



INNOVATIVE: Journal Of Social Science Research

Volume 3 Nomor 3 Tahun 2023 Page 3140-3154

E-ISSN 2807-4238 and P-ISSN 2807-4246

Website: <https://j-innovative.org/index.php/Innovative>

Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, dan Harga Terhadap
Loyalitas Pelanggan Pada Toko Ridho (Grosir Sembako)
di Desa Sukosewu, Gandusari

Okta Fitria Anggraeni^{1✉}, Fia Rahma²

Prodi Manajemen Bisnis Syariah, UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung

Email: oktafitriaanggraeni@gmail.com^{1✉}

Abstrak

Grosir merupakan salah satu usaha dagang yang dimana pelaku usahanya membeli barang dalam jumlah besar kemudian menjual kembali barang yang mereka beli tanpa merubah bentuknya. Usaha grosir menjadi salah usaha yang banyak ditemui disetiap daerah. Mengingat usaha grosir menjadi salah satu usaha yang banyak diminati oleh para konsumen, terdapat beberapa faktor yang dapat mempengaruhi loyalitas pelanggan yaitu kualitas pelayanan kualitas produk dan harga. Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh kualitas pelayanan, kualitas produk dan harga terhadap loyalitas pelanggan. Populasi dalam penelitian ini adalah pelanggan Toko Ridho grosir sembako di Desa Sukosewu, Gandusari dengan jumlah sampel 80 responden menggunakan non-probability sampling dengan teknik accidental. Pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan kuisisioner. Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linier berganda dengan bantuan program SPSS. Pengujian hipotesis menggunakan uji t dan simultan dengan uji F. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa secara parsial kualitas pelayanan, kualitas produk dan harga berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan pada Toko Ridho grosir sembako di Desa Sukosewu, Gandusari yang telah melakukan pembelian minimal 3 kali. Sedangkan pada uji simultan menunjukkan bahwa kualitas pelayanan, kualitas produk dan harga secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk pada Toko Ridho grosir sembako di Desa Sukosewu, Gandusari..

Kata Kunci: *Kualitas pelayanan, kualitas produk, harga, loyalitas pelanggan*

Abstract

Wholesale is a trading business in which business actors buy goods in large quantities and then resell the goods they buy without changing their shape. Wholesale business is one of the businesses that can be found in every region. Considering that the wholesale business is one of the businesses that consumers are most interested in, there are several factors that can affect customer loyalty, namely service quality, product quality and price. This study aims to examine the effect of service quality, product quality and price on customer loyalty. The population in this study were customers of the wholesale grocery store Ridho in Sukosewu Village, Gandusari with a sample size of 80 respondents using accidental non-probability sampling. Data collection was carried out using a questionnaire. The analytical method used in this study is multiple linear regression analysis with the help of the SPSS program. Testing the hypothesis using the t test and simultaneously with the F test. The results of this study indicate that partially service quality, product quality and price affect customer loyalty at the Ridho grocery store in Sukosewu Village, Gandusari which has made purchases at least 3 times. Whereas the simultaneous test shows that service quality, product quality and price simultaneously have a positive and significant effect on product purchasing decisions at the Ridho grocery store in Sukosewu Village, Gandusari.

Keyword: *Service quality, product quality, price, customer loyalty*

PENDAHULUAN

Seiring dengan perkembangan zaman dan teknologi yang semakin canggih di era modern saat ini, terdapat suatu tantangan baru bagi seluruh bidang industri yang beroperasi di Indonesia, yang akan berpengaruh kepada perluasan pasar, perubahan perilaku konsumen dan persaingan dalam dunia bisnis yang semakin ketat. Bidang industri dagang merupakan salah satu industri yang sedang berkembang pesat saat ini dan mempunyai peran penting bagi kemajuan perekonomian disuatu negara maupun daerah. Perkembangan tersebut akan memberikan pengaruh yang baik serta nilai yang sangat berarti bagi masyarakat. Hal tersebut mengakibatkan semakin meningkatnya industri perdagangan, salah satunya yang bergerak pada bidang grosir. (Wahyuni, 2017)

Grosir merupakan salah satu usaha dagang yang dimana pelaku usahanya membeli barang dalam jumlah besar kemudian menjual kembali barang yang mereka beli tanpa merubah bentuknya. (Husin, 2020) Kegiatan usaha ini dilakukan dengan cara memasukkan supplier dan menjualnya kembali kepada para konsumen. Usaha grosir menjadi salah satu usaha yang banyak ditemui disetiap daerah. Mengingat usaha grosir menjadi salah satu usaha yang banyak diminati oleh para konsumen, karena usaha grosir menyediakan berbagai macam kebutuhan pokok dan menjadi pilihan pedagang retail dalam menyetok barang.

Toko Ridho merupakan toko grosir sembako yang beralamat di jalan Pancasila, Desa Sukosewu, Kecamatan Gandusari, Kabupaten Blitar. Lokasi Toko Ridho terbilang cukup strategis, karena bertempat dipinggir jalan raya sehingga memudahkan para konsumen dalam membeli barang. Toko ini didirikan pada tahun 2015 oleh Bapak Dian Purnomo sebagai pemilik toko. Pemilik usaha memutuskan mendirikan grosir sembako karena produk yang dijual merupakan kebutuhan pokok masyarakat sehari-hari. Namun dengan seiring berkembangnya zaman dan banyaknya pesaing grosir sembako yang muncul, mengakibatkan persaingan semakin ketat. Pesaingan yang semakin ketat tersebut ditandai dengan banyaknya bisnis dalam bidang grosir sembako yang menjual produk dengan jenis yang sama akan tetapi harga dan pelayanan yang berbeda. Pendapatan toko yang tidak menentu merupakan akibat dari semakin banyaknya pesaing. Berikut merupakan laporan penjualan Toko Ridho pada tanggal 1 April sampai tanggal 14 April 2022:

Tabel 1. Laporan penjualan Toko Ridho pada tanggal 1-14 bulan April 2023

No	Tanggal	Total Penjualan
1	1 April	36.998.500
2	2 April	57.126.650
3	3 April	43.654.700
4	4 April	39.088.000
5	5 April	46.969.800
6	6 April	41.951.500
7	7 April	27.828.000
8	8 April	37.424.500
9	9 April	58.745.600
10	10 April	33.527.500
11	11 April	31.621.500
12	12 April	46.941.500
13	13 April	29.300.000
14	14 April	38.298.500

Sumber : Laporan Penjualan Toko Ridho Tanggal 1-14 April 2023 Berdasarkan

laporan penjualan tersebut dapat diketahui bahwa terdapat perbedaan

total penjualan setiap harinya. Jadi untuk mengatasi agar penjualan dapat mengalami kenaikan yang signifikan maka pembisnis membuat terobosan baru guna mempertahankan pangsa pasar. Hal ini dilakukan dengan memunculkan perbedaan antar pesaing lainnya untuk menarik minat beli konsumen, dengan menerapkan pelayanan yang memuaskan dan ketersediaan barang yang lengkap. Perbedaan Toko Ridho dengan usaha grosir lainnya selain memperoleh profit namun juga memperhatikan benefit. Prinsip amanah yang diterapkan oleh pemilik toko diharapkan dapat meningkatkan kepercayaan konsumen sehingga menciptakan loyalitas dalam berlangganan. Loyalitas pelanggan merupakan kunci kesuksesan bagi pembisnis, tidak hanya dalam jangka pendek tetapi menjadi keunggulan bersaing yang berkelanjutan. Pelanggan yang loyal tidak akan mudah terpengaruh atau berpindah ke toko lain. Loyalitas pelanggan dapat tercipta oleh berbagai faktor yaitu kualitas pelayanan, kualitas produk dan harga digunakan mempengaruhi loyalitas pelanggan.

Faktor pertama yang dapat mempengaruhi loyalitas pelanggan yaitu kualitas pelayanan. Menurut Kotler kualitas pelayanan yaitu bentuk penilaian konsumen terhadap tingkat pelayanan yang diterima dengan tingkat pelayanan yang diharapkan (Zikri & Harahap, 2022). Penyelenggaraan pelayanan khususnya toko grosir harus memberikan pelayanan semaksimal mungkin agar para konsumen merasa puas dan menjadi loyal. Kualitas pelayanan yang diberikan oleh Toko Ridho salah satunya yaitu pesanan dapat diantarkan sesuai dengan keinginan konsumen secara gratis tanpa ada batas pembelian maupun jarak. Toko Ridho sangat memaksimalkan kualitas pelayanan yang diberikan kepada konsumennya, hal tersebut dapat dilihat dari karyawannya yang melayani konsumen dengan ramah, sopan, dan jujur agar para konsumen merasa nyaman dan puas saat berbelanja.

Faktor kedua yang dapat mempengaruhi loyalitas pelanggan yaitu kualitas produk. Menurut Kotler dan Keller kualitas produk yaitu kemampuan suatu barang untuk memberikan hasil atau kinerja yang sesuai bahkan melebihi dari apa yang diinginkan pelanggan (Ferine & Juniarti, 2022). Jadi kualitas produk juga merupakan faktor yang sangat penting didalam menentukan keputusan pembelian konsumen. Konsumen cenderung melihat bagaimana kualitas produk yang ditawarkan, kualitas produk yang tidak sesuai akan mempengaruhi keputusan pembelian konsumen. Pada dasarnya semakin banyak pilihan produk yang tersedia maka semakin banyak pula pilihan bagi konsumen untuk dapat memilih produk yang sesuai dengan harapannya. Toko Ridho menjual banyak produk yang dibutuhkan para pelanggan dengan kualitas yang baik. Keunggulan dari produk dapat diketahui oleh konsumen dan bisa membuat konsumen

tertarik untuk mencoba dan kemudian akan mengambil keputusan untuk membeli produk tersebut.

Faktor ketiga yang dapat mempengaruhi loyalitas pelanggan yaitu harga. Menurut Kotler dan Amstrong harga yaitu sejumlah uang yang diberikan atas suatu barang, jasa atau jumlah dari nilai uang yang ditukar konsumen atas manfaat karena memiliki atau menggunakan produk atau jasa tersebut (Wicaksono, 2020). Harga sangat berpengaruh terhadap minat beli konsumen karena apabila harga yang ditawarkan lebih miring dengan kualitas produk yang bagus maka konsumen akan tertarik untuk membeli. Konsumen atau pedagang retail cenderung akan memilih toko grosir yang menawarkan harga yang lebih miring atau lebih murah dibanding grosir lainnya.

Berdasarkan research gap penelitian yang dilakukan oleh Yuliawati, menyatakan bahwa loyalitas pelanggan bisa terbentuk karena mendapat tingkat pelayanan yang baik, mendapatkan kualitas produk yang bagus dengan harga yang relatif murah akan memberikan kepuasan terhadap pelanggan. Dengan begitu dijelaskan bahwa kualitas pelayanan, kualitas produk, dan harga dapat mempengaruhi loyalitas pelanggan (Yuliawati, Rahmawati, Ella, & Sarjaya, 2021). Berdasarkan latar belakang inilah peneliti tertarik untuk mengkaji lebih lanjut bagaimana pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Toko Ridho (Sembako Grosir) Di Desa Sukosewu, Gandusari.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Menurut Sugiyono metode kuantitatif adalah sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme yang digunakan untuk meneliti pada populasi dan sampel, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah diterapkan (Alfianika, 2018). Jenis penelitian ini menggunakan penelitian asosiatif. Penelitian asosiatif adalah penelitian yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh ataupun juga hubungan antara dua variabel atau lebih (Wulandari & Efendi, 2022)

Populasi pada penelitian ini yaitu semua pelanggan pada toko Ridho sembako grosir Desa Sukosewu. Populasi pada penelitian ini sebanyak 100 Orang dari jumlah data pembelian tujuh hari terakhir di toko Ridho. Sedangkan sampling yang digunakan yaitu non-probability sampling dengan teknik accidental. Menurut sugiyono accidental sampling yaitu teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan atau siapa saja yang kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sampel, bila dirasa orang yang

kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data (GS, Istanti, & Kristiawati, 2022). Penentuan jumlah sampel menggunakan rumus slovin dengan kesalahan 5%, sehingga dapat diketahui sampel pada penelitian ini sebanyak 80responden.

Data yang digunakan pada penelitian ini yaitu data primer dan data sekunder. Data primer menurut sugiyono yaitu suatu data yang diperoleh langsung dari sumber peneliti. Data primer dalam penelitian ini adalah hasil wawancara dari pemilik toko, pelanggan dan karyawan toko Ridho. Sedangkan pengertian data sekunder yaitu data yang peneliti tidak langsung mendapatkannya jadi data yang diperoleh dari orang ketiga. Data sekunder dari penelitian ini adalah referensi dari buku, website, jurnal, penelitian terdahulu maupun sumber lain yang berkaitan (Handayani, 2022). Teknik pengumpulan data pada penelitian ini menggunakan angket atau kuisisioner. Menurut sugiyono kuisisioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan beberapa pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. (Prawiyogi, Sadiyah, Purwanugraha, & Elisa, 2021).

Pengumpulan data menggunakan skala likert yaitu skala yang digunakan untuk mengukur persepsi, sikap atau pendapat seseorang atau kelompok orang tentang fenomena sosial. Dalam penelitian ini skala likert yang digunakan yaitu skala likert dengan skor 5,4,3,2,1 mulai dari sangat setuju, setuju, netral, tidak setuju, sangat tidak setuju (Pranatawijaya, Widiatry, Priskila, & Putra, 2019). Dalam menentukan hasil penelitian, peneliti menggunakan software SPSS versi 22 (Statistical Program For Social Science) untuk melakukan pengolahan data.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Asumsi Klasik

Penelitian ini menggunakan uji regresi linier berganda untuk menguji bagaimana pengaruh variabel independen (kualitas pelayanan, kualitas produk, dan harga) terhadap variabel dependen (loyalitas pelanggan). Sebelum dilakukan uji regresi linier berganda, peneliti melakukan uji asumsi klasik terlebih dahulu. Uji asumsi klasik pada penelitian ini terdiri dari uji normalitas, uji multikolinieritas, dan uji heterokedastisitas.

Uji normalitas dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui apakah terdapat data yang berdistribusi secara normal. Pada perhitungan normalitas, peneliti menggunakan uji Kolmogorov-Smirnov dengan tingkat signifikansi lebih besar dari 0,05 sehingga data yang dihasilkan dapat dikatakan berdistribusi normal. Berikut hasil uji normalitas pada penelitian ini:

Tabel 2. Hasil Uji Normalitas

Model	Sig.
Regresi	0,200

Sumber : Data Primer yang diolah IBM SPSS 22, Juni 2023

Berdasarkan tabel hasil uji normalitas diatas menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan, kualitas produk dan harga terhadap variabel loyalitas pelanggan memiliki nilai signifikan sebesar 0,200 yang artinya nilai tersebut lebih besar dari 0,05 sehingga dapat disimpulkan bahwa semua variabel dinyatakan berdistribusi normal.

Tabel 3. Hasil Uji Multikolinieritas

Tolerance	VIF
0,976	1,024
0,887	1,128
0,882	1,133

Sumber : Data Primer yang diolah IBM SPSS 22, Juni 2023

Uji multikolinieritas dilakukan untuk menunjukkan bahwa tidak ada variabel bebas yang memiliki nilai VIF (Variance Inflation Factor) lebih dari 10 dan nilai tolerance yang kurang dari 0,1. Berdasarkan pada tabel diatas dapat diketahui bahwa nilai VIF pada variabel kualitas pelayanan (X1) sebesar 1,024 dengan nilai Tolerance 0,976. Pada variabel kualitas produk (X2) nilai VIF sebesar 1,128 dengan nilai Tolerance 0,887. Pada variabel Harga (X3) nilai VIF sebesar 1,133 dengan nilai Tolerance 0,882. Maka dapat disimpulkan bahwa semua variabel bebas memiliki nilai VIF kurang dari 10 dan nilai Tolerance lebih dari 0,1, sehingga data pada penelitian ini tidak terjadi multikolinieritas.

Tabel 4. Hasil Uji Heterokedastisitas

Variabel	Sig.
Kualitas Pelayanan (X1)	0,130
Kualitas Produk (X2)	0,191
Harga (X3)	0,771

Sumber : Data Primer yang diolah IBM SPSS 22, Juni 2023

Uji heterokedastisitas dilakukan untuk melihat apakah terdapat varian dan residual untuk semua pengamatan pada model regresi linier. Dalam melakukan uji heterokedastisitas pada penelitian ini menggunakan uji Glejser dengan menggunakan

signifikansi lebih besar dari 0,05. Berdasarkan tabel diatas dari hasil tersebut semua variabel bebas kualitas pelayanan (X1), kualitas produk (X2), harga (X3) memiliki nilai signifikansi lebih dari 0,05 sehingga data tersebut tidak terjadi heterokedastisitas.

Berdasarkan hasil uji asumsi klasik yang telah dilakukan disimpulkan bahwa data penelitian berdistribusi normal, tidak terjadi multikolinieritas, dan tidak ada gejala heterokedastisitas sehingga memenuhi syarat untuk dilakukan uji regresi linier berganda.

Uji Instrumen

Sebelum dilakukan uji regresi linier berganda, peneliti melakukan uji instrumen terlebih dahulu yang terdiri dari uji validitas dan uji reliabilitas. Uji validitas digunakan untuk mengukur apakah sebuah pernyataan dikatakan valid diukur dengan jika r hitung $>$ r tabel maka pernyataan dikatakan valid. Sebaliknya jika r hitung $<$ r tabel, maka pernyataan dikatakan tidak valid. Jumlah responden dalam penelitian ini adalah 80 responden sehingga diperoleh df (degree of freedom) = $80 - 2 = 78$ dengan α 0,05 didapatkan r tabel yaitu 0,219 dengan tingkat signifikan 0,5.

Tabel 5. Hasil Uji Validitas

No.	Variabel - Indikator	r hitung	r tabel	keterangan
1	Kualitas Pelayanan			
	Indikator X1.1	0,784	0,219	Valid
	Indikator X1.2	0,728	0,219	Valid
	Indikator X1.3	0,537	0,219	Valid
	Indikator X1.4	0,715	0,219	Valid
	Indikator X1.5	0,591	0,219	Valid
	Indikator X1.6	0,563	0,219	Valid
	Indikator X1.7	0,735	0,219	Valid
	Indikator X1.8	0,767	0,219	Valid
2	Kualitas Produk			
	Indikator X2.1	0,749	0,219	Valid
	Indikator X2.2	0,674	0,219	Valid
	Indikator X2.3	0,690	0,219	Valid
	Indikator X2.4	0,632	0,219	Valid
	Indikator X2.5	0,669	0,219	Valid
	Indikator X2.6	0,639	0,219	Valid

	Indikator X2.7	0,681	0,219	Valid
	Indikator X2.8	0,691	0,219	Valid
	Indikator X2.9	0,719	0,219	Valid
	Indikator X2.10	0,672	0,219	Valid
3	Harga			
	Indikator X3.1	0,399	0,219	Valid
	Indikator X3.2	0,619	0,219	Valid
	Indikator X3.3	0,751	0,219	Valid
	Indikator X3.4	0,593	0,219	Valid
	Indikator X3.5	0,538	0,219	Valid
	Indikator X3.6	0,533	0,219	Valid
	Indikator X3.7	0,583	0,219	Valid
	Indikator X3.8	0,528	0,219	Valid
4	Loyalitas Pelanggan			
	Indikator X4.1	0,789	0,219	Valid
	Indikator X4.2	0,770	0,219	Valid
	Indikator X4.3	0,721	0,219	Valid
	Indikator X4.4	0,766	0,219	Valid
	Indikator X4.5	0,814	0,219	Valid
	Indikator X4.6	0,790	0,219	Valid
	Indikator X4.7	0,772	0,219	Valid

Sumber : Data Primer yang diolah IBM SPSS 22, Juni 2023

Uji reliabilitas digunakan untuk mengukur objek yang sama berulang kali dengan tetap menghasilkan data yang sama atau konsisten. Hasil dari uji reliabilitas untuk ketiga variabel independen dan satu variabel dependen semuanya reliabel. Uji reliabilitas dilakukan dengan menggunakan metode Cronbach's Alpha dengan kriteria nilai Cronbach's Alpha > 0,60. Berikut hasil uji reliabilitas :

Tabel 6. Hasil uji Reliabilitas

Variabel	Cronbanch Alpha	Keterangan
Kualitas Pelayanan (X1)	0,825	Reliabel
Kualitas Produk (X2)	0,870	Reliabel
Harga (X3)	0,603	Reliabel
Loyalitas Pelanggan (Y)	0,886	Reliabel

Sumber : Data Primer yang diolah IBM SPSS 22, Juni 2023

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa variabel kualitas pelayanan (X1), kualitas produk (X2), harga (X3) dan loyalitas pelanggan (Y) memiliki nilai Cronbach's Alpha lebih besar dari 0,60, sehingga dapat dikatakan bahwa data tersebut dikatakan reliabel.

Berdasarkan hasil uji instrumen yang telah dilakukan disimpulkan bahwa data penelitian dikatakan valid dan reliabel sehingga memenuhi syarat untuk dilakukan uji regresi linier berganda.

Uji Regresi linier berganda

Uji regresi linier berganda merupakan model regresi yang melibatkan lebih dari satu variabel independen. Analisis regresi linier berganda ditujukan untuk mengetahui pengaruh antara variabel independen (Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, Harga) dengan variabel dependen (Loyalitas Pelanggan).

Tabel 7. Uji Regresi Linier berganda

Variabel	Nilai Koefisien Parameter
Konstanta	7,901
Kualita Pelayanan (X1)	0,209
Kualitas Produk (X2)	0,146
Harga (X3)	0,735

Sumber : Data Primer yang diolah IBM SPSS 22, Juni 2023

Pada uji regresi linier berganda terdapat rumus yang mana $Y = a + b_1.X_1 + b_2.X_2 + b_3.X_3 + e$. Berdasarkan tabel 8 dapat diketahui $Y = 7,901 + 0,209.X_1 + 0,146.X_2 + 0,735.X_3 + e$. Untuk interpretasinya, nilai a sebesar 7,901 merupakan konstanta atau keadaan saat variabel loyalitas pelanggan belum dipengaruhi oleh variabel lain yaitu variabel kualitas pelayanan (X1), kualitas produk (X2) dan harga (X3). Jika variabel independen tidak ada maka variabel loyalitas pelanggan tidak mengalami perubahan.

Pada b_1 (nilai koefisien regresi X1) mempunyai nilai sebesar 0,209. Pada nilai b_2 (nilai koefisien regresi X2) mempunyai nilai sebesar 0,146 dan pada nilai b_3 (nilai koefisien regresi X3) mempunyai nilai sebesar 0,735. Nilai dari semua variabel menunjukkan bahwa mempunyai pengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan.

Uji

Hipotesis

s Uji T

(Parsial)

Uji t digunakan untuk menguji signifikansi individu secara parsial dari variabel independen (Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, Harga) terhadap variabel dependen (Loyalitas Pelanggan) yang dinyatakan dengan nilai signifikansi $< 0,05$, atau t hitung $> t$ tabel maka variabel independen secara parsial mempengaruhi variabel dependen.

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

$$t \text{ tabel} = t (0,05/2 ; 80 - 3 - 1)$$

$$= t (0,025 ; 76) = 1,992$$

Tabel 8. Hasil Uji T Parsial

Variabel	t Hitung	Sig.
Kualitas Pelayanan (X1)	2,192	0,031
Kualiatas Produk (X2)	2,136	0,036
Harga (X3)	3.649	0,000

Sumber : Data Primer yang diolah IBM SPSS 22, Juni 2023

Pada variabel kualitas pelayanan (X1) dapat diketahui bahwa nilai Sig. X1 terhadap Y sebesar $0,031 < 0,05$ dan nilai t hitung $2,192 > t$ tabel $1,992$ sehingga hipotesisnya H_0 ditolak dan H_a diterima jadi terdapat pengaruh yang positif antara kualitas pelayanan (X1) terhadap loyalitas pelanggan (Y) di Toko Ridho.

- a. Pada variabel kualitas produk (X2) dapat diketahui bahwa nilai Sig. X2 terhadap Y sebesar $0,036 < 0,05$ dan nilai t hitung $2,136 > t$ tabel $1,992$ sehingga hipotesisnya H_0 ditolak dan H_a diterima jadi terdapat pengaruh yang positif antara kualitas produk (X2) terhadap loyalitas pelanggan (Y) di Toko Ridho.
- b. Pada variabel harga (X3) dapat diketahui bahwa nilai Sig. X3 terhadap Y sebesar $0,000 < 0,05$ dan t hitung $3,649 > t$ tabel $1,992$ sehingga hipotesisnya H_0 ditolak dan H_a diterima jadi terdapat pengaruh yang positif antara harga (X3) terhadap loyalitas pelanggan (Y) di Toko Ridho.
- c. Berdasarkan keterangan uji hipotesis di atas maka dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan (X1), kualitas produk (X2) dan harga (X3) mempunyai pengaruh yang positif terhadap loyalitas pelanggan (Y) di Toko Ridho.

Uji F (Simultan)

Uji f atau uji simultan digunakan untuk mengetahui apakah seluruh variabel independen (Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, Harga) secara simultan memiliki pengaruh terhadap variabel dependen (Loyalitas Pelanggan) dengan nilai signifikansi $< 0,05$, atau f hitung $> f$ tabel maka terdapat pengaruh variabel X secara simultan terhadap variabel Y. Variabel independen dan variabel dependen secara simultan berpengaruh. Rumus F table = k ; n-k yaitu $4 ; 80-4 = 76$ jadi f tabelnya $2,492$ Berikut hasil uji f :

Tabel 9. Uji F

F Hitung	Sig.
7,025	0,000

Sumber : Data Primer yang diolah IBM SPSS 22, Juni 2023

Berdasarkan hasil uji f pada tabel diatas diperoleh nilai sig. $0,000 < 0,05$ dan f hitung $> f$

tabel pada tabel diatas diperoleh nilai f hitung $7,025 > 2,492$ Hal ini dapat dinyatakan bahwa variabel independen yang meliputi kualitas pelayanan (X1), kualitas produk (X2), harga (X3) secara simultan berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen yaitu loyalitas pelanggan (Y) sehingga H_0 ditolak dan H_a diterima.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan mengenai "Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Toko Ridho (Grosir Sembako) Desa Sukosewu, Gandusari", maka dapat disimpulkan bahwa:

- 1) Terbukti bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada Toko Ridho Grosir sembako di Desa Sukosewu, Gandusari. Hal ini berarti semakin tinggi kualitas pelayanan akan mempengaruhi pelanggan menjadi loyal. Apabila kualitas pelayanan yang diberikan Toko Ridho memberikan pelayanan yang baik kepada pelanggan secara tidak langsung akan membuat pelanggan menjadi puas, dapat berpengaruh terhadap tingginya loyalitas pelanggan.
- 2) Terbukti bahwa kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada Toko Ridho Grosir sembako di Desa Sukosewu, Gandusari. Hal ini berarti semakin banyaknya produk yang dijual akan berpengaruh pada kepuasan pelanggan. Semakin banyaknya macam produk yang dijual pada Toko Ridho maka berpengaruh terhadap tingginya loyalitas pelanggan.
- 3) Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada Toko Ridho Grosir sembako di Desa Sukosewu, Gandusari. Hal ini berarti semakin tinggi atau rendahnya harga produk akan mempengaruhi terhadap loyalitas pelanggan. Apabila harga produk yang dijual di Toko Ridho terjangkau maka ini berarti setiap kenaikan kepuasan pelanggan berpengaruh terhadap tingginya loyalitas pelanggan.
- 4) Kualitas pelayanan, kualitas produk dan harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada Toko Ridho Grosir sembako di Desa Sukosewu, Gandusari. Hal ini berarti kualitas pelayanan yang baik, kualitas produk yang memuaskan dan harga yang terjangkau akan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan.

DAFTAR PUSTAKA

- A, P., Pangaila, G, F., & Worang. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap loyalitas Pelanggan Pengguna Aplikasi Gojek. *Jurnal EMBA*, 2780.
- Alfianika, N. (2018). *Metode Penelitian Pengajaran Bahasa Indonesia*. Yogyakarta: CV BUDI UTAMA.
- Andika, R., Kusnadi, E., & Wiryaningtyas, D. P. (2022). Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Dengan Keputusan Pembelian Sebagai Variabel Intervening Pada Toko Sembako Barokah DiBesuki Situbondo . *jurnal JME*,

- Aprileny, I., & Emarawati, J. A. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Kepuasan konsumen terhadap loyalitas Pelanggan. *Jurnal Akunatasi dan Manajemen*, 237-254.
- Cardian, D. I., Santika, W., & Respati, N. N. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Promosi Terhadap Loyalitas Pelanggan. *E- Jurnal Manajemen*, 6762-6781.
- Chairul, R., Lidiya, W., & Safriansyah. (2022). pengaruh harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada grosir sembako toko ada harapan. *JURMEK*, 27.
- Faqih, M., Eldine, A., & Muniroh, L. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap loyalitas pelanggan. *jurnal ilmu Manajemen*, 548-553.
- Ferine, K. F., & Juniarti. (2022). *Pelayanan SDM*. Yogyakarta: Selat Media Patners.
- GS, A. D., Istanti, E., & Kristiawati, I. (2022). Peran Timelimenes dalam Meningkatkan Customer Satisfaction, Customer Loyalty PT. *JNE . jurnal Baruna Horizon*, 3.
- Gunawan, D. (2022). Keputusan Pembelian Skincare Safi berbasis Media Marketing. PT. Inovasi Pratama Internasional.
- Handayani, L. T. (2022). Implementasi Teknik Analisis Data Kuantitatif. DKI Jakarta: PT. Scifintech Andrew Wijaya.
- Husin, N. (2020). Sistem Pemesanan Grosir Sembako Berbasis Web pada Toko Indra Jakarta Timur. 19: *Jurnal Esensi Infokom*.
- Hutapea. (2022). analisis pengaruh brand image, harga, dan review produk terhadap keputusan pembelian skincare wardah pada mahasiswa UNAI. *Intelektiva*, 12-25.
- Insana, N. A., & Madiawati, P. N. (2020). Pengaruh kualitas pelayanan, Harga dan Promosi Terhadap Loyalitas Pelanggan GoFood di Kota Bandung. *Jurnal Ilmiah MEA*, 116.
- Kumala, M. C., & Widodo. (2019). Pengaruh Harha dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan Aluminium. *jurnal manajemen bisnis krisnadwipayana*, 60.
- Maramis, F. S., Sepang, J. L., & Soegoto, A. S. (2018). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen pada PT. Air Manado. *EMBA*, 1660.
- Pangaila, P. A., Worang, F. G., & Wenas, R. S. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Pengguna Aplikasi Gojek (Studi Pada Pengguna Layanan GO-Ride di Kota Manado). *jurnal EMBA*, 2786.
- Pranatawijaya, V. H., Widiatry, Priskila, R., & Putra, P. B. (2019). Pengembangan Aplikasi Kuesioner Survey Berbasis Web Menggunakan Skala Likert dan Guttman. *jurnal Sains dan Informatika*, 129.
- Prawiyogi, A. G., Sadih, T. L., Purwanugraha, A., & Elisa, P. N. (2021). Pengaruh Media Big Book Untuk Menumbuhkan Minat Baca Siswa di Sekolah Dasar. *Jurnal BASICEDU*,

- Saputri, R. S. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Grab Semarang. *Journal of Strategic Communication*, 46-53.
- Sidi, A. P. (2018). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Digital Marketing Terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi Pada Pelanggan Kedai Hj.S jl. Kesumba Kota Malang). *Jurnal JIBEKA*, 2.
- Trianah, L., Pranitasari, D., & Marichs, S. Z. (2017). pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan. *Jurnal STEI ekonomi*, 105.
- Wahyuni, S. (2017). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan kepercayaan Terhadap LoyalitasPelanggan Citra Swalayan Andalas. *STKIP Padang*.
- Wicaksono. (2020). Pengaruh Harga, Promosi dan kualitas Pelayanan Terhadap keputusan pembelian. *jurnal ilmu dan riset Manajemen*, 2461-0593.
- Winasis, C. L., Widianti, H. S., & Hadibrata, B. (2022). Determinasi Keputusan Pembelian Harga, Promosi dan Kualitas Produk (Literature Review Manajemen). *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 394.
- Wulandari, C., & Efendi, D. (2022). Pengaruh Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Corporate Socil Responsibility Sebagai Variabel Medesari. *Jurnal Ilmu dan Riset Akuntansi*, 5.
- Yuliawati, N., Rahmawati, A., Ella, & Sarjaya, V. F. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk dan Harga terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi Kasus Ladyfame Bandar Lampung). *Jurnal Manajemen Mandiri Saburai*, 1-6.
- Zikri, A., & Harahap, M. I. (2022). Analisis Kualitas Pelayanan Pengiriman Barang Terhadap Kepuasan Konsumen Pada PT Pos Indonesia (Persero) Regional I Sumatra. *Jurnal Ilmu Komputer, Ekonomi dan Manajemen (JIKEM)*, 924.