

## PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PADA RESTORAN KEUDE MIE ACEH 46 VILLA RENI PAMULANG DI KOTA TANGERANG SELATAN

Savira Auliana Setyaputri<sup>1</sup>, Haryantini<sup>2</sup>

<sup>1</sup>Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Pamulang, Tangerang Selatan  
e-mail: <sup>1</sup>Saviraauliana11@gmail.com

<sup>2</sup>Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Pamulang, Tangerang Selatan  
e-mail: <sup>2</sup>dosen01640@unpam.ac.id

### Abstract

*This research aims to determine the effect of product quality and price on customer loyalty at the Keude Mie Aceh 46 Villa Reni Pamulang Restaurant in South Tangerang City. The method used is a quantitative method. The sampling technique used is Probability Sampling with Random Sampling type. The number of samples used in this research was 96 respondents. Data analysis techniques using instrument tests, namely validity and reliability tests, classic assumption tests, namely normality test, multicollinearity test, heteroscedasticity test, autocorrelation test, simple linear regression test, multiple linear regression test, correlation coefficient test, coefficient of determination test and hypothesis test, namely t test and F test. The results of this research are that product quality has a significant effect on customer loyalty with the regression equation  $Y = 10.284 + 0.261X_1$ . Hypothesis testing obtained t value  $> t$  table ( $6.978 > 1.661$ ). Price has a significant effect on customer loyalty with the regression equation  $Y = 6.418 + 0.566X_2$ . Hypothesis testing obtained t value  $> t$  table ( $8.739 > 1.661$ ). Product quality and price simultaneously have a significant effect on customer loyalty with the regression equation  $Y = 5.306 + 0.94X_1 + 0.438X_2$ . Hypothesis testing obtained a value of Fcount  $> F$ table or ( $41.108 > 3.094$ ). Thus, it can be concluded that product quality and price have a positive and significant effect on customer loyalty.*

*Keywords: Product Quality; Price; Customer Loyalty*

### Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas produk dan harga terhadap loyalitas pelanggan pada Restoran Keude Mie Aceh 46 Villa Reni Pamulang Di Kota Tangerang Selatan. Metode yang digunakan adalah metode kuantitatif. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah Probability Sampling dengan jenis Random Sampling. Jumlah sampel yang digunakan pada penelitian ini sebanyak 96 responden. Teknik analisa data dengan uji instrumen yaitu uji validitas dan uji reliabilitas, uji asumsi klasik yaitu uji normalitas, uji multikolinearitas, uji heteroskedastisitas, uji autokorelasi, uji regresi linear sederhana, uji regresi linear berganda, uji koefisien korelasi, uji koefisien determinasi dan uji hipotesis yaitu uji t dan uji F. Hasil penelitian ini adalah Kualitas Produk berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan dengan persamaan regresi  $Y = 10,284 + 0,261X_1$ . Uji hipotesis diperoleh nilai t hitung  $> t$  tabel ( $6,978 > 1,985$ ). Harga berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan dengan persamaan regresi  $Y = 6,418 + 0,566X_2$ . Uji hipotesis diperoleh nilai t hitung  $> t$  tabel ( $8,739 > 1,985$ ). Kualitas produk dan Harga secara simultan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan dengan persamaan regresi  $Y = 5,306 + 0,094X_1 + 0,438X_2$ . Uji hipotesis diperoleh nilai Fhitung  $> F$ tabel atau ( $41,108 > 3,094$ ). Dengan

demikian dapat disimpulkan bahwa Kualitas Produk dan Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan.

Kata Kunci : Kualitas Produk; Harga; Loyalitas Pelanggan

## 1. PENDAHULUAN

Kompetisi di ranah usaha kian melaju perkembangannya di Indonesia. Banyak produk yang bersaing untuk mendapatkan keuntungan serta kesetiaan dari para pelanggannya. Melihat pada praktek diberbagai belahan dunia, pertumbuhan bisnis makanan masih menempati posisi teratas. Kuantitas produk yang meningkat disertai dengan bertambah banyaknya peminat, membuat topik mengenai tingkat persaingan sudah menjadi bahasan yang lumrah dikeseharian. Dikarenakan hal yang demikian itu tingkat kompetisi akan senantiasa meningkat tajam.

Para pelaku bisnis dituntut mempunyai strategi supaya bisa memuaskan hati serta menumbuhkan antusias pelanggan pada produknya, yang dengan begitu bisa menjadikan pelanggan terpukau. Demikian itu bahwasannya makanan sejatinya kebutuhan primer bagi setiap manusia. Termasuk dalam konteks ini ialah restoran cepat saji yaitu Restoran Keude Mie Aceh 46 Villa Reni Pamulang Di Kota Tangerang Selatan. Sebagai makanan khas dari Aceh yang banyak digemari oleh masyarakat, Mie Aceh punya strategi pemasaran dari segi kualitas produk, harga, serta loyalitas pelanggan. Pelanggan akan menceritakan tentang suatu produk ke teman, keluarga atau orang disekitarnya tentang kepuasan menggunakan produk tersebut. Penting bagi pemilik usaha guna melihat apakah pelanggan mempunyai loyalitas yang tinggi atautkah rendah.

Terdapat faktor yang bisa memberi pengaruh pada loyalitas pelanggan salah satunya kualitas produk. Kualitas produk merupakan batu loncatan yang sempurna bagi penciptaan sebuah citra positif juga dalam menjaga pelanggan akan tetap loyal dalam waktu yang lama. Pelanggan bisa disebut loyal jika mereka punya komitmen yang tinggi dalam melakukan pembelian serta mengkonsumsi suatu produk secara berkelanjutan, meskipun harganya naik. Tjiptono dalam Sahabuddin (2019) Menyatakan bahwa, loyalitas pelanggan ditimbulkan oleh kepuasan. Kualitas produk dan harga begitu berhubungan erat dengan pelanggan.

Loyalitas pelanggan dikategorikan baik bila pelanggan berkemauan membeli kembali dari merk yang sama, serta memberikan rekomendasi dan memiliki komitmen kuat untuk tidak beralih kepada produk pesaingnya. Begitu sebaliknya apabila loyalitas pelanggan dikategorikan tidak baik maka pelanggan tidak berkemauan membeli kembali dari merk yang sama dan beralih kepada produk pesaingnya. Berikut hasil pra survey dari loyalitas pelanggan pada Restoran Keude Mie Aceh 46 Villa Reni Pamulang Di Kota Tangerang Selatan.

Tabel 1.1  
Pra Survey Loyalitas Pelanggan Pada Restoran Keude Mie Aceh 46

No	Pernyataan	Jawaban		Jumlah Responden	Persentase
		Ya	Tidak		
Pembelian Berulang					
1.	Saya tertarik akan melakukan pembelian berulang di Mie Aceh 46	5	25	30	83%
Mempertahankan					
2.	Menurut saya Kualitas Mie Aceh 46 harus dipertahankan	8	22	30	73%
Referensi					
3.	Saya akan merekomendasi Mie Aceh 46 kepada orang yang saya kenal	13	17	30	57%

Sumber: Pendahuluan Penelitian, 2023.

Berdasarkan Tabel 1.1 data pra survey yang dilakukan bisa dijelaskan bahwa dari 30 pelanggan yang menjadi responden, terdapat masalah pada loyalitas pelanggan Restoran Keude Mie Aceh 46 Villa Reni Pamulang, dimana pada indikator yang pertama terkait pembelian berulang hanya sebanyak 5 responden menjawab “ya” dan sebanyak 25 responden menjawab “tidak” dengan persentase sebesar 83%. Kemudian pada indikator kedua terkait mempertahankan hanya sebanyak 8 responden menjawab “ya” dan sebanyak 22 responden menjawab “tidak” dengan persentase 73%. Pada indikator yang terakhir terkait dengan referensi hanya sebanyak 13 responden menjawab “ya” dan sebanyak 17 responden menjawab “tidak” dengan persentase sebesar 57%. Dari data tersebut dapat dilihat bahwa masih ada terdapat permasalahan pada indikator Loyalitas Pelanggan.

Kualitas Produk juga mempengaruhi loyalitas pelanggan, dengan kualitas produk yang baik diharapkan mampu memberikan reaksi yang diinginkan dari pelanggan yakni rasa puas. Merujuk Kotler dan Armstrong (2021:230) mengatakan bahwa “Kualitas produk adalah

karakteristik suatu produk atau jasa yang menunjang kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan pelanggan”. Artinya perusahaan dituntut untuk senantiasa meningkatkan kualitas produk maupun jasanya, dikarenakan hal itu bisa menjadikan pelanggannya terpuaskan. Dalam kualitas produk terdapat 7 (Tujuh) hal yang dijadikan sebagai indikatornya yaitu ; kinerja, daya tahan, kesesuaian, fitur, reliabilitas, estetika, kesan kualitas (Menurut Garvin dalam Yamit, 2018:10). Keragaman produk di sebuah restoran dimaknai sebagai keanekaragaman produk, dengan kata lain ialah kelengkapan menu, mulai dari rasa, ukurannya, mutu, juga tingkat ketersediaan produk itu di restoran. Berikut Daftar Menu Restoran Keude Mie Aceh 46 Villa Reni Pamulang Di Kota Tangerang Selatan:

Tabel 1. 2  
 Daftar Menu Restoran Keude Mie Aceh 46 Villa Reni Pamulang Di Kota Tangerang Selatan

Mie Goreng Kering/Basah/Tumis	Harga Mie Goreng Kering/Basah/Tumis	Mie Rebus	Harga Mie Rebus
Mie Aceh Polos	Rp. 24.000,-	Mie Aceh Polos	Rp. 26.000,-
Mie Aceh Telor	Rp. 26.000,-	Mie Aceh Telor	Rp. 28.000,-
Mie Aceh Daging	Rp. 28.000,-	Mie Aceh Daging	Rp. 30.000,-
Mie Aceh Udang	Rp. 29.000,-	Mie Aceh Udang	Rp. 31.000,-
Mie Aceh Daging Telor	Rp. 32.000,-	Mie Aceh Daging Telor	Rp. 34.000,-
Mie Aceh Telor Udang	Rp. 33.000,-	Mie Aceh Telor Udang	Rp. 35.000,-
Mie Aceh Daging + Udang	Rp. 35.000,-	Mie Aceh Daging + Udang	Rp. 37.000,-
Mie Aceh Daging + Telor + Udang (Special)	Rp. 38.000,-	Mie Aceh Daging + Telor + Udang (Special)	Rp. 40.000,-

Sumber: Restoran Keude Mie Aceh 46 Villa Reni Pamulang Di Kota Tangerang Selatan 2023.

Sebagaimana yang terdapat dalam tabel tersebut, bisa diamati bahwasannya terdapat ketersediaan menu pada Restoran Keude Mie Aceh 46 Villa Reni Pamulang Di Kota Tangerang Selatan sehingga perlu ditambahkan varian baru kepada pelanggan, agar para pelanggan bisa memilih lebih banyak varian sesuai dengan selera.

Dalam rangka penyempurnaan kualitas produk, persaingan menjadi tantangan yang krusial bagi pengusaha. Produk berkualitas unggul tentunya bisa membuat pelanggan tertarik, yang dengan begitu bisa menaikkan angka penjualan. Berikut data kualitas produk Restoran Keude Mie Aceh 46 Villa Reni Pamulang.

Tabel 1. 3  
 Data Kualitas Produk Restoran Keude Mie Aceh 46 Villa Reni Pamulang

Indikator	Standar	Realisasi
Kinerja	Olahan mie aceh menggunakan mesin	Mie aceh yang diproduksi sudah menggunakan mesin
Daya Tahan Kesesuaian	4 hari Tekstur mie aceh yang lembut	2-3 hari Tekstur mie aceh 46 lembut, namun jika kelamaan digoreng bisa hancur
Fitur	Kemasan mie aceh yang baik menggunakan <i>thinwall</i>	Kemasan mie aceh masih menggunakan <i>styrofoam</i>
Reabilitas	Mie aceh memiliki rasa yang enak	Mie aceh 46 memiliki rasa yang khas dengan bumbu rempah yang enak
Estetika	Penampilan produk mie aceh disajikan dengan acar	Penampilan produk mie aceh 46 sesuai disajikan dengan acar
Kesan Kualitas	Mie aceh sudah memenuhi harapan pelanggan	Mie aceh 46 sudah memenuhi harapan pelanggan sesuai standarnya

Sumber : Pendahuluan Penelitian 2023.

Sebagaimana yang terdapat dalam tabel, bisa diamati bahwasannya terdapat indikator daya tahan, kesesuaian, dan fitur dari kualitas produk yang kurang diperhatikan oleh Restoran Keude Mie Aceh 46 Villa Reni Pamulang Di Kota Tangerang Selatan belum mampu menawarkan kualitas produk yang baik kepada pelanggan, jika pelaku bisnis tidak mencari solusi dari masalah tersebut maka akan mengakibatkan pelanggan yang sudah loyal akan pindah ke pesaing.

Adapun menu andalan Restoran Keude Mie Aceh 46 Villa Reni Pamulang Di Kota Tangerang Selatan yang banyak digemari oleh pelanggan ialah mie aceh goreng kering telor, sebagai berikut.



Gambar 1.1

Menu Best Seller

Sumber : Restoran Keude Mie Aceh 46 Villa Reni Pamulang Di Kota Tangerang Selatan

Selain kualitas produk terdapat faktor lainnya yaitu harga. Menurut Nurhalimah dalam Solikha

dkk (2020:69) “Harga faktor utama yang dapat mempengaruhi pilihan seorang pembeli, harga cukup berperan dalam menentukan pembelian pelanggan, untuk itu sebelum menetapkan suatu harga, sebaiknya perusahaan melihat beberapa referensi harga suatu produk yang dinilai cukup tinggi dalam penjualan”. Sehingga harga memilih peran yang penting dalam penilaian pelanggan. Dalam pengukuran harga terdapat empat indikator diantaranya adalah keterjangkauan harga, daya saing harga, kesesuaian harga dengan kualitas produk, dan kesesuaian harga dengan manfaat produk (Kotler dan Armstrong (2019:52).

Harga merupakan poin yang terpenting dalam pembuatan sebuah produk suatu perusahaan. Demikian itu ialah menjadi sebab timbulnya persaingan harga antar merek yang tersebar di pasar. Pelanggan cenderung peka pada perubahan harga, yang bisa berujung pada pelanggan itu beralih ke merek yang dianggapnya lebih murah. Merujuk Tjiptono dan Chandra dalam Priansa (2018:209) Menyebutkan bahwa harga adalah bagian yang melekat pada produk yang mencerminkan seberapa besar kualitas produk tersebut. Harga termasuk satu – satu nya unsur bauran pemasaran yang memberikan pendapatan bagi perusahaan serta bersifat fleksibel. Penetapan harga yang tinggi bisa menjadikan penjualan menurun. Sebaliknya, sedangkan jika terlampau rendah bisa menurunkan keuntungan yang didapatkan perusahaan.

Restoran Keude Mie Aceh 46 Villa Reni Pamulang Di Kota Tangerang Selatan merupakan usaha yang bergerak dibidang kuliner makanan. Restoran Keude Mie Aceh 46 Villa Reni Pamulang Di Kota Tangerang Selatan tentunya membutuhkan Kualitas produk, Harga yang ditawarkan bisa menentukan seperti apa sikap dari pelanggan dalam memberikan penilaian. Sebab, terdapat pandangan bahwasanya pelanggan yang loyal adalah pelanggan yang terpuaskan. Pelanggan akan mempertimbangkan bahan dari mie aceh baik dari ketahanan maupun rasanya. Tingginya daya tarik pelanggan membeli mie aceh, peneliti hendak melihat apakah pelanggan itu memanglah mempunyai kesukaan terhadap produk mie aceh karena harga yang ditawarkan terjangkau, atau memang terdapat faktor di luar itu yang mendorong masyarakat membeli mie aceh. Berikut ini merupakan data perbandingan harga Restoran

Keude Mie Aceh 46 Villa Reni Pamulang Di Kota Tangerang Selatan dengan restoran yang sejenis, yakni:

Tabel 1. 4  
Data Perbandingan Harga Restoran Keude Mie Aceh 46 dengan Restoran Mie Aceh yang sejenis

Restoran Keude Mie Aceh 46	Restoran Daphubu Kampung Aceh	Restoran Mie Aceh Sabang	Keterangan
Rp. 40.000,-	Rp. 33.000,-	Rp. 37.000,-	Lebih Mahal

Sumber: Pendahuluan Penelitian, 2023.

Memperhatikan data tersebut, bisa diamati bahwasanya harga Restoran Keude Mie Aceh 46 Villa Reni Pamulang Di Kota Tangerang Selatan memiliki selisih harga yang lebih mahal, ini mengidentifikasi bahwa ada persaingan harga setiap produk dapat memberikan pengaruh kepada pelanggan yang loyal dilihat dari harga persaingnya. Guna membeli sesuai apa yang dibutuhkan atau diinginkan, lewat kualitas produk yang ditawarkan ke pelanggan adalah sesuatu yang penting. Termasuk dalam hal yang menentukan apakah pelanggan mau melakukan pembelian ulang ialah bagaimana pengalaman mereka pada saat melakukan pembelian. Berikut ini data hasil penjualan pada Restoran Keude Mie Aceh 46 Villa Reni Pamulang Di Kota Tangerang Selatan.

Tabel 1. 5  
Data Penjualan Restoran Keude Mie Aceh 46 Villa Reni Pamulang Di Kota Tangerang Selatan 2020-2022

Tahun	Omzet Penjualan	Target Penjualan	Persentase	Keterangan
2020	Rp. 350.225.955	Rp.500.000.000,-	68%	Tidak Tercapai
2021	Rp. 422.850.698	Rp.600.000.000,-	75%	Tidak Tercapai
2022	Rp. 330.611.304	Rp.700.000.000,-	49%	Tidak Tercapai

Sumber: Data diolah peneliti, 2023.

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat bahwa akibat tingginya harga yang ditawarkan oleh restoran dan tidak sesuainya produk seperti yang diinginkan pelanggan, menyebabkan naik turun pendapatan restoran keude mie aceh 46. Apabila restoran tidak mengevaluasi harga dan tidak menyesuaikan produk yang diinginkan pelanggan maka ini akan menjadi hal buruk bagi restoran untuk kedepannya. Bahwa harga yang bersaing dapat memberikan pengaruh kepada loyalitas pelanggan. Perihal yang menjadi kendalanya yakni sulitnya mengidentifikasi perbedaan antara yang benar setia dan yang palsu meskipun bila dilihat dari perilakunya sama. Kesetiaan dimaknai sebagai hubungan yang kuat dengan pembelian ulang. Loyalitas pelanggan punya andil yang krusial pada restoran, menjaga hal itu artinya berupaya melakukan peningkatkan kinerja keuangan serta menjaga keberlangsungan restoran. Demikian itu

menjadi motif utama bagi restoran agar bisa menjaga loyalitas mereka. Adapun data pelanggan pada Restoran Kedue Mie Aceh 46 Villa Reni Pamulang Di Kota Tangerang Selatan tahun 2020-2022 adalah sebagai berikut :

Tabel 1. 6  
Data Pelanggan Pada Restoran Keude Mie Aceh 46 Villa Reni Pamulang Di Kota Tangerang Selatan

Data Pelanggan		
Tahun	Pembelian Berulang	Referensi
2020	3511	870
2021	4289	903
2022	2500	746

Sumber :Data Restoran Keude Mie Aceh 46 Villa Reni Pamulang Di Kota Tangerang Selatan,2023.

Dari tabel tersebut terlihat pelanggan yang melakukan pembelian berulang mengalami perubahan dimana data referensi yang naik turun dari tahun 2020 – 2022 terhadap produk Restoran Keude Mie Aceh 46 Villa Reni Pamulang Di Kota Tangerang Selatan, upaya guna mendapatkan pelanggan yang loyal tidaklah bisa dilaksanakan serta merta, melainkan melewati sejumlah langkah, mulai dari mencari pelanggan potensial sampai akhirnya memperoleh partners. Permasalahan terkait produk mie aceh, ialah bahwasanya produk yang dibeli adalah kesesuaian produk yang kualitasnya belum sesuai harapan pelanggan serta harga yang tergolong mahal tidak dapat mempertahankan loyalitas pelanggan

## 2. PENELITIAN YANG TERKAIT

Zulfi Ilfathna (2021) Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB Universitas Brawijaya Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Kober Mie Setan di Kota Malang. Terdapat pengaruh Kualitas Produk dan Harga yang signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan.

Nurmin Arianto, Febrian (2022) Jurnal Ekonomi Efektif, Vol. 4, No. 3 ISSN : 2622 – 8882, E-ISSN: 2622-9935. Universitas Pamulang Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada PT GV. Terdapat pengaruh Harga dan Kualitas Produk yang signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan.

Marshelly Chandra Kumala, Widodo (2019) Jurnal Manajemen Bisnis Krisnadwipayana (JMBK), Vol.7. No. 2 ISSN: 2338 – 4794 E-ISSN: 2579-7476 Universitas Krisnadwipayana Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan Alumunium Pada PT. Alakasa Extrusindo Jakarta. Terdapat pengaruh Harga dan Kualitas Produk yang signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan.

H Helmy Muhammad S, Heni Rohaeni, Wulan Yuliyana (2020) Jurnal Sain Manajemen, Vol 2 No 1 Universitas Adhirajasa Reswara Sanjaya Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan Telkomsel. Terdapat pengaruh Harga dan Kualitas Produk yang signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan.

Retno Ayu Dewi Novitawati, Ari Mahfud, Totok Sasongko (2019) Jurnal Ilmu Manajemen dan Akutansi Vol. 7, No.2 ISSN 2548-6152 (online) ISSN 2089-0532 (cetak) Universitas Tribuhwana Tungadewi Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Sanger Warung Kopi Aceh Kota Malang. Terdapat pengaruh Kualitas Produk dan Harga yang signifikan dan positif Terhadap Loyalitas Pelanggan.

## 3. METODE PENELITIAN

### a. Uji Instrumen Data

Analisis data ini dilakukan setelah data diperoleh dari sampel melalui instrumen, dan akan digunakan untuk menjawab masalah dalam penelitian atau untuk menguji hipotesis yang diajukan.

#### 1) Uji Validitas

Sugiyono (2019) menyatakan suatu skala atau instrumen pengukuran dapat dikatakan valid apabila alat ukur yang digunakan untuk mendapatkan data (mengukur) itu valid. Valid berarti instrumen tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa saja yang diukur. Jika  $r$ -hitung  $>$   $r$ -tabel maka instrument dikatakan valid. Jika  $r$ -hitung  $<$   $r$ -tabel maka instrumen dikatakan tidak valid. Adapun rumus yang digunakan dalam melakukan pengujian ini

$$r_{xy} = \frac{n \sum xy - (\sum x)(\sum y)}{\sqrt{\{n \sum x^2 - (\sum x)^2\} \{n \sum y^2 - (\sum y)^2\}}}$$

#### 2) Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas menurut Susan Stainback (1998) dalam Sugiyono (2015:267-268) menyatakan bahwa reliabilitas berkenaan dengan derajat konsistensi dan stabilitas data atau temuan. Dalam pandangan positivistic (kuantitatif), suatu data dinyatakan reliabel apabila dua atau lebih peneliti dalam objek yang sama menghasilkan data yang sama, atau peneliti

sama dalam waktu berbeda menghasilkan data yang sama, atau sekelompok data bila dipecah menjadi dua menunjukkan data yang tidak berbeda. Rumus reliabilitas dalam penelitian ini menggunakan rumus metode chronbacht alpha

$$rca = \left(\frac{k}{k-1}\right)\left(1 - \frac{\sum S_i}{\sum St}\right)$$

b. Uji Asumsi Klasik

1) Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk menguji apakah model regresi dalam penelitian ini memiliki residual yang berdistribusi normal atau tidak. Indikator model regresi yang baik adalah memiliki data terdistribusi normal.

2) Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas digunakan untuk menguji apakah suatu model regresi penelitian terdapat korelasi antar variabel independen (bebas).

3) Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain (Ghozali, 2018:120).

4) Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi adalah hubungan antara residual satu observasi dengan residual observasi lainnya (Winarno, 2015:5.29).

c. Analisis Regresi Linier

1) Analisis Regresi Linier Sederhana

Analisis regresi linear sederhana adalah regresi linear dimana variabel yang terlibat di dalamnya hanya dua, yaitu variabel terikat Y, dan satu variabel bebas X serta berpangkat satu.

$$Y = a + b.X$$

2) Analisis Regresi Linier Berganda

Menurut Sugiyono (2017:275) analisis regresi linier berganda digunakan oleh peneliti, apabila peneliti meramalkan bagaimana naik turunnya keadaan variabel dependen (kriterium), bila dua atau lebih

variabel independen sebagai faktor predictor dinaik turunkan nilainya (dimanipulasi).

$$Y = (a + \beta_1.X_1 + \beta_2.X_2 + \epsilon)$$

d. Uji Koefisien Korelasi

Menurut Sugiyono (2018:286) korelasi parsial digunakan untuk analisis atau pengujian hipotesis apabila peneliti bermaksud untuk mengetahui pengaruh atau hubungan variabel independen dengan dependen, dimana salah satu variabel independennya dikendalikan (dibuat tetap). Perhitungan korelasi parsial dapat dilakukan dengan rumus sebagai berikut

$$R_{yx_1.x_2} = \frac{ryx_1 - ryx_2.rx_1x_2}{\sqrt{1 - r^2x_1x_2} \sqrt{1 - r^2yx_2}}$$

e. Analisis Koefisien Determinasi

Dalam penelitian ini, analisis determinasi digunakan untuk mengetahui seberapa besar kemampuan variabel independen menerangkan variasi variabel dependen. Untuk mengetahui nilai dari koefisien determinasi, maka dalam penelitian ini menggunakan rumus sebagai berikut

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

f. Uji Hipotesis

1) Uji Regresi Parsial (Uji t)

Uji statistik t digunakan untuk mengetahui seberapa jauh pengaruh satu variabel independen secara individual dalam menjelaskan variasi variabel dependen (Ghozali, 2017:22). Untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh dari masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen dapat dilakukan dengan cara sebagai berikut:

a) Jika nilai signifikan < 0,05 maka Ha diterima dan H0 ditolak, berarti variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen.

b) Jika nilai signifikan > 0,05 maka Ha ditolak dan H0 diterima, berarti variabel independen tidak berpengaruh terhadap variabel dependen

2) Uji Simultan (Uji F)

Uji F digunakan untuk menguji apakah model regresi dapat digunakan untuk memprediksi variabel dependen. Hipotesis akan diuji dengan menggunakan tingkat signifikansi ( $\alpha$ ) sebesar 5 persen atau 0.05. Kriteria penerimaan atau penolakan hipotesis akan didasarkan pada nilai probabilitas signifikansi. Jika nilai probabilitas signifikansi  $< 0.05$ , maka hipotesis diterima. Hal ini berarti model regresi dapat digunakan untuk memprediksi variabel independen. Jika nilai probabilitas signifikansi  $> 0.05$ , maka hipotesis ditolak. Hal ini berarti model regresi tidak dapat digunakan untuk memprediksi variabel dependen.

#### 4. HASIL DAN PEMBAHASAN

##### a. Uji Validitas

**Tabel 4. 8**  
**Hasil Uji Validitas Berdasarkan Variabel Kualitas Produk (X1)**

No	Item Kuesioner	r hitung	r tabel	Keputusan
1.	Kualitas mie di Mie Aceh 46 memiliki rasa yang enak	0,463	0,200	Valid
2.	Restoran Keude Mie Aceh 46 memiliki kualitas mie yang baik	0,629	0,200	Valid
3.	Daya tahan Mie Aceh 46 dapat bertahan lama selama 2-3 hari jika disimpan dalam freezer	0,504	0,200	Valid
4.	Menurut saya Mie Aceh 46 disimpan dan dikemas dengan baik sehingga dapat menjaga daya tahan produk	0,545	0,200	Valid
5.	Menurut saya tekstur dari Mie Aceh 46 sudah sesuai kekentalannya mie pada umumnya	0,517	0,200	Valid
6.	Porsi Mie Aceh 46 disesuaikan berdasarkan kebutuhan pelanggan	0,646	0,200	Valid
7.	Kemasan Mie Aceh 46 aman dan higienis	0,471	0,200	Valid
8.	Saya merasa tampilan kemasan pada Mie Aceh 46 menarik	0,646	0,200	Valid
9.	Mie goreng kering adalah menu andalan pada Restoran Mie Aceh 46	0,396	0,200	Valid
10.	Produk Mie Aceh 46 sangat memuaskan pelanggan	0,572	0,200	Valid
11.	Estetika atau daya Tarik Mie Aceh 46 sudah memenuhi standar pelanggan	0,624	0,200	Valid
12.	Penampilan produk Mie Aceh 46 menarik	0,602	0,200	Valid
13.	Menurut saya Mie Aceh 46 memiliki cita rasa yang berkualitas	0,581	0,200	Valid
14.	Menurut saya Mie Aceh 46 merupakan Mie Aceh terbaik dan enak	0,624	0,200	Valid

Sumber: Pengolahan data SPSS versi 26 (2023)

Sebagaimana data yang nampak tersebut, untuk variabel kualitas produk (X1) memperlihatkan perolehan nilai r hitung yang ada di atas 0,200 ( $r \text{ hitung} > r \text{ tabel}$ ), dengan begitu berarti kesemua item kuesioner bisa disebut valid. Oleh karena itu, kuesioner yang dipakai adalah layak dijadikan data.

**Tabel 4. 9**  
**Hasil Uji Validitas Berdasarkan Variabel Harga (X2)**

No	Item Kuesioner	r hitung	r tabel	Keputusan
1.	Harga Pada Restoran Mie Aceh 46 relatif terjangkau	0,591	0,200	Valid
2.	Menurut saya harga Mie Aceh 46 sudah sesuai cita rasanya	0,534	0,200	Valid
3.	Harga Mie Aceh 46 dapat bersaing dengan penjual Mie Aceh lainnya	0,536	0,200	Valid
4.	Harga Produk Mie Aceh 46 bersaing dengan kompetitor lain	0,548	0,200	Valid
5.	Harga Mie Aceh 46 sesuai dengan Kualitas dan Cita rasanya	0,629	0,200	Valid
6.	Harga yang ditawarkan produk Mie Aceh 46 sesuai dengan kualitas produk yang diinginkan pelanggan	0,538	0,200	Valid
7.	Harga Mie Aceh 46 yang terjangkau sesuai dengan manfaatnya	0,554	0,200	Valid
8.	Harga yang ditawarkan Mie Aceh 46 sesuai dengan manfaat yang diberikan	0,575	0,200	Valid

Sumber: Data diolah, 2023.

Sebagaimana data yang nampak tersebut, untuk variabel harga (X2) menunjukkan besaran r hitung yang ada di atas 0,200 ( $r \text{ hitung} > r \text{ tabel}$ ), dengan begitu seluruh item bisa dikatakan valid. Oleh karena itu, kuesioner yang dipakai layak dijadikan data.

**Tabel 4. 10**  
**Hasil Uji Validitas Berdasarkan Variabel Loyalitas Pelanggan (Y)**

No	Item Kuesioner	r hitung	r tabel	Keputusan
1.	Saya akan melakukan pembelian berulang pada Restoran Mie Aceh 46 karena cita rasa dan harga yang terjangkau, saya akan lebih sering membelinya	0,626	0,200	Valid
2.	Saya tertarik akan melakukan pembelian ulang di Mie Aceh 46	0,581	0,200	Valid
3.	Menurut saya Kualitas Mie Aceh 46 harus dipertahankan	0,681	0,200	Valid
4.	Menurut saya bumbu dan cita rasa Mie Aceh 46 harus dipertahankan	0,668	0,200	Valid
5.	Saya akan merekomendasi Mie Aceh 46 kepada orang yang saya kenal	0,681	0,200	Valid
6.	Saya akan berencana melakukan pembelian ulang di Mie Aceh 46 dan merefensi ke orang lain	0,624	0,200	Valid

Sumber: Data diolah, 2023.

Sebagaimana data yang nampak tersebut, untuk variabel loyalitas pelanggan (Y) menunjukkan besaran r hitung yang di atas 0,200 ( $r \text{ hitung} > r \text{ tabel}$ ), dengan begitu seluruh item bisa dikatakan valid. Oleh karena itu, kuesioner yang dipakai adalah layak dijadikan data

##### b. Uji Reliabilitas

**Tabel 4. 12**  
**Hasil Uji Reliabilitas Variabel Harga (X2)**

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.687	8

Sumber: Pengolahan Data SPSS Versi 26 (2023)

Sebagaimana tabel tersebut memperlihatkan bahwasannya besaran

Cronbach's Alpha ada di angka 0,687 > 0,60 yang dengan begitu bisa dikatakan bahwasannya variabel Harga disini ialah Reliabel.

Tabel 4. 13

Hasil Uji Reliabilitas Variabel Loyalitas Pelanggan (Y)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.711	6

Sumber: Pengolahan Data SPSS Versi 26 (2023)

Sebagaimana tabel tersebut memperlihatkan bahwasannya Cronbach's Alpha ada di angka 0,711 > 0,60 yang dengan begitu bisa dikatakan bahwasannya variabel loyalitas pelanggan ialah Reliabel.

c. Uji Asumsi Klasik

1) Uji Normalitas

Tabel 4. 14

Hasil Uji Normalitas Dengan Kolmogorov-Smirnov Test

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		96
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.92232703
Most Extreme Differences	Absolute	.086
	Positive	.081
	Negative	-.086
Test Statistic		.086
Asymp. Sig. (2-tailed)		.073 <sup>c</sup>
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		
c. Lilliefors Significance Correction.		

Sumber: Pengolahan Data SPSS Versi 26 (2023)

Sebagaimana perolehan dalam tabel tersebut,  $\alpha = 0,073$  adalah besaran signifikan yang ada di atas  $\alpha = 0,05$  ( $0,073 > 0,05$ ). Lewat cara ini, distribusi pada pengujian ini diasumsikan normal.

2) Uji Multikolinearitas

Tabel 4. 15  
 Hasil Pengujian Multikolinearitas Dengan Collinearity Statistic Loyalitas Pelanggan Sebagai Variabel Dependen

Model		Coefficients <sup>a</sup>					Collinearity Statistics	
		Unstandardized Coefficients		Beta	t	Sig.	Tolerance	VIF
		B	Std. Error					
1	(Constant)	5.306	2.215		2.396	.019		
	KUALITAS PRODUK	.094	.049	.210	1.918	.058	.477	2.095
	HARGA	.438	.092	.518	4.736	.000	.477	2.095

a. Dependent Variable: LOYALITAS PELANGGAN  
 Sumber: Pengolahan Data SPSS Versi 26 (2023)

Sebagaimana perolehan uji multikolinearitas dalam tabel, didapati besaran tolerance variabel kualitas produk ada di angka 0,477 serta harga ada di angka

0,477 yang mana kedua nilai dari kedua variabel ada di atas 0,1. Berikutnya ialah besaran Variance Inflation Factor (VIF) untuk variabel kualitas produk ada di angka 2,095 serta harga ada di angka 2,095 yang mana besarnya tidak lebih dari 10. Dengan begitu, tidak terjadi gejala multikolinearitas di model regresi ini.

3) Uji Heteroskedastisitas

Tabel 4. 16

Hasil Pengujian Heteroskedastisitas Dengan Uji Glejser

Model		Coefficients <sup>a</sup>				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error			
1	(Constant)	3.032	1.432		2.118	.037
	Kualitas Produk	-.059	.032	-.275	-1.867	.065
	Harga	.054	.060	.132	.901	.370

a. Dependent Variable: Abs\_Res  
 Sumber: Pengolahan Data SPSS Versi 26 (2023)

Sebagaimana perolehan uji nampak dalam tabel tersebut, glejser test model untuk variabel Kualitas Produk (X1) memperoleh besaran probability signifikansi (Sig.) yakni 0,065 kemudian untuk harga (X2) ada di angka 0,370 yang mana besaran signifikansi keduanya (Sig.) > 0,05. Dengan begitu, bisa dikatakan tidak ada gangguan heteroskedastisitas pada regression model di data ini, yang artinya model regresi itu ialah layak digunakan menjadi data penelitian.

4) Uji Autokorelasi

Tabel 4. 17

Hasil Uji Autokorelasi Dengan Durbin-Watson

Model Summary <sup>b</sup>					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.685 <sup>a</sup>	.469	.458	1.94289	2.079

a. Predictors: (Constant), Harga, Kualitas Produk  
 b. Dependent Variable: Loyalitas Pelanggan  
 Sumber: Pengolahan Data SPSS Versi 26 (2023)

Sebagaimana perolehan uji yang nampak dalam tabel tersebut, demikan itu dibuktikan lewat perolehan Durbin-Watson berada diantara nilai Du dan 4-Du yakni  $1,710 < 2,079 < 2,290$ . Maka tidak ada autokorelasi pada model regresi ini.

d. Uji Regresi Linier

Tabel 4. 18

Hasil Pengujian Regresi Linear Sederhana Variabel Kualitas Produk (X1) Terhadap Loyalitas Pelanggan (Y)

Model		Coefficients <sup>a</sup>				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error			
1	(Constant)	10.284	2.160		4.760	.000
	Kualitas Produk	.261	.037	.584	6.978	.000

a. Dependent Variable: Loyalitas Pelanggan  
 Sumber: Pengolahan Data SPSS Versi 26 (2023)



Sebagaimana perolehan hitungan dari regresi yang nampak dalam tabel tersebut, didapati persamaan regresi  $Y = 10,284 + 0,261X_1$ .

Tabel 4. 19  
 Hasil Pengujian Regresi Linear Sederhana Variabel Harga (X2) Terhadap Loyalitas Pelanggan (Y)

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	Constant	6.418	2.168		2.961	.004
	Harga	.566	.065	.670	8.739	.000

Dependent Variable: Loyalitas Pelanggan  
 Sumber: Pengolahan Data SPSS Versi 26 (2023)

Sebagaimana perolehan hitung dari regresi yang nampak dalam tabel tersebut, didapati persamaan regresi  $Y = 6,418 + 0,566X_2$ .

Tabel 4. 20  
 Hasil Pengujian Regresi Linear Berganda Variabel Kualitas Produk (X1) dan Harga (X2) Terhadap Loyalitas Pelanggan (Y)

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	5.306	2.215		2.396	.019
	Kualitas Produk	.094	.049	.210	1.918	.058
	Harga	.438	.092	.518	4.736	.000

a. Dependent Variable: Loyalitas Pelanggan  
 Sumber: Pengolahan Data SPSS Versi 26 (2023)

Sebagaimana perolehan hitung dari regresi yang nampak dalam tabel tersebut, didapati persamaan regresi  $Y = 5,306 + 0,094X_1 + 0,438X_2$ .

e. Uji Koefisien Korelasi

Tabel 4. 21  
 Hasil Analisis Koefisien Korelasi Secara Parsial Antara Kualitas Produk (X1) Terhadap Loyalitas Pelanggan (Y)

Correlations		
Kualitas Produk	Pearson Correlation	1
	Sig. (2-tailed)	.584 <sup>**</sup>
	N	96
Loyalitas Pelanggan	Pearson Correlation	.584 <sup>**</sup>
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	96

Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).  
 Sumber: Pengolahan Data SPSS Versi 26 (2023)

Sebagaimana perolehan uji yang nampak dalam tabel tersebut, koefisien korelasinya didapati senilai 0,584 itu berarti kedua variabel tingkat hubungannya tergolong sedang yang berada di interval nilai koefisien korelasi (0,400-0,599).

Tabel 4. 22  
 Hasil Analisis Koefisien Korelasi Secara Parsial Harga (X2) Terhadap Loyalitas Pelanggan (Y)

Correlations			
		Harga	Loyalitas Pelanggan
Harga	Pearson Correlation	1	.670 <sup>**</sup>
	Sig. (2-tailed)		.000
	N	96	96
Loyalitas Pelanggan	Pearson Correlation	.670 <sup>**</sup>	1
	Sig. (2-tailed)	.000	
	N	96	96

\*. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).  
 Sumber: Pengolahan Data SPSS Versi 26 (2023)

Sebagaimana perolehan uji yang nampak dalam tabel tersebut, koefisien korelasinya didapati senilai 0,670 itu berarti kedua variabel tingkat hubungannya.

Tabel 4. 23  
 Hasil Analisis Koefisien Korelasi Secara Simultan Antara Kualitas Produk (X1) dan Harga (X2) Terhadap Loyalitas Pelanggan (Y)

Model Summary									
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics				
					R Square Change	F Change	df1	df2	Sig. F Change
1	.685 <sup>a</sup>	.469	.458	1.94289	.469	41.108	2	93	.000

a. Predictors: (Constant), Harga, Kualitas Produk  
 Sumber: Pengolahan Data SPSS Versi 26 (2023)

Sebagaimana perolehan uji yang nampak dalam tabel, koefisien korelasinya didapati senilai 0,685 itu berarti untuk variabel kualitas produk (X1) dan Harga (X2) tingkat hubungannya ialah kuat terhadap Loyalitas Pelanggan (Y), yang berada di interval nilai koefisien korelasi (0,600-0,799).

f. Uji Koefisien Determinasi

Tabel 4. 25  
 Hasil Analisis Koefisien Determinasi Secara Parsial Antara Kualitas Produk (X1) Terhadap Loyalitas Pelanggan (Y)

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.584 <sup>a</sup>	.341	.334	2.153

a. Predictors: (Constant), Kualitas Produk  
 Sumber: Pengolahan Data SPSS Versi 26 (2023)

Sebagaimana perolehan uji yang nampak dalam tabel, besaran R-square (koefisien determinasi) didapati ada di angka 0,341 dengan begitu kesimpulan yang bisa diambil bahwasannya variabel kualitas produk (X1) ialah punya pengaruh terhadap variabel loyalitas pelanggan (Y) senilai 34,1% sementara untuk yang 65,9% sisanya mendapat pengaruh dari faktor lainnya.

Tabel 4. 26  
 Hasil Analisis Koefisien Determinasi Secara Parsial Antara Harga (X2) Terhadap Loyalitas Pelanggan (Y)

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.670 <sup>a</sup>	.448	.442	1.970

a. Predictors: (Constant), Harga  
 Sumber: Pengolahan Data SPSS Versi 26 (2023)

Sebagaimana perolehan uji yang nampak dalam tabel, besaran R-square (koefisien determinasi) didapati ada di angka 0,448 yang dengan begitu bisa diambil kesimpulan bahwasannya variabel harga (X2) punya pengaruh terhadap variabel loyalitas pelanggan (Y) senilai 44,8% sementara untuk yang 55,2% sisanya mendapat pengaruh dari faktor lain.

Tabel 4. 27  
 Hasil Analisis Koefisien Determinasi Secara Simultan Antara Kualitas Produk (X1) dan Harga (X2) Terhadap Loyalitas Pelanggan (Y)

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.685 <sup>a</sup>	.469	.458	1.943

a. Predictors: (Constant), Harga, Kualitas Produk  
 Sumber: Pengolahan Data SPSS Versi 26 (2023)

Sebagaimana perolehan uji yang nampak dalam tabel, besaran R-square (koefisien determinasi) didapati ada di angka 0,469 yang dengan begitu bisa diambil kesimpulan bahwasannya untuk variabel Kualitas Produk (X1) dan Harga (X2) ialah mempunyai pengaruh terhadap variabel Loyalitas Pelanggan (Y) yakni senilai 46,9% sementara untuk 53,1% sisanya mendapat pengaruh dari faktor lain yang tidak dilaksanakan disini.

g. Uji Hipotesis

Tabel 4. 28  
 Hasil Uji Hipotesis (Uji t) Variabel Kualitas Produk (X1) Terhadap Loyalitas Pelanggan (Y)

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	10.284	2.160		4.760	.000
	Kualitas Produk	.261	.037	.584	6.978	.000

a. Dependent Variable: Loyalitas Pelanggan  
 Sumber: Pengolahan Data SPSS Versi 26 (2023)

Hasil pengolahan data diatas diperoleh thitung Sebagaimana perolehan uji yang nampak dalam tabel, didapati besaran t hitung > t tabel (6,978 > 1,985) perolehan itu turut dikuatkan lewat ρ value < Sig. 0,05 bisa juga (0,000 < 0,05). Dengan begitu maka H01 ditolak dan Ha1 diterima, hal ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan secara parsial antara

kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan pada Restoran Keude Mie Aceh 46 Villa Reni Pamulang Di Kota Tangerang Selatan.

Tabel 4. 29  
 Hasil Uji Hipotesis (Uji t) Variabel Harga (X2) Terhadap Loyalitas Pelanggan (Y)

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	6.418	2.168		2.961	.004
	Harga	.566	.065	.670	8.739	.000

a. Dependent Variable: Loyalitas Pelanggan  
 Sumber: Pengolahan Data SPSS Versi 26 (2023)

Sebagaimana perolehan uji yang nampak dalam tabel, didapati besaran t hitung > t tabel (8,739 > 1,985). Demikian itu turut dikuatkan lewat besaran ρ value < Sig. 0,05 atau (0,000 < 0,05). Dengan begitu maka H02 ditolak dan Ha2 diterima, hal ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan secara parsial antara harga terhadap loyalitas pelanggan pada Restoran Keude Mie Aceh 46 Villa Reni Pamulang Di Kota Tangerang Selatan.

Tabel 4. 30  
 Hasil Uji Hipotesis (Uji F) Secara Simultan Antara Kualitas Produk (X1) dan Harga (X2) Terhadap Loyalitas Pelanggan (Y)

ANOVA <sup>a</sup>						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	310.349	2	155.174	41.108	.000 <sup>b</sup>
	Residual	351.057	93	3.775		
	Total	661.406	95			

a. Dependent Variable: Loyalitas Pelanggan  
 b. Predictors: (Constant), Harga, Kualitas Produk  
 Sumber: Pengolahan Data SPSS Versi 26 (2023)

Sebagaimana perolehan uji yang nampak dalam tabel, didapati Fhitung > Ftabel atau (41,108 > 3,094), demikian itu turut dikuatkan lewat ρ value < Sig. 0,05 atau (0,000 < 0,05). Dengan demikian maka H03 ditolak dan Ha3 diterima, hal ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan secara simultan antara kualitas produk dan harga terhadap loyalitas pelanggan pada Restoran Keude Mie Aceh 46 Villa Reni Pamulang Di Kota Tangerang Selatan.

5. KESIMPULAN

Sebagaimana perolehan dari analisa yang sudah dilaksanakan, kesimpulan yang bisa dirumuskan penulis yakni:

- Kualitas produk (X1) terdapat pengaruh yang positif terhadap loyalitas pelanggan (Y) dengan persamaan regresi  $Y = 10,284 + 0,261X1$ . Terlihat t hitung > t tabel (6,978 > 1,985) dikuatkan lewat besaran < Sig. 0,05 atau (0,000 < 0,05). Dengan demikian maka

- H01 ditolak dan Ha1 diterima, artinya terdapat pengaruh yang signifikan secara parsial antara Kualitas Produk terhadap Loyalitas Pelanggan pada Restoran Keude Mie Aceh 46 Villa Reni Pamulang Di Kota Tangerang Selatan.
- b. Harga (X2) terdapat pengaruh yang positif terhadap loyalitas pelanggan (Y) dengan persamaan regresi  $Y = 6,418 + 0,566X_2$ . Terlihat  $t_{hitung} > t_{tabel}$  ( $8,739 > 1,985$ ) dikuatkan lewat  $\alpha < Sig.$  0,05 atau ( $0,000 < 0,05$ ). Dengan demikian maka H02 ditolak dan Ha2 diterima, artinya terdapat pengaruh yang signifikan secara parsial antara Harga terhadap Loyalitas Pelanggan pada Restoran Keude Mie Aceh 46 Villa Reni Pamulang Di Kota Tangerang Selatan.
- c. Kualitas produk (X1) dan Harga (X2) terdapat pengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan (Y) dengan persamaan regresi  $Y = 5,306 + 0,094X_1 + 0,438X_2$ . Terlihat  $F_{hitung} > F_{tabel}$  ( $41,108 > 3,094$ ) dikuatkan lewat  $\alpha < Sig.$  0,05 atau ( $0,000 < 0,05$ ). Dengan demikian maka H03 ditolak dan Ha3 diterima, artinya terdapat pengaruh yang signifikan secara simultan antara Kualitas Produk dan Harga terhadap Loyalitas Pelanggan pada Restoran Keude Mie Aceh 46 Villa Reni Pamulang Di Kota Tangerang Selatan.
- DAFTAR PUSTAKA**
- [1] Daniel I Nyoman Renatha Cardia, I Wayan Santika, Ni Nyoman Rsi Respati. (2019). Pengaruh Kualitas Produk Harga Dan Promosi Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Pengguna Kartu Prabayar Smartfren Di Kota Denpasar. E-Jurnal Manajemen. Vol. 8 (11).
- [2] H Helmy Muhammad S, Heni Rohaeni, Wulan Yuliyana. (2020). Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan Telkomsel. Jurnal Sain Manajemen. Vol 2 (1).
- [3] Haryantini. (2023). The Effect of Product Quality, Price, and Quality of Service on Consumer Satisfaction. Jurnal Pemasaran Kompetitif, Vol. 06 (3). Hal 329-341. ISSN NO. (PRINT) 2598-0823, (ONLINE) 2598-2893.
- [4] Leni Kurnia Dewi. (2021). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Dimediasi Kepuasan Pelanggan Pada Queenstreet store. Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen. Vol. 10 (5)
- [5] Nurmin Arianto, Febrian. (2022). Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada PT GV. Jurnal Ekonomi Efektif. Vol 4 (3).
- [6] Reno Maulidio, Anis Dwiastanti. (2022). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Amstirdam Coffe di Malang. Jurnal Ilmu-ilmu Sosial. Vol 19 (1).