkan oleh pelanggan. Dengan demikian, tingkat loyalitas pelanggan memerlukan keseimbangan antara kebutuhan dan keinginan serta apa yang diberikan.

### **Kualitas Produk**

Menurut (Kotler and Armstrong, 2012) mengungkapkan bahwa kualitas produk merupakan kemampuan suatu produk untuk melakukan fungsinya mencakup keseluruhan daya tahan, keandalan, ketepatan, kemudahan perbaikan produk dan karakteristik lainnya. Salah satu faktor yang penting bagi pelanggan ketika memilih produk perusahaan adalah kualitas produk. Produk adalah elemen terpenting dan pertama dalam bauran pemasaran. Produk dituntut memiliki keunggulan dari produk lain untuk menarik konsumen, kualitas produk ini juga menjadi salah satu peran utama dalam pemasaran sehingga berhubungan langsung dengan nilai kepuasan konsumen.

### **Harga**

Menurut Assauri (dalam Ragasya, 2022) harga merupakan satu-satunya unsur marketing mix yang menghasilkan penerimaan penjualan, sedangkan unsur lainnya hanya unsur biaya saja. Berdasarkan pendapat diatas dapat ditarik kesimpulan bahwa, harga adalah sejumlah uang yang dibebankan atas suatu produk yang ditukar konsumen atas keunggulan yang dimiliki produk tersebut. Sedangkan Menurut (Kotler, 2001), pengertian harga adalah sejumlah uang yang dibebankan ke suatu produk atau layanan jasa. Artinya, harga adalah jumlah nilai yang harus dibayar konsumen demi memiliki atau mendapatkan keuntungan dari sebuah produk barang

atau jasa. harga akan bernilai dalam jual beli produk dan jasa, dengan harga yang akan ditawarkan tersebut cocok terhadap konsumen maka akan dapat menimbulkan kepuasan terhadap konsumen tentang apa yang sudah konsumen atau pelanggan beli dan sebagai komponen strategi bauran pemasaran yang harus dipertimbangkan secara konsisten oleh perusahaan dalam menghadapi persaingan bisnis.

### **Loyalitas Pelanggan**

Menurut Tjiptono (dalam Erica dan Rasyid, 2018) loyalitas pelanggan artinya prasetia pelanggan dalam suatu merek, serta pemasok berdasarkan sifat yang positif pada pembelian jangka Panjang. Pada dasarnya loyalitas pelanggan sangat penting untuk membangun bisnis lebih maju dan meningkatkan keuntungan bagi Perusahaan namun ada beberapa faktor pendukung seperti modal, karyawan dengan keterampilan yang sangat baik dan tentunya tak pelanggan atau konsumen. Menghadirkan rasa loyalitas pelanggan adalah keinginan semua perusahaan. Selain faktor penting bagi kelangsungan hidup perusahaan, loyalitas pelanggan dapat meningkatkan keunggulan dalam persaingan. Pelanggan yang puas terhadap produk dan jasa pelayanan cenderung untuk membeli kembali produk dan menggunakan kembali jasa pada saat kebutuhan yang sama muncul kembali dikemudian hari.

## **PENGEMBANGAN HIPOTESIS**

### **Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan**

Kualitas pelayanan merupakan elemen penting bagi perusahaan untuk menjalin sebuah hubungan yang baik dengan pelanggan. Kualitas pelayanan bisa memberikan kesan positif kepada para pelanggan apabila pelayanan yang diberikan oleh perusahaan melampaui harapan pelanggan, namun sebaliknya jika pelayanan yang diberikan oleh perusahaan tidak melampaui harapan pelanggan maka dapat disimpulkan bahwa pelayanan tersebut memberikan kesan negatif kepada para pelanggan. Kualitas pelayanan yang baik akan menumbuhkan loyalitas pelanggan yang akan berpengaruh terhadap pembelian ulang oleh pelanggan. Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh Alam dan Mahanani (2019) membuktikan bahwa kualitas pelayanan baik secara parsial maupun bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Sedangkan hasil Violin *et al* (2021) menunjukkan kualitas layanan berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap loyalitas pelanggan.

**H<sub>1</sub>** : Kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan Conter Damcell.

### **Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan**

Kualitas produk memiliki peran yang sangat penting dalam loyalitas pelanggan pada suatu Perusahaan. Kualitas produk juga dipakai oleh pelanggan dalam melakukan penilaian terhadap suatu Perusahaan. Semakin baik kualitas produk yang diberikan maka rasa loyalitas pelanggan akan semakin tumbuh untuk melakukan pembelian ulang produk tersebut. Sebaliknya jika suatu kualitas produk kurang baik maka dapat merusak rasa kepercayaan pelanggan terhadap produk tersebut. Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh Chasanah (2019) membuktikan bahwa kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan, sedangkan hasil Ariningtyas dan Rachmawati (2020) membuktikan bahwa kualitas produk tidak berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan.

**H<sub>2</sub>** : Kualitas Produk berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan Conter Damcell.

### **Pengaruh Harga Terhadap Loyalitas Planggan**

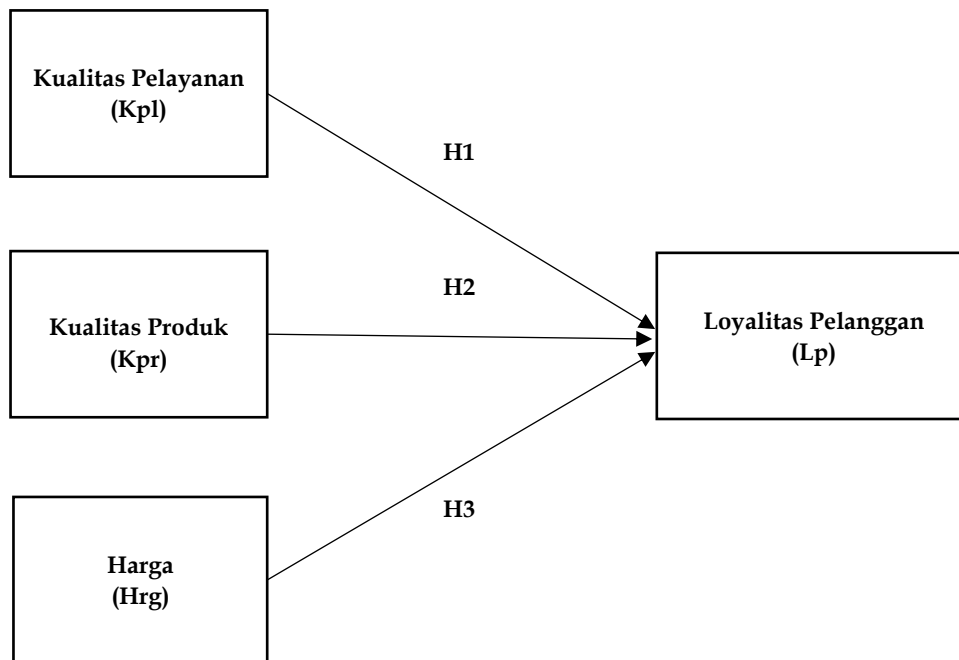
Harga merupakan sebuah elemen yang dapat mempengaruhi loyalitas pelanggan terhadap suatu produk atau jasa. Harga dapat menjadi sebuah indikator bagi para pelanggan

untuk memutuskan dan menikmati produk atau jasa tersebut. Harga dapat berubah-ubah mengikuti kondisi pasar yang terjadi. Sehingga tidak jarang jika sebuah produk yang memiliki harga tinggi namun bisa memenuhi harapan dari pelanggan maka dapat menjaga loyalitas pelanggan tersebut. Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh Renatha *et al* (2019) membuktikan bahwa harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Sedangkan hasil penelitian Novitawati (2019) membuktikan bahwa harga tidak memberikan pengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan.

**H<sub>3</sub>**: Harga berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan Conter Damcell

### Rerangka Konseptual

Berdasarkan latar belakang, rumusan masalah, dan kajian teori pada bab sebelumnya maka kerangka konseptual pada penelitian ini dapat ditunjukkan dengan gambar berikut :



Gambar 1  
Rerangka Konseptual

## METODE PENELITIAN

### Jenis Penelitian dan Gambaran Populasi

Dalam penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif, penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan hubungan antar variabel, menguji teori, serta membangun hipotesis yang memiliki keterhubungan fenomena alam yang akan diteliti. Menurut Sugiyono (2014:24) metode penelitian pada dasarnya merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu. Berdasarkan penjelasan tersebut terdapat empat kata kunci yang perlu diperhatikan yaitu cara ilmiah, data, tujuan, dan kegunaan. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah pelanggan yang menikmati produk atau jasa yang diberikan Conter Dam Cell yang bertempat di daerah Sidoarjo dan dilihat dari jumlahnya yang termasuk dalam populasi yang tidak diketahui secara pasti (*infinit*). Menurut Sugiyono (2014:148) populasi adalah wilayah

generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.

### Teknik Pengambilan Sampel

Pada penelitian ini menggunakan teknik pengambilan sampel dengan *non probability sampling* dengan jenis teknik *purposive sampling*. Menurut Sudana dan Setianto (2018:92) *purposive sampling* adalah satu satunya yang bisa memberikan informasi yang dibutuhkan maupun karena mereka memenuhi beberapa kriteria yang akan ditetapkan oleh peneliti. Sampel yang dilakukan untuk penelitian ini adalah pelanggan Conter Dam Cell Sidoarjo. Menurut (Sugiyono, 2014:149) sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut misalnya karena keterbatasan dana, tenaga, dan waktu. Maka, peneliti dapat menggunakan sampel dari populasi tersebut. Kesimpulannya akan dapat diberlakukan untuk populasi, namun populasi harus betul-betul *representative* (mewakili). Jumlah populasi yang tidak diketahui secara pasti karena akan sangat besar dan tidak ada batasan, maka dari itu untuk dapat menentukan jumlah sampel menggunakan rumus Lemeshow (dalam Arikunto, 2010) yaitu :

$$n = \frac{Z^2 \cdot p \cdot q}{d^2}$$

Keterangan

n = Jumlah anggota sampel

Z = Nilai standar normal dengan alpha tertentu (1,976)

p = Estimator proporsi populasi (0,5)

d = Interval atau penyimpangan (0,10)

q = 1 - p

Maka untuk mengetahui jumlah sampel, digunakan perhitungan sebagai berikut :

$$n = \frac{(1,976)^2 \cdot (0,5) \cdot (0,5)}{(0,1)^2} = 97,6$$

n = 97,6 disesuaikan menjadi 98 responden.

Jadi, dari hasil perhitungan rumus diatas, maka dapat kita ketahui bahwa jumlah sampel yang akan dibutuhkan dalam penelitian ini sebanyak 98 responden.

### Teknik Pengumpulan Data

Pada penelitian ini teknik yang digunakan dalam mengumpulkan data primer yaitu metode kuesioner. Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi para responden beberapa pertanyaan atau pernyataan secara tertulis untuk dijawab. Kuesioner yang akan dibagikan kepada responden merupakan kuesioner yang bersifat tertutup, yang dimana jawaban responden tersebut telah dibatasi dengan adanya alternatif jawaban yang telah ditentukan. Pengukuran nilai kuesioner pada penelitian ini menggunakan skala *likert*. Menurut Rachmadani (dalam Sugiyono 2004) metode kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang efisien bila peneliti tahu dengan pasti variabel yang akan diukur dan tahu apa yang bisa diterapkan dari responden.

### Variabel dan Definisi Operasional

Variabel penelitian adalah karakter, atribut atau segala sesuatu yang terbentuk dalam suatu penelitian sehingga mempunyai variasi antara satu objek yang satu dengan objek yang lain dalam satu kelompok tertentu kemudian ditarik kesimpulannya. Adapun yang menjadi variabel operasional dalam penelitian ini adalah :

## **Kualitas Pelayanan**

Kualitas Pelayanan merupakan sebuah kemampuan Conter Dam Cell Sidoarjo dalam memberikan pelayanan dan tingkat keandalan terbaik dalam memahami dan memenuhi harapan pelanggan. Menurut Parasuraman *et al* yang dikutip oleh Tjiptono (2012:174-175) menyatakan ada empat indikator yang digunakan konsumen untuk dapat menilai kualitas layanan sebagai berikut : a) Keandalan, b) Kesadaran, c) Perhatian, d) Ketepatan.

## **Kualitas Produk**

Kualitas Produk merupakan suatu nilai jual yang paling vital karena dari sini loyalitas pelanggan terhadap apa yang mereka keluarkan untuk memiliki produk dari Conter Dam Cell Sidoarjo, pelanggan akan memberikan persepsi terhadap produk dan memutuskan pembelian jika produk tersebut baik dan berkualitas. Indikator kualitas produk menurut Tjiptono (dalam Chaniago, 2020) sebagai berikut : a) *Performance* (kinerja), b) *Aesthetics* (estetika), c) *Features* (fitur), d) *Confermance to spesifications* (kesesuaian dengan spesifikasi), e) *Reliability* (reliabilitas), f) *Durability* (daya tahan), g) *Perceived quality* (kualitas yang dipersepsikan), h) *Serviceability*.

## **Harga**

Harga merupakan salah satu yang dapat mempengaruhi pelanggan sebelum melakukan pembelian terhadap produk dari Conter Dam Cell Sidoarjo. Menurut Kotler (dalam Indrasari, 2019) terdapat enam indikator yang mencirikan harga. Keenam indikator tersebut adalah: a) Keterjangkauan harga, b) Kesesuaian harga, c) Daya saing harga, d) Kesesuaian harga dengan manfaat.

## **Loyalitas Pelanggan**

Loyalitas Pelanggan merupakan suatu bentuk Upaya yang dilakukan oleh Conter Dam Cell Sidoarjo dalam memberikan segala hal yang dapat menumbuhkan rasa loyalitas pelanggan dalam menikmati produk tersebut. Loyalitas Pelanggan dapat dibedakan kedalam beberapa tingkat loyalitas pelanggan (Rahayu, 2019) yaitu : a) *Cognitive loyalty*, b) *Affective loyalty*, c) *Connotative loyalty*, d) *Action loyalty*.

## **Teknik Analisa Data**

### **Uji Validitas**

Uji Validitas dalam penelitian ini bertujuan untuk mengukur valid atau tidaknya suatu kuesioner. Menurut (Sugiyono 2017) menunjukkan derajat ketepatan antara data kuesioner yang sesungguhnya terjadi pada objek dengan data yang dikumpulkan oleh peneliti. Pengujian validitas menggunakan korelasi pearson dalam hal ini untuk menguji validitas instrument penelitian ini sebesar 0,05. Apabila nilai signifikannya lebih kecil dari 0,05 maka butir pertanyaan tersebut valid.

### **Uji Reliabilitas**

Uji realibilitas adalah alat ukur yang digunakan untuk mengukur hasil kuesioner tersebut apakah dapat dipercaya atau tidak. Jika suatu kuesioner dapat dikatakan riabel jawaban dari responden terhadap sebuah pertanyaan yaitu stabil atau konsisten dari waktu ke waktu. Menurut Ardista (dalam Ghozali, 2018:45) mengemukakan sebuah kuesioner dinyatakan reliabel jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. a) Jika nilai *Cronbach alpha* > 0,60 maka kuesioner tersebut bisa dikatakan reliabel, b) Jika nilai *Cronbach alpha* < 0,60 maka kuesioner tersebut tiidak reliabel.

### Analisis Linier Berganda

Model analisis korelasi pada penelitian ini yaitu menggunakan model regresi linier berganda, yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh antara variabel terhadap variabel lainnya. Menurut Sanusi (2018) analisis ini digunakan untuk mengetahui arah hubungan antara *independent variable* dengan *dependent variable* apakah positif atau negatif dan untuk memprediksi nilai dari *dependent variable* apabila nilai *independent variable* mengalami kenaikan atau penurunan. Pada penelitian ini regresi linier berganda menguji kualitas pelayanan, kualitas produk, dan harga terhadap loyalitas pelanggan. Adapun persamaan regresi linier berganda dalam penelitian ini sebagai berikut :

$$LP = \alpha + \beta_1 Kpl + \beta_2 Kpr + \beta_3 Hrg + e$$

Keterangan :

- $a$  = Konstanta
- $\beta_1\beta_2\beta_3$  = Koefisien Regresi
- LP = Loyalitas Pelanggan
- Kpl = Kualitas Pelayanan
- Kpr = Kualitas Produk
- Hrg = Harga
- E = Kesalahan (*error*)

### Uji Asumsi Klasik

#### Uji Normalitas

Uji normalitas merupakan alat uji yang bertujuan untuk mengetahui apakah data yang diperoleh dari masing-masing variabel distribusi normal atau tidak. Model regresi yang tepat adalah model regresi yang memiliki distribusi yang normal sehingga layak untuk dilakukan pengujian secara statistik. Uji normalitas dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan analisis grafik. Analisis grafik merupakan suatu cara yang mudah untuk menilai normalitas residual dengan distribusi normal. Analisis grafik yang andal dalam menguji normalitas data dapat melihat histogram dan normal probability plot. Apabila titik menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti garis diagonal, maka pola distribusi dapat dikatakan normal sehingga model regresi dapat memenuhi asumsi normalitas. Dalam uji normalitas ini juga menggunakan metode uji kolmogrov Smirnov, dikatakan normal jika hasil signifikan  $> 0,05$  maka dapat diartikan data residual distribusi normal.

#### Uji Multikolinieritas

Uji Multikolinieritas adalah alat uji yang bertujuan mendeteksi apakah model regresi penelitian ditemukan adanya korelasi antara variabel independent (kualitas pelayanan, kualitas produk, dan harga) atau tidak. Menurut Sudana dan Setianto (2018) untuk mendeteksi adanya potensi multikolinieritas, menu SPSS menyediakan nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) dan *tolerance*. Jadi dapat disimpulkan bahwa apabila nilai *tolerance* yang rendah sama dengan nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) tinggi. Menurut Ghozali (dalam Afif, 2019) adalah jika nilai toleran  $> 0,10$  atau nilai VIF  $< 10$  maka tidak ada multikoleniearitas di antara variabel independent. Sebaliknya, jika nilai toleran  $\leq 0,10$  atau nilai VIF  $\geq 10$  maka ada multikoleniearitas di antara variabel independent.



### **Uji Heteroskedastisitas**

Uji Heteroskedastisitas merupakan alat uji yang bertujuan untuk mengetahui sebuah model terjadi karena ketidaksamaan varian dari residual satu pengamatan. Menurut Sudana dan Setianto (2018:154) grafik scatterplot menunjukkan bahwa sebaran data residual tidak membentuk pola tertentu, yang mengindikasikan bahwa residual *error* memiliki varian yang konstan atau disebut homoskedastisitas. Ada pula dasar analisis dalam pengambilan sebuah loyalitas yaitu : a) Apabila ada pola tertentu, misal adanya titik-titik yang membentuk pola teratur, maka dapat diartikan model regresi telah terjadi heteroskedastisitas. b) Apabila ada pola yang sangat jelas dan ada titik-titik yang menyebar diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y, maka dapat diartikan model regresi tidak terjadi heteroskedastisitas.

### **Uji Kelayakan Model**

#### **Uji f**

Uji F pada dasarnya bertujuan untuk mengetahui signifikan pengaruh variabel independent (bebas) terhadap variabel dependen (terikat). Menurut Ghazali (dalam Afif, 2019) uji statistik F pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel independent (bebas) yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen (terikat). Jika nilai signifikan  $F > 0,05$  maka dapat diartikan bahwa model ini tidak layak menjelaskan variabel independent terhadap dependen. Jika nilai signifikan  $F < 0,05$  maka dapat diartikan model ini layak digunakan untuk menjelaskan variabel independent terhadap dependen.

### **Koefisien Determinasi Berganda ( $R^2$ )**

Koefisien determinasi bertujuan untuk mengukur kemampuan suatu model dalam menerangkan adanya variabel-variabel dependen (terikat). Nilai koefisien determinasi adalah antara  $0 < R^2 < 1$ . Nilai koefisien determinasi yang mendekati maka memiliki variabel independent bisa memberikan seluruh informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variabel dependen. Namun sebaliknya apabila nilai koefisien determinasi yang kecil menunjukkan jika kemampuan variabel independent dalam menjabarkan variabel dependen yang terbatas.

### **Pengujian Hipotesis ( Uji t )**

Dalam menguji kualitas pelayanan, kualitas produk, dan harga dalam loyalitas pelanggan maka harus melalui uji t. Uji t ini memiliki tujuan untuk mengetahui seberapa jauh pengaruh setiap variabel secara individual dalam menjabarkan variabel dependen. Dalam pengambilan untuk menguji hipotesis menggunakan signifikan level 0,05 ( $\alpha = 5\%$ ). Maka dapat ditentukan kriteria sebagai berikut : a) Jika nilai signifikansi  $\leq 0,05$  maka kualitas pelayanan, kualitas produk, dan harga memiliki pengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan. b) Jika nilai signifikansi  $\geq 0,05$  maka kualitas pelayanan, kualitas produk, dan harga tidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan.

**ANALISIS DAN PEMBAHASAN**  
**Uji Instrumen**  
**Uji Validitas**

Dalam penelitian ini uji validitas menggunakan bantuan software berupa SPSS versi 25, sehingga dapat diperoleh hasil uji validitas sebagai berikut :

**Tabel 2**  
**Hasil Uji Validitas**

Variabel	Item pertanyaan	$r_{hitung}$	$r_{tabel}$	Keterangan
<b>Kualitas Pelayanan</b> (Kpl)	Kpl <sub>1</sub>	,665**	0,1986	Valid
	Kpl <sub>2</sub>	,358**	0,1986	Valid
	Kpl <sub>3</sub>	,536**	0,1986	Valid
	Kpl <sub>4</sub>	,383**	0,1986	Valid
	Kpl <sub>5</sub>	,506**	0,1986	Valid
<b>Kualitas Produk</b> (Kpr)	Kpd <sub>1</sub>	,526**	0,1986	Valid
	Kpd <sub>2</sub>	,232*	0,1986	Valid
	Kpd <sub>3</sub>	,298**	0,1986	Valid
	Kpd <sub>4</sub>	,472**	0,1986	Valid
	Kpd <sub>5</sub>	,306**	0,1986	Valid
	Kpd <sub>6</sub>	,442**	0,1986	Valid
	Kpd <sub>7</sub>	,282**	0,1986	Valid
	Kpd <sub>8</sub>	,249*	0,1986	Valid
<b>Harga</b> (Hrg)	H <sub>1</sub>	,564**	0,1986	Valid
	H <sub>2</sub>	,450**	0,1986	Valid
	H <sub>3</sub>	,588**	0,1986	Valid
	H <sub>4</sub>	,529**	0,1986	Valid
<b>Loyalitas Pelanggan</b> (Lp)	Lp <sub>1</sub>	,717**	0,1986	Valid
	Lp <sub>2</sub>	,652**	0,1986	Valid
	Lp <sub>3</sub>	,600**	0,1986	Valid
	Lp <sub>4</sub>	,575**	0,1986	Valid

Sumber : Data Primer diolah, 2024

Dari hasil tabel 2 diatas terlihat bahwa setiap indikator pernyataan yang mengukur variabel Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, dan Harga secara keseluruhan dinyatakan valid karena nilai r hitung lebih besar dari nilai r tabel sebesar 0,1986

### Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dilakukan untuk mengetahui tingkat kepercayaan kuesioner tersebut dapat dipercaya atau tidak dalam mengukur variabel yang diteliti. Dikatakan reliabel jika nilai Cronbach Alpha > 0,60, berikut adalah hasil uji reliabilitas :

**Tabel 3**  
**Hasil Uji Reliabilitas**

Variabel	Cronbach Alpha	Keterangan
Kualitas Pelayanan	0,657	Reliabel
Kualitas Produk	0,603	Reliabel
Harga	0,652	Reliabel
Loyalitas Pelanggan	0,744	Reliabel

Sumber : Data Primer diolah, 2024

Berdasarkan data hasil pada tabel 3 telah menunjukkan bahwa setiap pernyataan dalam kuesioner dinyatakan reliabel karena nilai Cronbach Alpha lebih besar dari 0,06. Hal ini mampu menunjukkan bahwa setiap pernyataan pada semua variabel tersebut dikatakan layak dan mampu memperoleh data yang konsisten, sehingga dapat digunakan dalam penelitian.

### Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis data yang digunakan pada penelitian ini yaitu regresi linear berganda yang digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, dan Harga. Dalam analisis regresi linear berganda ini peneliti menggunakan program software berupa SPSS versi 25 dan dapat dilihat sebagai berikut :

**Tabel 4**  
**Hasil Uji Regresi Linear Berganda**

Model	Unstandardized Coefficients		Unstandardized Coefficients	T	Sig
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	5,142	2,793		1,841	0,069
Kpl	0,020	0,082	0,023	0,245	0,807
Kpr	0,242	0,071	0,332	3,419	0,001
Hrg	0,231	0,113	0,197	2,043	0,044

Sumber : Data Primer diolah, 2024

Berdasarkan data hasil tabel 4 diatas diperoleh persamaan regresi linear berganda pada penelitian ini yaitu sebagai berikut :

$$LP = 5,142 + 0,020 Kpl + 0,242 Kpr + 0,231 Hrg + e$$

Hasil dari persamaan regresi linier berganda pada Tabel 13 dapat diuraikan atau diartikan bahwa : a) Dari Tabel diatas bahwa terlihat nilai konstanta (*a*) memiliki nilai sebesar 5,142 mengindikasikan bahwa jika variabel independent yang terdiri dari Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, dan Harga bernilai naik dan besarnya dari perubahan Loyalitas Pelanggan itu ssebesar 5,142. b) Koefisien regresi untuk variabel Kualitas Pelayanan (Kpl) yang dihasilkan pada tabel diatas sebesar 0,020. Koefisien ini memiliki sifat positif dan searah menunjukkan bahwa variabel Kualitas Pelayanan memiliki hubungan yang searah dengan Loyalitas Pelanggan. Yang dapat diartikan bahwa Kualitas Pelayanan mempengaruhi Loyalitas Pelanggan, Semakin tepat dan baik

Counter Dam Cell dalam memberikan kualitas pelayanan maka akan meningkat pula Loyalitas Pelanggan. c) Nilai koefisien regresi untuk variabel Kualitas Produk (Kpr) sebesar 0,242 dapat diartikan bahwa koefisien positif dan searah menunjukkan variabel Kualitas Produk memiliki hubungan searah dengan Loyalitas Pelanggan. Semakin meningkatnya kualitas produk yang di tawarkan Counter Dam Cell maka tentunya akan meningkatkan loyalitas pelanggan yang datang. d) Nilai koefisien regresi untuk variabel Harga (Hrg) pada tabel diatas sebesar 0,231 dapat diartikan bahwa koefisien positif dan searah menunjukkan bahwa variabel Harga memiliki hubungan searah dengan Loyalitas Pelanggan. Semakin baik Counter Dam Cell menetapkan harga yang tepat dan sesuai dengan produk yang ditawarkan maka dapat meningkatkan loyalitas pelanggan.

### Uji Asumsi Klasik

#### Uji Normalitas

Uji normalitas pada penelitian ini menggunakan *One Sample Kolmogrov Smirnov test* (K-S). Apabila nilai probabilitas signifikan K-S lebih besar dari 0,05 maka dapat diartikan data telah berdistribusi dengan normal, dan apabila nilai probabilitas signifikan K-S lebih kecil dari 0,05 maka dapat diartikan data tidak berdistribusi dengan normal. Hasil uji normalitas dengan menggunakan *One Sample Kolmogrov Smirnov test* dalam penelitian ini dapat dilihat pada tabel 14 sebagai berikut :

**Tabel 5**  
**Hasil Uji Normalitas Statistik**  
**One-Sample Kolmogrov-Smirnov Test**

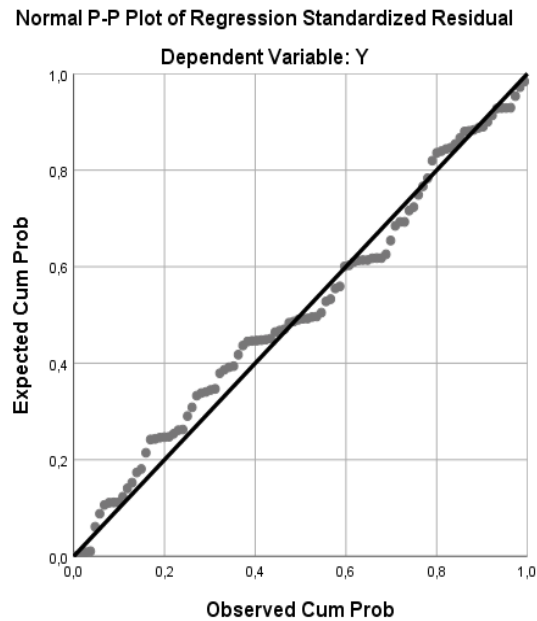
		Unstandardized Residual
N		98
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	0,0000000
	Std. Deviation	1,82272259
Most Extreme Differences	Absolute	0,075
	Positive	0,066
	Negative	-0,075
Test Statistic		0,075
Asymp. Sig. (2-tailed)		,200 <sup>c,d</sup>

Sumber : Data Primer diolah, 2024

Pada tabel 5 dapat menjelaskan bahwa hasil uji *One Sample Kolmogrov Smirnov Test* diketahui nilai signifikan *Kolmogrov Smirnov* pada *Asymp.* Signifikan lebih besar dari 0,05 (5%) yaitu 0,200, maka dari itu dapat diambil Kesimpulan bahwa data diatas berdistribusi normal dan dapat digunakan dalam penelitian

#### Analisis Uji Grafik P-Plot

Uji normalitas pada penelitian ini menggunakan uji grafik P-Plot yang bertujuan untuk menguji sebuah regresi, variabel independent dan variabel dependen mempunyai data yang berdistribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah mempunyai distribusi data normal atau mendekati normal.



Sumber : Data Primer diolah, 2024

**Gambar 2**  
Hasil Uji Normalitas Dengan Metode Grafik P-Plot

Hasil uji normalitas grafik P-Plot pada gambar 2, dapat diketahui bahwa titik-titik telah menyebar pada sekitar garis diagonal serta mengikuti arah garis diagonal atau disebut grafik histogramnya, hal ini berarti bahwa data diatas telah berdistribusi normal, sehingga penelitian ini telah memenuhi asumsi uji normalitas.

### Uji Multikolinieritas

Dalam uji multikolinieritas pada penelitian ini bertujuan untuk mendeteksi apakah suatu model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel independent atau variabel bebas. Asumsi yang baik pada uji multikolinieritas yaitu jika nilai *Tolerance*  $\geq 0,10$  dan *Variance Inflation Factor* (VIF)  $\leq 10$  seperti hasil yang ditunjukkan pada tabel 6 berikut ini :

**Tabel 6**  
Hasil Uji Multikolinieritas

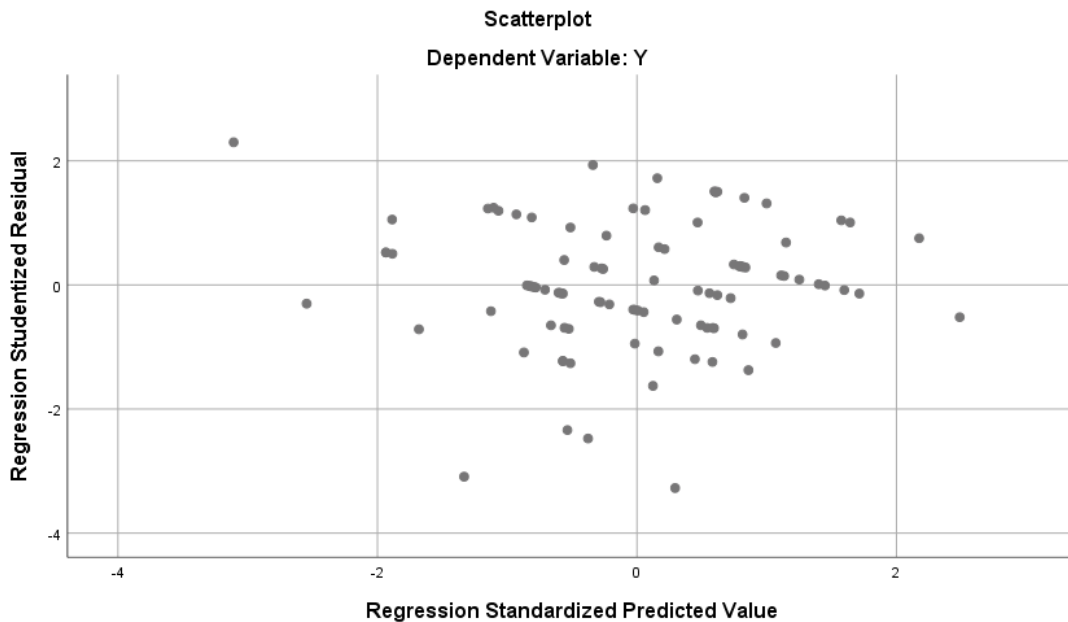
Variabel	Collinearity Statistics		Keterangan
	Tolerance	VIF	
Kualitas Pelayanan	0,980	1,021	Non Multikolonieritas
Kualitas Produk	0,917	1,090	Non Multikolonieritas
Harga	0,931	1,074	Non Multikolonieritas

Sumber : Data Primer diolah, 2024

Hasil dari tabel 6 diatas dapat diketahui bahwa nilai *Tolerance* pada seluruh variabel bebas yang dijadikan model dalam penelitian ini  $\geq 0,10$  dan nilai VIF  $\leq 10$  sehingga hasil hasil tersebut sesuai dengan ketentuan yang telah diterapkan maka dalam persamaan regresi ini disimpulkan bahwa tidak terjadi potensi korelasi antar variabel bebas dan dapat dikatakan tidak terjadi multikolinieritas dalam penelitian ini.

### Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam sebuah model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual antara satu pengamatan dengan pengamatan yang lain. Jika varian dari residual antara satu pengamatan dengan pengamatan lain tetap maka disebut homoskedastisitas, dan jika varian berbeda disebut heteroskedastisitas. Sebuah model regresi dapat dikatakan baik apabila tidak terjadi heteroskedastisitas. Hasil heteroskedastisitas dapat digambarkan sebagai berikut :



Sumber : Data Primer diolah, 2024

Gambar 3

Grafik Hasil Uji Heteroskedastisitas

Berdasarkan pada hasil pada gambar 3 grafik *scatterplot* menunjukkan bahwa data pada gambar tersebar pada posisi diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y sehingga dapat diartikan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas pada model persamaan regresi dan layak digunakan untuk memprediksi loyalitas pelanggan berdasarkan variabel-variabel yang mempengaruhinya seperti kualitas pelayanan, kualitas produk, dan harga.

### Uji Kelayakan Model

#### Uji f

Dalam uji f suatu penelitian dilakukan untuk mengetahui apakah Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, dan Harga layak atau mampu menerangkan Loyalitas Pelanggan. Jika nilai signifikan  $F \geq 0,05$  maka tidak layak untuk menerangkan atau untuk dianalisis, sedangkan jika nilai signifikan  $F \leq 0,05$  maka layak dan mampu menerangkan atau perlu dilakukan analisis. Uji F dalam penelitian ini menggunakan bantuan program software SPSS versi 25, berikut hasil pengujian terdapat pada tabel 7 dibawah ini :

**Tabel 7**  
**Hasil Uji Statistik F**

Model	Sum Of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	73,858	3	24,619	7,181	,000 <sup>b</sup>
Residual	322,265	94	3,428		
Total	396,122	97			

Sumber : Data Primer diolah, 2024

Hasil uji f pada tabel diatas menunjukkan bahwa model layak untuk dilakukan penelitian karena mempunyai nilai F pada penelitian ini sebesar 7,181 dengan signifikan 0,000 yaitu berarti  $\leq 0,005$  sehingga dapat dinyatakan bahwa variabel Kualitas Pelayanan (X1), Kualitas Produk (X2), dan Harga (X3) pada penelitian ini mempunyai atau layak menerangkan serta secara simultan mempunyai pengaruh signifikan terhadap variabel Loyalitas Pelanggan (Lp), sehingga model penelitian yang diajukan sudah fit (sesuai).

### Koefisien Determinasi Berganda (R<sup>2</sup>)

Uji koefisien determinasi ini bertujuan untuk mengukur kemampuan suatu model dalam menerangkan adanya variabel-variabel dependen yang dapat dilihat pada tabel 8 sebagai berikut:

**Tabel 8**  
**Hasil Uji Koefisien Determinasi Berganda (R<sup>2</sup>)**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.432 <sup>a</sup>	.186	.160	1.852

Sumber : Data Primer diolah, 2024

Hasil dari tabel 8 diatas menunjukan bahwa nilai R Square sebesar 0.186 atau sebesar 18,6%, dalam hal ini berarti variabel kualitas pelayanan, kualitas produk, dan harga mampu berkontribusi sebesar 18,6% terhadap loyalitas pelanggan, lalu sisanya yaitu sebesar 81,4% dipengaruhi oleh factor-faktor lain yang tidak disertakan dalam model penelitian ini.

### Uji Hipotesis ( Uji t )

Dalam uji hipotesis yang dilakukan pada dasarnya untuk mengetahui ada atau tidaknya pengaruh secara parsial dari masing-masing variabel independent terhadap variabel dependen dalam sebuah penelitian. Dalam pengujian hipotesis ini peneliti menggunakan bantuan program software SPSS 25 dengan hasil yang dijelaskan atau diuraikan pada tabel 9 berikut ini :

**Tabel 9**  
**Hasil Uji t**

Model	t	Sig.	Keterangan
Kpl	0,245	0,807	Tidak Signifikan
Kpr	3,419	0,001	Signifikan
Hrg	2,043	0,044	Signifikan

Sumber : Data Primer diolah, 2024

Pada tabel 9 menunjukkan bahwa hasil pengujian hipotesis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut : 1) Berdasarkan pada hasil pengujian hipotesis penelitian ini pada tabel 9, variabel independent Kualitas Pelayanan menghasilkan nilai koefisien 0,245 dan signifikan sebesar 0,807 atau  $> 0,05$ , maka Kualitas Pelayanan berpengaruh positif tidak signifikan terhadap Loyalitas

Pelanggan sehingga H1 diterima karena nilai signifikansi lebih besar dari 0,05. 2) Berdasarkan hasil pengujian hipotesis penelitian ini pada tabel 9, variabel independent Kualitas Produk menghasilkan nilai koefisien sebesar 3,419 dan signifikan sebesar 0,001 atau  $< 0,05$  yang berarti positif dan signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan. Dengan begitu H2 yang menyatakan dugaan adanya pengaruh Kualitas Produk terhadap Loyalitas Pelanggan itu diterima. 3) Berdasarkan hasil pengujian hipotesis penelitian ini pada tabel 9, variabel independent Harga menghasilkan nilai koefisien sebesar 2,043 dan signifikan sebesar 0,044 atau  $< 0,05$  yang berarti positif dan signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan. Dengan begitu H3 yang menyatakan dugaan adanya pengaruh Harga terhadap Loyalitas Pelanggan itu diterima.

## **Pembahasan**

### **Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan**

Berdasarkan hasil data-data yang diuraikan sebelumnya bahwa variabel kualitas pelayanan berpengaruh positif tidak signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Artinya dengan memberikan kualitas pelayanan yang baik akan menimbulkan rasa puas dari pelanggan Counter Dam Cell sehingga mereka akan senantiasa mengingat Counter Dam Cell sebagai tempat pilihan mereka. Apabila pelayanan yang diberikan perusahaan kepada pelanggan atau konsumen buruk dan tidak sesuai yang diharapkan, maka dapat disimpulkan bahwa pelanggan atau konsumen merasa kurang puas dengan produk atau jasa yang diberikan perusahaan tersebut. Pada deskripsi variabel kualitas pelayanan pada Counter Dam Cell dari seluruh aspek jawaban responden menunjukkan nilai rata-rata 4,06 yang dapat ditarik kesimpulan jawaban responden tersebut dikategorikan setuju dengan pernyataan yang telah diberikan. Dalam penelitian ini telah membuktikan bahwa hipotesis pertama diterima yaitu kualitas pelayanan berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap loyalitas pelanggan Counter Dam Cell. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Violin *et al* (2021) menunjukkan bahwa kualitas layanan berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap loyalitas pelanggan.

### **Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan**

Berdasarkan data-data yang diuraikan sebelumnya bahwa variabel kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Hal ini menunjukkan bahwa kualitas produk memiliki peran yang sangat penting karena semakin baik kualitas produk yang diberikan maka semakin meningkat juga tingkat loyalitas pelanggan. Menurut Kotler and Armstrong (2012) mengungkapkan bahwa kualitas produk merupakan kemampuan suatu produk untuk melakukan fungsinya mencakup keseluruhan daya tahan, keandalan, ketepatan, kemudahan perbaikan produk dan karakteristik lainnya. Dapat diketahui jika kualitas produk merupakan Tingkat kemampuan produk untuk melakukan fungsinya serta mencapai kualitas yang diharapkan oleh pelanggan atau konsumen. Apabila sebuah produk dinilai oleh pelanggan atau konsumen tidak berkualitas dan tidak sesuai dengan harapan dapat mempengaruhi tingkat loyalitas pelanggan tersebut terhadap Counter Dam Cell. Dalam deskripsi variabel kualitas produk pada Counter Dam Cell dari seluruh aspek jawaban responden menunjukkan nilai rata-rata 3,81 yang dapat ditarik kesimpulan jawaban responden tersebut dikategorikan setuju dengan pernyataan yang diberikan. Dalam penelitian ini membuktikan bahwa hipotesis kedua diterima yaitu kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada Counter Dam Cell. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Chasanah (2019) membuktikan bahwa kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan.



## **Pengaruh Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan**

Berdasarkan hasil data-data yang diuraikan sebelumnya bahwa variabel harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan Counter Dam Cell. Harga yang baik, berkualitas, serta sesuai dengan manfaat dan produk yang diberikan, maka akan timbul rasa puas dari pelanggan atau konsumen Counter Dam Cell sehingga mereka senantiasa menjadikan Counter Dam Cell menjadi tempat pilihan mereka. Dari harga yang dihasilkan Counter Dam Cell sudah cukup baik dimana harga yang diberikan Counter Dam Cell memiliki kesesuaian dengan produk yang mereka tawarkan. Pendapat ini juga sejalan dengan Assauri (dalam Ragyasa 2012) harga merupakan satu satunya unsur marketing mix yang menghasilkan penerimaan penjualan, sedangkan unsur lainnya hanya unsur biaya saja. Dalam penelitian ini membuktikan bahwa hipotesis ketiga diterima yaitu harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada Counter Dam Cell. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Renatha *et al* (2019) membuktikan bahwa harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan.

## **SIMPULAN DAN SARAN**

### **Simpulan**

Dari hasil penelitian tentang “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan” dapat disimpulkan sebagai berikut : a) Kualitas Pelayanan berpengaruh positif tidak signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan Counter Dam Cell. Kualitas pelayanan yang baik akan menimbulkan rasa puas dari pelanggan, apabila pelayanan yang diberikan buruk dan tidak sesuai yang diharapkan maka pelanggan atau konsumen akan merasa kurang puas terkait pelayanan yang diberikan sehingga mengurangi rasa loyalitas para pelanggan. b) Kualitas Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan Counter Dam Cell. Dari hasil ini menunjukkan bahwa semakin meningkatnya kualitas produk yang diberikan oleh Counter Dam Cell ini juga dapat mengakibatkan munculnya loyalitas pelanggan karena bagi pelanggan sudah sebanding dengan apa yang sudah dikeluarkan untuk membeli produk dari Counter Dam Cell. c) Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Dari hasil ini menunjukkan bahwa harga yang sesuai dan kualitasnya seperti yang diharapkan pelanggan atau konsumen maka dapat menarik minat beli terhadap Counter Dam Cell

### **Keterbatasan**

Dalam penelitian ini, adanya beberapa keterbatasan saat melakukan penelitian yang dapat mempengaruhi hasil penelitian ini yaitu keterbatasan penelitian dengan menggunakan kuesioner yaitu responden yakni pelanggan yang terkadang memberikan jawaban yang tidak menunjukkan kondisi dan keadaan yang sebenarnya sehingga dapat terjadi bias serta adanya keterbatasan dalam penelitian ini adalah factor-faktor yang mempengaruhi Loyalitas Pelanggan dalam penelitian ini hanya terdiri dari tiga variabel independen yaitu Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, dan Harga sedangkan masih banyak factor lain yang dapat mempengaruhi Loyalitas Pelanggan.

### **Saran**

Berdasarkan hasil analisis pembahasan serta beberapa kesimpulan dan keterbatasan yang ada pada penelitian ini, adapun saran-saran yang dapat diberikan melalui hasil penelitian ini agar peneliti selanjutnya mendapatkan hasil yang lebih baik adalah sebagai berikut : a) Disarankan bagi penelitian selanjutnya untuk melakukan penelitian di luar variabel independent yang

digunakan dalam penelitian ini atau dikombinasikan dengan variabel lain yang termasuk kedalam factor yang mempengaruhi Loyalitas Pelanggan. b) Diharapkan Counter Dam Cell dapat meningkatkan serta melakukan pengembangan dari segi Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, dan Harganya agar dapat lebih meningkatkan rasa loyalitas para pelanggan. c) Diharapkan para karyawan lebih tanggap lagi dalam melakukan pelayanan yang diberikan kepada para pelanggan Counter Dam Cell. d) Diharapkan Counter Dam Cell dapat meningkatkan kualitas produk yang dimiliki agar lebih sesuai dengan kebutuhan para pelanggannya. e) Diharapkan Counter Dam Cell dapat memberikan harga yang sesuai dengan apa yang didapatkan oleh para pelanggan.

## DAFTAR PUSTAKA

- Ariningtyas, E. dan I.A.K. Rachmawati. 2020. Menguji Pengaruh Keragaman Menu, Kualitas Produk, Store Atmosphere, dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan di Wedangan Jimboeng. *Jurnal Manajemen, Bisnis dan Pendidikan* 7 (1): 115-123.
- Ardista, R. 2021. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan PT. Langit Membiru Wisata Bogor.
- Chasanah, U. 2019. Pengaruh Kualitas Produk, Pelayanan dan Lokasi Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Cafe Waroeng Pisa Purwokerto Banyumas. *Skripsi*. Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN). Purwokerto.
- Chaniago, H. 2020. Analisis Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, dan Harga pada Loyalitas Konsumen Nano Store. *International Journal Administration, Business & Organization* 1 (2): 59-69. Nano Store.
- Claudia, C. 2022. Pengaruh Kualitas Pelayanan, Promosi, dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada PT. Wellindo Blast Media. *Skripsi*. Program Studi Manajemen Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora Universitas Putera. Batam.
- Hanifa, O., T. Kurniawati, dan R. Rahmidani. 2018. Pengaruh Harga dan Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan GO-JEK Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Mediasi Pada Mahasiswa Universitas Negeri Padang.
- Hartanto, A. dan F. Andreani. 2019. Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan, dan Lingkungan Fisik Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Mediasi di De Mandailing Cafe Surabaya.
- Kotler, Philip. 2021. *Prinsip – Prinsip Pemasaran*. Edisi 12. Erlangga: Jakarta.
- Kotler, Philip, and Gary Armstrong. 2008. *Prinsip – Prinsip Pemasaran*. 12<sup>th</sup> ed. Eds. Adi Maulana, Devi Barnadi, and Wibi Hardani. Erlangga: Jakarta.
- Novitawati, R.A.D., A. Mahfud, dan T. Sasongko. 2019. Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Sanger Warung Kopi Aceh Kota Malang.
- Pramudita, D.T., N.F Gunawan, M.C. Ningsih, dan R. Adilah. 2022. Determinasi Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Pelanggan: Harga dan Kualitas Produk (Literature Review Manajemen Pemasaran). *Jurnal Manajemen Pendidikan dan Ilmu Sosial* 3(1): 424-436.
- Samara, A. dan M. Susanti. 2023. Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Pengalaman Pengguna dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Penggunaan Aplikasi Dompot Digital (*E-Wallet*) di Kalangan Mahasiswa Universitas Buddhi Dharma. *Jurnal Riset Akuntansi* 1(2): 249-260.
- Violin, V., M.N. Najamuddin, S. Hasan, dan M. Sufri. 2021. Pengaruh Konsep *Low-Cost Carrier* dan Kualitas Layanan terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan pada Maskapai Lion Airlines di Indonesia. *Journal of Management Science (JMS)* 2(1): 15