



Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Loyalitas Konsumen (Studi Kasus pada Seafood Zonatri 68)

Hendri Sucipto

Universitas Muhadi Setiabudi, Indonesia

hendrisucipto313@gmail.com

Alamat: Jalan Pangeran Diponegoro No.KM2, Rw. 11, Pesantunan, Kec. Wanasari,
Kabupaten Brebes, Jawa Tengah 52212

Korespondensi penulis: hendrisucipto313@gmail.com

Abstract. The purpose this research is to examine the effect of product quality and price on consumer loyalty in Seafood Zonatri 68. The method for this research is the quantitative method, to collect data by distributing questionnaires to consumers using the google form. The population of this study were 220 consumers and the samples were taken using slovin formula, so the sample was 70 consumers. The sampling technique was through purposive sampling method and data analysis tools using SPSS. The result of this study stated the product quality variable (X_1) had a significant influence on the consumer loyalty variable (Y) with a value of $0,003 < 0,05$ and t count $3,072 > t$ table $1,998$; the price variable (X_2) has no significant effect on the consumer loyalty variable (Y) with a value of $0,108 > 0,05$ and t count $1,631 < 1,998$; simultaneously the variable product quality (X_1) and price (X_2) have a significant effect on the consumer loyalty variable (Y) with a value $0,000 < 0,05$ and F count $7,693 > F$ table $3,13$.

Keywords: product quality, price, consumer loyalty.

Abstrak. Adapun maksud adanya penelitian ini guna meneliti pengaruh dari kualitas produk dan harga terhadap loyalitas konsumen pada Seafood Zonatri 68. Metode untuk penelitian ini yaitu metode kuantitatif, untuk mengumpulkan data dilakukan dengan pembagian kuesioner kepada konsumen dengan google form. Populasi dari penelitian ini sebanyak 220 konsumen dan sampel yang diambil melalui rumus slovin, maka sampel sebanyak 70 konsumen. Teknik pengambilan sampel melalui metode purposive sampling dan alat bantu analisis data menggunakan SPSS. Hasil penelitian ini menyatakan bahwa variabel kualitas produk (X_1) memberikan pengaruh signifikan terhadap variabel loyalitas konsumen (Y) dengan nilai sebesar $0,003 < 0,05$ dan t hitung $3,072 > t$ tabel $1,998$; variabel harga (X_2) tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel loyalitas konsumen (Y) dengan nilai sebesar $0,108 > 0,05$ dan t hitung $1,631 < 1,998$; secara simultan variabel kualitas produk (X_1) dan harga (X_2) berpengaruh signifikan terhadap variabel loyalitas konsumen (Y) dengan nilai sebesar $0,000 < 0,05$ dan F hitung $7,693 > F$ tabel $3,13$.

Kata Kunci: Kualitas Produk, Harga, Loyalitas Konsumen

1. PENDAHULUAN

Perkembangan dunia usaha selalu membuka peluang kepada masyarakat. Perkembangan bisnis selalu membuka peluang-peluang baru kepada masyarakat sehingga menarik untuk dijadikan sumber penghasilan. Salah satu peluang bisnis yang ramai dan cukup menarik adalah bisnis yang bergerak di bidang kuliner. Hal ini disebabkan karena bisnis pada bidang kuliner selalu memiliki konsumen cukup besar. Bisnis dalam bidang kuliner dapat berkembang dengan pesat juga dipengaruhi oleh pertumbuhan penduduk dan keinginan konsumen yang semakin beragam untuk memenuhi kebutuhan hidupnya (Rahardjo & Yulianto, 2021). Persaingan bisnis dalam bidang kuliner yang semakin pesat ini menuntut setiap pelaku usaha untuk terus meningkatkan keunggulan usaha serta menciptakan inovasi-

inovasi menarik pada produk yang dijual kepada konsumen. Melalui adanya usaha peningkatan usaha ini pelaku usaha dapat menjaga loyalitas dari konsumen usahanya.

Persaingan dalam industri makanan dan minuman, khususnya bisnis kuliner seafood, semakin ketat seiring dengan meningkatnya permintaan dan minat masyarakat terhadap kuliner berbasis hasil laut. Dalam kondisi ini, pelaku usaha dituntut untuk terus berinovasi dan memberikan layanan terbaik guna menarik serta mempertahankan loyalitas konsumen. Salah satu faktor penting yang memengaruhi loyalitas konsumen adalah kualitas produk dan harga yang ditawarkan. Kualitas produk menjadi elemen utama yang menentukan kepuasan konsumen. Produk yang berkualitas tidak hanya dilihat dari cita rasa, tetapi juga dari kesegaran bahan, penyajian, dan kebersihan. Di sisi lain, harga yang kompetitif dan sesuai dengan kualitas yang ditawarkan juga menjadi faktor penting dalam membangun persepsi konsumen terhadap nilai suatu produk. Konsumen cenderung loyal terhadap usaha kuliner yang mampu memberikan kombinasi terbaik antara kualitas produk dan harga yang terjangkau.

Seafood Zonatri 68, sebagai salah satu pelaku usaha kuliner seafood di daerah tertentu, telah mendapatkan perhatian masyarakat lokal berkat keberagaman menu dan pelayanan yang ditawarkan. Namun, persaingan bisnis di industri ini memaksa pengelola untuk terus memahami kebutuhan dan preferensi konsumen agar dapat mempertahankan loyalitas mereka. Loyalitas konsumen menjadi penting karena berkaitan langsung dengan keberlanjutan bisnis. Konsumen yang loyal tidak hanya melakukan pembelian ulang tetapi juga berperan sebagai promotor yang membantu memperluas pasar melalui rekomendasi dari mulut ke mulut.

Meskipun Seafood Zonatri 68 sudah memiliki pelanggan tetap, ada tantangan dalam mempertahankan loyalitas di tengah berbagai pilihan kuliner yang semakin bervariasi. Oleh karena itu, penelitian mengenai pengaruh kualitas produk dan harga terhadap loyalitas konsumen pada Seafood Zonatri 68 menjadi relevan untuk dilakukan. Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan bagi manajemen dalam menyusun strategi untuk meningkatkan kepuasan dan loyalitas konsumen. Loyalitas konsumen dapat diartikan sebagai bentuk perilaku konsumen dimana mereka melakukan pembelian ulang dari sebuah merek produk dan merasa akan mencoba produk lain yang ditawarkan oleh suatu usaha (Tengku Putri Lindung Bulan & Tiara Sriwulan, 2021). Bagi konsumen yang telah mempunyai loyalitas pada sebuah produk biasanya termotivasi untuk memberikan rekomendasi kepada lingkungan sekitarnya seperti: keluarga, teman maupun orang lain. Dengan adanya loyalitas konsumen maka akan tercipta konsumen - konsumen baru yang dapat dijangkau oleh pelaku usaha.

Terdapat beberapa hal yang menjadi faktor pertimbangan terhadap loyalitas konsumen. Kualitas produk dapat mempengaruhi bagaimana hasil yang dirasakan konsumen setelah

menggunakan atau menikmati manfaat dari produk yang ditawarkan. Kualitas produk dapat digunakan sebagai acuan dari sebuah usaha menjaga dan mempertahankan konsumennya dari persaingan pesaing usaha lain. Yang dimaksud dengan kualitas produk merupakan keseluruhan dari produk dan ciri khusus produk yang diciptakan untuk memberikan kepuasan kepada konsumen baik yang terlihat secara langsung maupun secara tersirat (Viana & Hartati, 2022). Biasanya kualitas produk akan mewakili harapan konsumen terhadap sebuah produk yang akan mereka gunakan. Oleh karena itu, adanya tingkat kualitas produk yang berkualitas diharapkan mampu menciptakan loyalitas konsumen dari produk yang ditawarkan (Viana & Hartati, 2022). Selain adanya faktor kualitas produk, ada faktor lain yang menjadi bahan evaluasi konsumen untuk melakukan pembelian berulang kali terhadap sebuah produk. Faktor harga adalah salah satu kunci untuk menjaga konsumen yang dimiliki. Harga memiliki peran penting sebagai dasar pertimbangan bagi konsumen pada saat hendak melakukan pembelian suatu produk (Santoso, 2019). Hal ini karena dengan memperhatikan faktor harga maka konsumen akan menilai dan menyesuaikan bagaimana harga yang diberikan dengan produk yang akan mereka peroleh. Dalam menentukan sebuah harga dibutuhkan pertimbangan dengan melihat kondisi lingkungan, target konsumen serta kebutuhan bahan baku yang akan digunakan.

Seafood Zonatri 68 merupakan salah satu dari rumah makan yang sudah dikenal oleh lingkungan dan masyarakat sekitar. Seafood Zonatri 68 sudah berdiri lebih dari 10 tahun sehingga sudah memiliki banyak konsumen. Seafood Zonatri 68 ini terkenal dengan menu utamanya Seafood Tumpah baik aneka masakan seafood asam manis, saus tiram, maupun saus padang. Namun tidak hanya seafood yang ditawarkan pada menu ini ada juga menu lainnya seperti Ikan bakar, Cumi udang goreng, Cak kangkung dan menu paket lainnya. Adapun dari observasi dan survey awal yang dilakukan permasalahan yang dapat dilihat dari usaha Seafood Zonatri 68 ini jika dilihat dari aspek kualitas produk yaitu: produk yang disajikan terkadang rasanya sedikit memiliki perbedaan, serta kurangnya inovasi produk baru dan tidak adanya kemasan yang dapat menjadi ciri khas usaha ini. Sedangkan dari aspek harga yang terjadi antara lain: kenaikan harga jual seiring berjalannya waktu, perbedaan porsi yang diterima antara dimakan ditempat maupun dibawa pulang. Rumusan masalah penelitian ini sebagai berikut:

- a. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap loyalitas konsumen Seafood Zonatri 68?
- b. Apakah harga berpengaruh terhadap loyalitas konsumen Seafood Zonatri 68?
- c. Apakah kualitas produk dan harga berpengaruh terhadap loyalitas konsumen Seafood Zonatri 68?

Adapun tujuan dari penelitian ini yaitu untuk mengetahui apakah kualitas produk dan harga berpengaruh secara parsial terhadap loyalitas konsumen, serta untuk mengetahui pengaruh secara simultan dari kualitas produk dan harga terhadap loyalitas konsumen.

Kualitas Produk

Kualitas produk merupakan ciri khas tertentu pada barang atau jasa yang dapat berguna untuk memenuhi kepuasan baik yang diungkapkan secara langsung maupun tidak diungkapkan (Warganegara TL & Alviyani D, 2020). Pengukuran kualitas produk menurut (Viana & Hartati, 2022) memiliki beberapa indikator sebagai berikut: a) *performance*, hal ini berkaitan dengan kinerja dari suatu produk, b) *durability*, menunjukkan daya tahan sebuah produk saat digunakan atau dimanfaatkan, c) *comformance to spesifications*, berupa kesesuaian dari desain atau standar produk, d) tampilan produk (estetika) yang berguna sebagai daya tarik sebuah produk, dan e) *reliability* yaitu kekuatan dari produk untuk mengurangi kemungkinan terjadinya kerusakan.

Harga

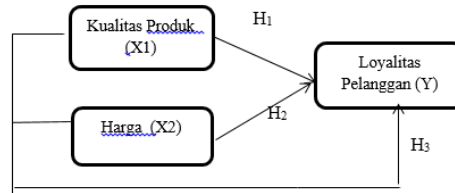
Harga merupakan nilai uang untuk sebuah barang (Tengku Putri Lindung Bulan & Tiara Sriwulan, 2021). Harga yaitu kesamaan nilai uang yang diberikan konsumen dengan tujuan memperoleh manfaat untuk merasakan dan menikmati kegunaan dari sebuah produk atau jasa tersebut (Sari & Mulyani, 2021). Menurut (Hidayat & Rayuwanto, 2022), dalam mengukur suatu harga dapat digunakan indikator sebagai berikut: a) adanya manfaat yang sesuai dengan harga yang diberikan kepada konsumen untuk suatu produk/jasa, b) persepsi antara harga produk/jasa dan manfaat produk/jasa, c) harga barang/jasa yang terjangkau, d) harga dapat bersaing dengan pesaing lain, dan e) kesesuaian antara harga dan kualitas yang diberikan.

Loyalitas Konsumen

Loyalitas digambarkan dengan kebiasaan yang dilakukan konsumen dalam membeli produk dengan teratur serta berulang-ulang, dan melakukan pembelian terhadap produk lain serta adanya bentuk mempengaruhi orang lain agar ikut membeli produk tersebut biasanya mereka juga tidak mudah beralih ke pesaing usaha (Tengku Putri Lindung Bulan & Tiara Sriwulan, 2021). Ada beberapa gambaran ciri-ciri dari konsumen yang loyal adalah (Dwiantari, 2020): a) pembelian produk dilakukan secara berulang-ulang dan berkala, b) adanya pembelian yang dilakukan pada produk atau jasa selain produk utama, c) mengusulkan

kepada orang lain berkaitan dengan produk atau jasa yang ditawarkan, dan adanya ketahanan akan pengaruh pesaing usaha lain.

Gambar 1 Kerangka Berpikir



Hipotesis

Adapun hipotesis pada penelitian ini yaitu:

H₁: Diduga kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap loyalitas konsumen Seafood Zonatri 68.

H₂ : Diduga harga berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas konsumen Seafood Zonatri 68.

H₃ : Diduga kualitas produk dan harga secara simultan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas konsumen Seafood Zonatri 68.

2. METHODS

Metode penelitian ini menggunakan metode kuantitatif yang bertujuan memperoleh hasil penelitian dengan beberapa langkah pengumpulan data primer dan sekunder (Windy Oktafiana, Slamet Bambang Riono, 2020). Penelitian kuantitatif merupakan metode penelitian untuk memperoleh sebuah hasil yang akan dituju melalui langkah-langkah statistik (Janah et al., 2021). Penelitian ini dilakukan pada UMKM Seafood Zonatri 68 yang terletak pada Jln. Dewi Sartika Kec. Kramat Jati Jakarta Timur. Adapun penelitian ini dilakukan terhadap konsumen dari Seafood Zonatri 68 yang sudah membeli produk pada Seafood Zonatri 68 paling sedikit sebanyak dua kali.

Populasi berupa generalisasi pada objek serta subjek yang memiliki kapasitas serta karakter tertentu untuk dipelajari oleh peneliti agar dapat diambil kesimpulan (Viana & Hartati, 2022). Penelitian ini menggunakan konsumen Seafood Zonatri 68 sebagai populasi penelitian. Populasi dari Seafood Zonatri 68 ini diambil dari rata – rata konsumen perhari sebanyak 220 konsumen. Teknik sampling penelitian ini menggunakan teknik non probability sampling berupa purposive sampling. Metode purposive sampling dilakukan berdasarkan syarat tertentu (Viana & Hartati, 2022). Adapun kriteria yang digunakan pada sampel ini adalah konsumen Seafood Zonatri 68 yang telah menyelesaikan pembelian di Seafood Zonatri 68 paling sedikit

dua kali. Untuk menentukan jumlah sampel penelitian ini dirumuskan melalui rumus Slovin yaitu (Dharmawan, R.H., 2014):

$$n = \frac{N}{1+Ne^2}$$

Penjelasan:

n : Jumlah Sampel

N : Jumlah Populasi

E : Tingkat kesalahan dalam memilih anggota sampel sebesar 10%

Jadi,
$$n = \frac{220}{1+220(0,1)^2}$$

= 68,75 dibulatkan menjadi 70 sampel.

Alat pengumpulan data pada penelitian yaitu kuesioner yang dibuat dengan bantuan google form dan pengolahan data menggunakan software SPSS (Lestari & Iskandar, 2021). Metode analisis data untuk penelitian ini menggunakan beberapa uji seperti: uji kualitas data berupa uji validitas dan uji reliabilitas, uji asumsi klasik, analisis regresi berganda dan uji hipotesis diantaranya uji t, uji f, serta analisis koefisiensi determinasi (Dharmawan, R.H., 2014).

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Validitas

Berikut adalah tabel dari pengujian validitas untuk setiap indikator yang ada pada variabel penelitian yang digunakan.

Tabel.1 Hasil Uji Validitas

| Variabel | Indikator | R hitung | Keterangan |
|-----------------------------------|-----------|----------|------------|
| Kualitas Produk (X ₁) | KP.1 | 0,807 | Valid |
| | KP.2 | 0,719 | Valid |
| | KP.3 | 0,760 | Valid |
| | KP.4 | 0,812 | Valid |
| | KP.5 | 0,866 | Valid |
| | KP.6 | 0,601 | Valid |
| Harga (X ₂) | HG.1 | 0,809 | Valid |
| | HG.2 | 0,850 | Valid |
| | HG.3 | 0,662 | Valid |
| | HG.4 | 0,893 | Valid |
| | HG.5 | 0,679 | Valid |
| | HG.6 | 0,672 | Valid |
| Loyalitas Konsumen (Y) | LK.1 | 0,801 | Valid |
| | LK.2 | 0,748 | Valid |
| | LK.3 | 0,896 | Valid |
| | LK.4 | 0,857 | Valid |
| | LK.5 | 0,857 | Valid |
| | LK.6 | 0,910 | Valid |

Sumber: Hasil output SPSS

Berdasarkan dari tabel 1, menunjukkan besaran r hitung dari setiap indikator variabel penelitian. Dengan menggunakan r tabel dan signifikansi senilai 0,01, sehingga diperoleh r tabel senilai 0,3060. Karena indikator untuk setiap variabel mempunyai r hitung lebih besar dari r tabel maka diperoleh kesimpulan indikator penelitian yang digunakan oleh peneliti menyatakan hasil valid.

Uji Reliabilitas

Untuk melakukan uji reliabilitas pada variabel penelitian, peneliti menggunakan rumus Alpha. Dimana besar dalam penilaiannya menggunakan pertimbangan nilai Cronbach alpha sebesar 0,7.

Tabel.2 Hasil Uji Reliabilitas

| Variabel | Conbrach Alpha | Keterangan |
|------------------------|----------------|------------|
| Kualita Produk (X1) | 0,854 | Valid |
| Harga (X2) | 0,852 | Valid |
| Loyalitas Konsumen (Y) | 0,920 | Valid |

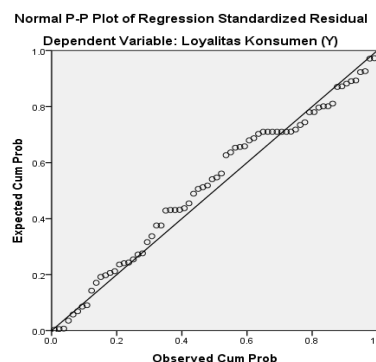
Sumber: Hasil output SPSS

Berdasarkan data dari tabel 2, dapat dilihat hasil output conbrach alpha untuk variabel kualitas produk (X₁) bernilai 0,854, variabel harga (X₂) bernilai 0,852, dan variabel loyalitas konsumen (Y) bernilai 0,920. Dengan melihat nilai cronbach alpha yang disyaratkan sebesar 0,7, maka diperoleh bahwa hasil conbrach alpha untuk setiap variabel lebih besar dari 0,7. Jadi kesimpulannya variabel X₁, X₂, dan Y dari penelitian ini reliabel.

Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

Uji normaliitas dapat dilakukan dengan memperhatikan persebaran data (titik) yang terletak sepanjang garis diagonal pada gambar.



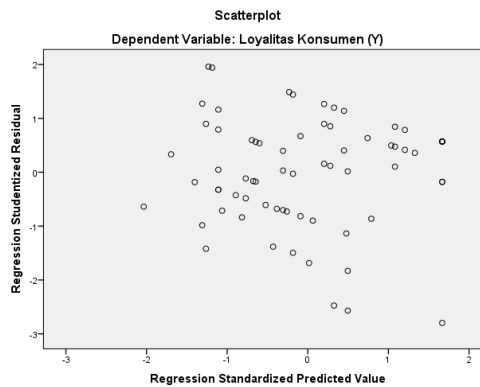
Gambar 2. Hasil Uji Heteroskedasitas P-P Plot

Sumber: Hasil output

Berdasarkan hasil output gambar.1 maka diperoleh hasil berupa persebaran data menyebar di sekitar area garis diagonal serta menyebar searah dengan garis diagonal dari grafik diagonal yang ada. Dengan melihat hasil grafik P-P plot, sehingga dapat disimpulkan data berdistribusi normal.

Uji Heterokedastisitas

Uji heterokedastistas dapat dengan cara memperhatikan bentuk pola tertentu yang ada pada grafik yang ada di sekitar grafik pada sumbu X dan Y.



Gambar 3. Hasil Uji Heterokedastisitas

Sumber: Hasil output SPSS

Berdasarkan dari gambar.2 dapat diperoleh bahwa adanya sebaran data berupa (titik–titik) yang terletak di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, sehingga dapat diambil kesimpulan bahwa tidak terjadi hetrokedastisitas pada penelitian.

Uji Multikolinearitas

Untuk uji multikolinearitas disyaratkan dengan adanya nilai VIF < 10 serta nilai tolerance >0,10 agar data mampu dikatakan tidak adanya multikolinearitas.

Tabel 3. Hasil Uji Multikolinearitas

Coefficients^a

| Model | | Collinearity Statistics | |
|-------|----------------------|-------------------------|-------|
| | | Tolerance | VIF |
| 1 | Kualitas Produk (X1) | .942 | 1.061 |
| | Harga (X2) | .942 | 1.061 |

a. Dependent Variable: Loyalitas Konsumen (Y)

Sumber: Hasil output SPSS

Berdasarkan dari uji multikolinearitas diatas dapat dilihat besaran nilai VIF pada variabel kualitas produk(X_1) senilai 1,061 serta pada variabel harga (X_2) senilai 1,061 nilai tersebut menunjukkan nilai VIF dari variabel penelitian ini <10 . Sedangkan untuk nilai tolerance variabel kualitas produk (X_1) senilai 0,942 serta variabel harga (X_2) senilai 0,942 nilai ini menunjukkan nilai tolerance dari variabel penelitian $>0,01$. Dapat diambil kesimpulan bahwa variabel bebas penelitian ini tidak terjadi multikolinearitas.

Analisis Regresi Linear Berganda

Tujuan analisis regresi linear berganda untuk mengamati seberapa besar pengaruh dari variabel independen terhadap variabel dependen. Dibawah ini merupakan perolehan perhitungan dari analisis linear berganda yaitu:

Tabel.4 Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda

| Coefficients ^a | | | | | | |
|---------------------------|---------------------------|-----------------------------|------------|---------------------------|-------|------|
| Model | | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | t | Sig. |
| | | B | Std. Error | Beta | | |
| 1 | (Constant) | 10.452 | 4.287 | | 2.438 | .017 |
| | Kualitas Produk (X_1) | .380 | .124 | .349 | 3.072 | .003 |
| | Harga (X_2) | .220 | .135 | .185 | 1.631 | .108 |

a. Dependent Variable: Loyalitas Konsumen (Y)

Sumber: Hasil output

Berdasarkan dari tabel 4 dapat menghasilkan persamaan regresi penelitian yaitu:

$$Y = 10,452 + 0,380X_1 + 0,220X_2$$

Berdasarkan persamaan regresi di atas dapat diinterpretasikan seperti berikut:

- Nilai konstanta sebesar 10,452 maka dapat diartikan jika variabel kualitas produk (X_1) dan harga (X_2) nilai konstantanya sebesar 0 (tetap) maka nilai loyalitas konsumen(Y) sebesar 10,452.
- Nilai koefisien dari variabel kualitas produk (X_1) memberikan pengaruh positif terhadap loyalitas konsumen (Y) sebesar 0,380, maka apabila kualitas produk (X_1) meningkat sebanyak satu satuan maka menyebabkan kenaikan pada loyalitas konsumen(Y) sebesar 0,380 satuan dengan syarat asumsi variabel harga (X_2) tetap.
- Nilai koefisien dari variabel harga(X_2) memberikan pengaruh yang positif terhadap loyalitas konsumen (Y) sebesar 0,220, maka apabila harga (x_2) meningkat sebanyak satu satuan maka menyebabkan kenaikan pada loyalitas konsumen (Y) sebesar 0,220 satuan dengan syarat asumsi variabel kualitas produk (X_1) tetap.

Uji Hipotesis

Uji t

Uji t dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui pengaruh parsial dari variabel independen berupa kualitas produk (X_1) dan harga (X_2) terhadap variabel dependen loyalitas konsumen (Y). Pengujian ini melalui tingkat kepercayaan atau signifikansi 0,05. Maka apabila nilai sig $<0,05$ dan t hitung $> t$ tabel dapat diartikan adanya pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen begitupun sebaliknya.

Tabel 5. Hasil Uji t

| Model | | Coefficients ^a | | | t | Sig. |
|-------|---------------------------|-----------------------------|------------|---------------------------|-------|------|
| | | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | | |
| | | B | Std. Error | Beta | | |
| 1 | (Constant) | 10.452 | 4.287 | | 2.438 | .017 |
| | Kualitas Produk (X_1) | .380 | .124 | .349 | 3.072 | .003 |
| | Harga (X_2) | .220 | .135 | .185 | 1.631 | .108 |

a. Dependent Variable: Loyalitas Konsumen (Y)

Sumber: Hasil output SPSS

Berdasarkan tabel 5, dari uji t dapat dijabarkan dengan:

- a. Variabel kualitas produk (X_1) diketahui memiliki nilai sig $0,003 < 0,05$ dan t hitung $3,072 > t$ tabel 1,998, maka berdasarkan hasil tersebut dinyatakan bahwa uji hipotesis pertama (H_1) diterima, sehingga dapat disimpulkan bahwa kualitas produk (X_1) berpengaruh signifikan terhadap loyalitas konsumen (Y).
- b. Variabel harga (X_2) diketahui memiliki nilai sig $0,108 > 0,05$ dan t hitung $1,631 < t$ tabel 1,998, maka berdasarkan hasil tersebut dinyatakan bahwa uji hipotesis kedua (H_2) ditolak, sehingga dapat disimpulkan bahwa harga (X_2) tidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas konsumen (Y).

Uji F

Uji F memiliki tujuan untuk melihat signifikansi pengaruh variabel independen secara simultan terhadap variabel dependen. Didalam melakukan uji f sig $<0,05$ atau f hitung $> f$ tabel agar dapat diartikan adanya pengaruh secara simultan dari variabel independen terhadap variabel dependen begitupun sebaliknya.

Tabel 6. Hasil Uji F

ANOVA^a

| Model | | Sum of Squares | df | Mean Square | F | Sig. |
|-------|------------|----------------|----|-------------|-------|-------------------|
| 1 | Regression | 116.363 | 2 | 58.182 | 7.693 | .001 ^b |
| | Residual | 506.723 | 67 | 7.563 | | |
| | Total | 623.086 | 69 | | | |

a. Dependent Variable: Loyalitas Konsumen (Y)

b. Predictors: (Constant), Harga (X₂), Kualitas Produk (X₁)*Sumber: Hasil output SPSS*

Berdasarkan dari hasil pada tabel.6 dapat diketahui nilai signifikansinya $0,001 < 0,05$ serta F hitungnya $7,693 > F$ tabel 3,13, sehingga dari hasil tersebut dinyatakan bahwa uji hipotesis ketiga (H₃) diterima. Hal ini menunjukkan bahwa kualitas produk (X₁) dan harga (X₂) secara simultan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas konsumen (Y).

Uji Koefisiensi Determinasi**Tabel 7.** Hasil Uji Koefisiensi Determinasi

Model Summary^b

| Model | R | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate |
|-------|-------------------|----------|-------------------|----------------------------|
| 1 | .432 ^a | .187 | .162 | 2.750 |

a. Predictors: (Constant), Harga (X₂), Kualitas Produk (X₁)

b. Dependent Variable: Loyalitas Konsumen (Y)

Sumber: Hasil output SPSS

Berdasarkan output hasil dari tabel 7, hasil R Square sebesar 0,187, sehingga dapat diartikan sebagai pengaruh variabel independen berupa kualitas produk (X₁) dan harga (X₂) secara simultan terhadap variabel dependen berupa loyalitas konsumen (Y) sebesar 18,7%.

4. KESIMPULAN

Berdasarkan dari hasil penelitian ini pada konsumen dari Seafood Zonatri 68 berkaitan dengan pengaruh kualitas produk (X₁) dan harga (X₂) terhadap loyalitas konsumen(Y), sehingga dapat diperoleh kesimpulan bahwa kualitas produk memiliki pengaruh signifikan terhadap loyalitas konsumen di Seafood Zonatri 68. Hal tersebut dapat diketahui melalui hasil uji t yang menyatakan besar sig $0,003 < 0,05$ dan perolehan t hitung $3,072 > t$ tabel 1,998 sehingga dengan ini hipotesis pertama (H₁) diterima. Dalam hal ini menerangkan apabila semakin baik serta meningkatnya kualitas sebuah produk akan berpengaruh terhadap peningkatan nilai loyalitas konsumen pada Seafood Zonatri 68. Harga tidak memiliki pengaruh

signifikan terhadap loyalitas konsumen di Seafood Zonatri 68. Hal tersebut dapat diketahui melalui hasil uji t yang menyatakan besar sig $0,108 > 0,05$ dan perolehan t hitung $1,631 < t$ tabel $1,998$ sehingga dengan ini hipotesis kedua (H_2) ditolak. Dalam hal ini menerangkan bahwa harga produk tidak mempengaruhi adanya loyalitas pada konsumen Seafood Zonatri 68. Kualitas produk dan harga secara simultan berperan signifikan terhadap loyalitas konsumen yang ada pada Seafood Zonatri 68. Hal tersebut dapat diketahui melalui adanya hasil uji f dimana menyatakan besar sig $0,000 < 0,05$ dan F hitung $7,693 > F$ tabel $3,13$, sehingga dengan ini hipotesis ketiga (H_3) diterima. Jadi dalam meningkatkan dan menjaga loyalitas konsumen dari Seafood Zonatri 68 dapat dilakukan dengan terus menjaga kualitas produk dan meningkatkan kualitas produk yang ada dengan pertimbangan keterjangkauan dari harga bagi konsumen dari Seafood Zonatri 68.

DAFTAR PUSTAKA

- Dharmawan, R.H., & K. (2014). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Fasilitas terhadap Kepuasan. *Jurnal Ilmu & Riset Manajemen*, 3(01), 42–49.
- Dwiantari, S. (2020). Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk terhadap Loyalitas yang Dimediasi oleh Kepuasan (Studi pada Pelanggan Keju Indrakila di Boyolali). *Jurnal Ilmiah Aset*, 22(1), 51–62. <https://doi.org/10.37470/1.022.1.07>
- Hidayat, R. R., & Rayuwanto, R. (2022). Pengaruh Harga dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian. *Keizai*, 3(2). <https://doi.org/10.56589/keizai.v3i2.292>
- Janah, Z. N., Maruta, A., & Pudjianto, A. (2021). Pengaruh Brand Image, Cita Rasa Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Mie Gacoan Gresik. *Administrasi Bisnis*, 131–135.
- Lestari, A. T., & Iskandar, K. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen Bank BTN Cabang Tegal. *Journal of Economic and Management (JECMA)*, 2(1), 1–9. <https://doi.org/10.46772/jecma.v2i1.513>
- Rahardjo, D. T., & Yulianto, A. E. (2021). Pengaruh Citra Merek, Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan Mie Setan Di Surabaya. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 10, 1–18.
- Santoso, J. B. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Harga terhadap Kepuasan dan Loyalitas Konsumen (Studi Pada Konsumen Geprek Benu Rawamangun). *Jurnal Akuntansi dan Manajemen*, 16(01), 127–146. <https://doi.org/10.36406/jam.v16i01.271>
- Sari, F. N., & Mulyani, I. D. (2021). Pengaruh Cita Rasa dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Kerupuk Udang Sinar Jaya Kaligangsa Brebes. *Journal Economics and Management*, 2(01), 19–27.
- Tengku Putri Lindung Bulan, & Tiara Sriwulan. (2021). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga

Terhadap Loyalitas Konsumen Mitana Café Di Kota Langsa. *Jurnal Samudra Ekonomika*, 5(1), 11–20. <https://doi.org/10.33059/jse.v5i1.3440>

Viana, E. O., & Hartati, R. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada rumah makan “Mie Gacoan” Di Daerah Istimewa Yogyakarta). *Cakrawangsa Bisnis*, 3(2), 149–164.

Warganegara TL, & Alviyani D. (2020). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Klinik Kecantikan Puspita Cabang Kotabumi. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis (JMB)*, 1(2), 26–33.

Windy Oktafiana, Slamet Bambang Riono, M. S. (2020). Pengaruh Efektivitas Penerapan Absensi Finger Print di Badan Pengelolaan Pendapatan Keuangan dan Aset Daerah (BPPKAD) Kabupaten Brebes. *Journal Economics and Management(JECMA)* , 1(1), 23–32. <http://jurnal.umus.ac.id/index.php/jecma/article/view/222>