

History Articles Received: 20 February  
2025 Accepted: 25 March 2025  
Published: 30 Marc 2025

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, KUALITAS PELAYANAN DAN HARGA  
TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PADA MIE GACOAN CABANG JEMBER**

**Farida Umi Choiriyah<sup>1</sup>**

**Khittah Ashilah<sup>2</sup>**

**Wahyu Frastiyo<sup>3</sup>**

**Universitas Islam Jember**

Email:

<sup>1</sup>[rida.farida050547@gmail.com](mailto:rida.farida050547@gmail.com) , <sup>2</sup>[khittah.blitzkrieg@gmail.com](mailto:khittah.blitzkrieg@gmail.com) ,

<sup>3</sup>[wahyufraستیو@gmail.com](mailto:wahyufraستیو@gmail.com)

**ABSTRACT**

*Mie Gacoan is the first food outlet in Indonesia to serve a noodle menu with a spicy level that can be adjusted. One of its branches is in the city of Jember which has received a positive response from the community, where since the grand opening until now it is always crowded with customers. The purpose of this study is to test and analyze partially and simultaneously the effect of product quality, service quality and price on customer loyalty. The method used is descriptive quantitative, with ex post facto research type. The population in this study is an unlimited number of Mie Gacoan Jember customers and a sample of 150 loyal respondents, namely with the criteria of having bought Mie Gacoan products more than twice. The data collection techniques used are observation and questionnaires. The data obtained were then analyzed using multiple linear regression techniques. The results of this study show that partially product quality has a positive and significant effect on customer loyalty, service quality has no effect on customer loyalty and price has a positive and significant effect on customer loyalty. The test simultaneously obtained the results of product quality, service quality and price simultaneously had a positive and significant effect on customer loyalty with a contribution of 37%.*

**Keywords: product quality, service quality, price, customer loyalty**

**ABSTRAK**

Mie Gacoan adalah gerai makanan pertama di Indonesia yang menyajikan menu mie dengan level pedas yang bisa disesuaikan. Salah satu cabangnya berada di kota Jember yang mendapat respon positif dari masyarakat, dimana sejak grand opening hingga saat ini selalu ramai pelanggan. Tujuan penelitian ini adalah untuk menguji dan menganalisis secara parsial dan secara simultan adanya pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan dan harga terhadap loyalitas pelanggan. Metode yang digunakan adalah kuantitatif deskriptif, dengan jenis penelitian *ex post facto*. Populasi dalam penelitian ini adalah pelanggan Mie Gacoan Jember yang jumlahnya tidak terbatas serta jumlah sampel sebanyak 150 responden yang loyal yakni dengan kriteria sudah membeli produk Mie Gacoan lebih dari dua kali. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah observasi dan kuesioner. Data yang diperoleh kemudian dianalisis menggunakan teknik regresi linier berganda. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara parsial kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan, kualitas pelayanan tidak berpengaruh pada loyalitas pelanggan dan harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Uji secara simultan mendapatkan hasil kualitas produk, kualitas pelayanan dan harga secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan dengan kontribusi sebesar 37%.

**Kata kunci: kualitas produk, kualitas pelayanan, harga, loyalitas pelanggan**

## A. PENDAHULUAN

### Latar Belakang

Makanan adalah produk pangan yang siap hidang atau langsung dapat dimakan. Makanan biasanya dihasilkan dari bahan pangan setelah terlebih dahulu diolah atau dimasak<sup>1</sup>. Seiring berjalannya waktu pemenuhan kebutuhan makan tidak lagi dengan makanan pokok saja, melainkan saat ini sudah banyak menu makanan siap saji yang menjadi pilihan konsumen. Hal ini sejalan dengan pemaparan Dian Marsi selaku Digital Marketing Lead Unilever Food mengenai trend makan zaman ini, yakni konsumen menyukai kreasi makanan baru, menginginkan kemudahan untuk mendapatkan makanan dan menyukai tempat makan bergaya santai dan modern. Selain itu ciri makanan yang digemari konsumen saat ini adalah menu makanan dengan citarasa pedas, gurih dan manis<sup>2</sup>. Jember merupakan salah satu kota di Jawa Timur, yang memiliki usaha di bidang makanan dan minuman yang beraneka macam. Salah satu menu makanan siap saji di Jember yang kerap ramai dengan pelanggan adalah gerai Mie pedas. Ada beberapa gerai mie pedas yang sering dikunjungi pelanggan, selain karena menunya yang sesuai selera tempatnya juga telah mengikuti trend zaman.

**Tabel 1 Daftar gerai mie pedas di Jember**

Gerai Mie	Lokasi	Waktu Berdiri
Mie Sakera	Jln. Danau Toba No. 12-10, Tegal Gede, Kec. Sumbersari	Januari, 2017
Mie Kober	Jln. Karimata, Gumuk kerang, Kec. Sumbersari	Oktober, 2014
Mie Mertua	Jln. Sunan Giri No. 19, Telengsah, Kec. Kaliwates	Januari, 2015
Mie Nyonyor	Krajan, Jubung, Kec. Sukorambi	September, 2014
Mie Gacoan	Jl. Sumatra No. 88, kec. Sumbersari	Februari, 2019

Sumber: Data diolah dari penelitian terdahulu (2022)

Berdasarkan tabel 1 di atas salah satu gerai mie pedas di Jember yang tidak pernah sepi pelanggan adalah gerai Mie Gacoan. Mie Gacoan adalah gerai yang menyajikan menu mie dengan level pedas yang bisa disesuaikan. Hal ini sangat sesuai dengan selera konsumen saat

<sup>1</sup> Lubis, Novriyanti, Dang Soni, and Novi Nurfitri Fauziah. "Daya Serap Arang Aktif Bambu Dan Batok Kelapa Sebagai Pewarna Makanan Yang Dijual Di Pasaran." *Parapemikir: Jurnal Ilmiah Farmasi* 10.2 (2021): 121-126.

<sup>2</sup> Santoso, Grace Amelia, and Idfi Setyaningrum. "Preferensi Cita Rasa Konsumen Dalam Industri Makanan Siap Saji Antara Negara Indonesia Dan Jepang (Consumer Taste Preferences In The Fast Food Industry Between Indonesia And Japan)." *COSTING: Journal of Economic, Business and Accounting* 7.6 (2024): 7969-7979.

ini. Mie Gacoan sendiri pertama kali berdiri pada tahun 2016 tepatnya di kota Malang, dan merupakan anak perusahaan PT. Pesta Pora Abadi. Harris Kristanto pemilik Mie Gacoan sekaligus sebagai Human Resources Director di bisnisnya, kerap kali melakukan inovasi yang menjadikan Mie Gacoan selalu berkembang dan dapat bersaing<sup>3</sup>. Salah satu inovasi yang dilakukan adalah mengikuti perkembangan zaman, yakni bekerja sama dengan penyedia layanan pesan antar. Perkembangan ini terbukti dengan meningkatnya keuntungan perusahaan hingga 50%, serta mampu membuka lebih dari 20 cabang di Indonesia dan mempekerjakan lebih dari 3.000 pekerja.

Mie Gacoan sejak *grand opening* hingga saat ini selalu ramai oleh pelanggannya. Hal ini dapat di lihat dari panjangnya antrean pelanggan Mie Gacoan, yang bahkan antrean tersebut mencapai ke area parkir di luar gerai. Meski demikian hal itu tidak mengurangi minat para pelanggan untuk tetap membeli Mie Gacoan. Selain antrean panjang dari pelanggan yang hendak makan di tempat, banyak pula antrean dari pelanggan yang memesan melalui aplikasi *online food* yang sudah bekerjasama dengan Mie Gacoan. Berdasarkan fenomena yang telah di uraikan diatas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian mengenai “Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Mie Gacoan Cabang, Jember”.

### **Tujuan Penelitian**

1. Untuk menguji dan menganalisis apakah kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada Mie Gacoan cabang Jember.
2. Untuk menguji dan menganalisis apakah kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada Mie Gacoan cabang Jember.
3. Untuk menguji dan menganalisis apakah harga berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada Mie Gacoan cabang Jember.
4. Untuk menguji dan menganalisis apakah kualitas produk, kualitas pelayanan dan harga secara simultan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada Mie Gacoan cabang Jember.

## **B. LANDASAN TEORI**

### **Kualitas Produk**

---

<sup>3</sup> Iwan, Iwan, Sopyan Sopyan, and Purwatiningsih Purwatiningsih. "Analisis Harga, Lokasi Usaha dan Kualitas Produk Terhadap Minat Membeli Ulang Mie Gacoan (Studi Kasus di Kota Jakarta Barat)." *Jurnal Administrasi Bisnis* 4.2 (2024): 42-49.

Kotler dan Armstrong (2014) mendefinisikan kualitas produk adalah karakteristik suatu produk atau jasa yang menunjang kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan pelanggan<sup>4</sup>. Menurut Assauri (2018), kualitas produk merupakan faktor-faktor yang terdapat dalam suatu barang atau hasil yang menyebabkan barang atau hasil tersebut sesuai dengan tujuan untuk apa barang atau hasil itu dimaksudkan.

### **Kualitas Pelayanan**

Kualitas pelayanan atau kualitas jasa sebagai ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan mampu sesuai dengan ekspektasi pelanggan. Sedangkan menurut Parasuraman dalam Arni Purwanti dan Rahma Wahdiniwaty menyebutkan bahwa kualitas pelayanan adalah perbandingan antara layanan yang dirasakan (persepsi) pelanggan dengan Kualitas pelayanan yang diharapkan pelanggan. Rasulullah memberi contoh kepada kita bagaimana sikap yang benar ketika berinteraksi dengan orang lain.

### **Harga**

Menurut Buchari Alma<sup>5</sup> mendefinisikan harga sebagai nilai suatu barang yang dinyatakan dengan uang. Sedangkan menurut Kotler dan Keller<sup>6</sup> harga adalah salah satu elemen bauran pemasaran yang menghasilkan pendapatan, elemen lain menghasilkan biaya. Harga merupakan elemen termudah dalam program pemasaran untuk disesuaikan, fitur produk, saluran, dan bahkan komunikasi membutuhkan banyak waktu.

Ibnu Taimiyah mengatakan bahwa harga yang adil adalah harga yang setara. Artinya harga itu harus senilai dengan barang yang diperjual belikan dan alat ukur yang diberikan harus seharga dengan barang yang dibeli, kemudian dilanjutkan dengan serah terima yang sah dan disertai saling ridho meridhoi, maka terjadilah keadilan harga.

### **Loyalitas Pelanggan**

Menurut Griffin dalam Sukes<sup>7</sup> seseorang pelanggan dikatakan setia atau loyal apabila pelanggan tersebut menunjukkan perilaku pembelian secara teratur atau terdapat suatu kondisi di mana mewajibkan pelanggan membeli paling sedikit dua kali dalam selang waktu tertentu. Kartajaya<sup>8</sup> menyatakan bahwa pelanggan yang sudah setia (*loyal*) bersedia membeli walaupun dengan harga yang sedikit mahal dan senantiasa melakukan pembelian yang berulang (*repeat purchase*) serta merekomendasikan produk atau jasa tersebut pada orang lain.

---

<sup>4</sup> Kumbara, Vicky Brama. "Determinasi nilai pelanggan dan keputusan pembelian: Analisis kualitas produk, desain produk dan endorse." *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan* 2.5 (2021): 604-630.

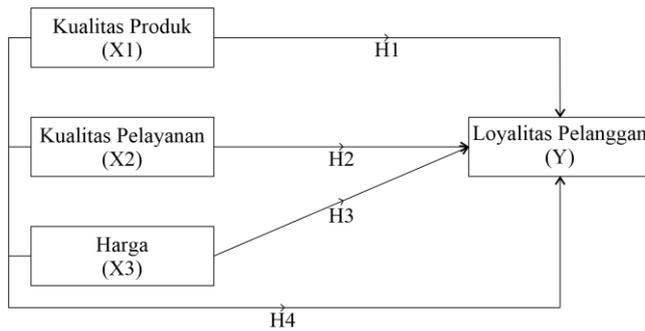
<sup>5</sup> Buchari Alma. 2014. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: CV Alfabeta

<sup>6</sup> Kotler dan Keller. 2017. *Marketing Management*. New jersey: Pearson education Limited

<sup>7</sup> Sukes. 2009. *Dimensi Loyalitas Perilaku Pelanggan, Cetakan Pertama*. Jakarta: Lutfansah Mediatama

<sup>8</sup> Kartajaya, Hermawan, dkk. 2003. *Marketing in Venus*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama

### Kerangka Konseptual



### Hipotesis

Hipotesis dalam penelitian ini adalah:

H1: Kualitas produk (X1) berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan (Y) pada Mie Gacoan cabang Jember.

H2: Kualitas pelayanan (X2) berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan (Y) pada Mie Gacoan cabang Jember.

H3: Harga (X3) berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan (Y) pada Mie Gacoan cabang Jember.

H4 : Kualitas produk (X1), kualitas pelayanan (X2) dan harga (X3) secara simultan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan (Y) pada Mie Gacoan cabang Jember.

### C. METODE

#### Metode Penelitian

Adapun metode penelitian ini menggunakan metode kuantitatif deskriptif. Jenis penelitian yang digunakan adalah *ex post facto* yang artinya sesudah fakta. Populasi dalam penelitian ini adalah pelanggan mie Gacoan Jember yang jumlahnya tidak terbatas. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah teknik nonprobability sampling, dengan teknik penentuan sampel menggunakan teknik insidental sampling. Adapun sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah pembeli yang sudah melakukan pembelian lebih dari dua kali. Jumlah sampel menggunakan rumus Ferdinand<sup>9</sup> dengan rumus sebagai berikut:

$$\begin{aligned} N &= (10 \times \text{jumlah indikator}) \\ &= 10 \times 15 \\ &= 150 \end{aligned}$$

Berdasarkan rumus di atas, sampel dalam penelitian ini yaitu sebanyak 150 responden.

### D. PEMBAHASAN

<sup>9</sup> Ferdinand, A. 2006. *Metode penelitian manajemen: Pedoman penelitian untuk penulisan skripsi, tesis, dan disertasi ilmu manajemen*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro

## 1. Penyajian Data

### a. Jenis Kelamin Responden

Tabel 2 Jumlah Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

NO	Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase
1	Laki-laki	41	27%
2	Perempuan	109	73%
Total		150	100%

Sumber: Diolah dari data primer

Berdasarkan tabel 2 menunjukkan jumlah responden berdasar jenis kelamin. Sebanyak 41 responden (27%) merupakan laki-laki, dan 109 (73%) adalah perempuan. Artinya mayoritas pelanggan Mie Gacoan adalah perempuan.

### b. Pekerjaan Responden

Tabel 3 Jumlah Responden Berdasarkan Pekerjaan

No	Pekerjaan	Jumlah	Persentase
1	Pelajar	13	8.7%
2	Mahasiswa	75	50.0%
3	Pegawai Swasta	50	33.3%
4	Lainnya	12	8.0%
Total		150	100%

Sumber: Diolah dari data primer

Berdasarkan tabel 3 menunjukkan responden berdasarkan pekerjaan. Jumlah responden terbanyak berdasarkan pekerjaan adalah mahasiswa yakni sebanyak 75 (50%) responden. Serta jumlah paling sedikit adalah pada item lainnya yakni sebanyak 12 (8%) responden, yang termasuk dalam item lainnya adalah pegawai kedinasan (1 responden), ibu rumah tangga (4 responden) dan responden yang tidak bekerja (7 responden). Jadi mayoritas pelanggan Mie Gacoan adalah mahasiswa dan disusul dengan pegawai swasta. Hal ini sejalan dengan letak market Mie Gacoan yang berada di kota dan di lingkungan kampus.

### c. Usia Responden

Tabel 4 Jumlah Responden Berdasarkan Usia

NO	Usia	Jumlah	Persentase
1	15-20 Tahun	47	31%
2	21-30 Tahun	98	65%
3	31-40 Tahun	5	4%

Total	150	100%
-------	-----	------

Sumber: Diolah dari data primer

Berdasarkan tabel 4 menunjukkan perbedaan usia responden. Jumlah usia responden paling banyak adalah di rentan 21-30 tahun yakni sebanyak 98 (65%) responden. Jumlah paling rendah adalah rentan usia 31-40 tahun yakni sebanyak 5 (4%) responden. Jumlah tersebut menunjukkan bahwa mayoritas pelanggan Mie Gacoan adalah dari kalangan mahasiswa dan pegawai swasta. Hal ini relevan dengan hasil pada tabel 4.3 di atas, yakni jumlah responden berdasarkan pekerjaan.

## 2. Analisis Data

### Uji Validitas

Uji validitas dilakukan untuk mengukur apakah data yang telah didapat setelah penelitian merupakan data yang valid atau tidak. Pengujian menggunakan taraf signifikansi 0,05. Butir kuesioner dinyatakan valid apabila  $r$  hitung  $>$   $r$  tabel. Adapun  $r$  tabel dalam penelitian ini sebesar 0,160.

$$\begin{aligned} \text{Rumus } r \text{ tabel yaitu } (df = n-2) \\ &= 150-2 \\ &= 148 (0,160) \end{aligned}$$

Tabel 5 Hasil Uji Validitas

Variabel	Item	rtabel	rhitung	sig	Ket
Kualitas Produk (X1)	X1.1	0,160	0,603**	0,000	VALID
	X1.2	0,160	0,736**	0,000	VALID
	X1.3	0,160	0,742**	0,000	VALID
	X1.4	0,160	0,705**	0,000	VALID
Kualitas Pelayanan (X2)	X2.1	0,160	0,727**	0,000	VALID
	X2.2	0,160	0,778**	0,000	VALID
	X2.3	0,160	0,714**	0,000	VALID
	X2.4	0,160	0,757**	0,000	VALID
Harga (X3)	X3.1	0,160	0,774**	0,000	VALID
	X3.2	0,160	0,801**	0,000	VALID
	X3.3	0,160	0,720**	0,000	VALID

	X3.4	0,160	0,613**	0,000	VALID
Loyalitas Pelanggan (Y)	Y1.1	0,160	0,712**	0,000	VALID
	Y1.2	0,160	0,793**	0,000	VALID
	Y1.3	0,160	0,834**	0,000	VALID

Sumber: Diolah dari data primer

Berdasarkan tabel 5 dapat diketahui bahwa nilai  $r$  hitung  $>$   $r$  tabel (0,160) dan nilai sig lebih kecil dari 0,05. Dengan demikian setiap item pernyataan dalam kuesioner penelitian ini dinyatakan valid.

### Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dihitung dengan metode *Cronbach's Alpha*. Setiap pernyataan dikatakan reliabel apabila memiliki koefisien reliabilitas atau *Cronbach's Alpha*  $>$  0,60 (Ghozali, 2018).

**Tabel 6 Perhitungan Uji Reliabilitas**

Variabel	Cronbach's Alpha	Standar Reliabel	Ket
Kualitas Produk	0,647	0,60	Reliabel
Kualitas Pelayanan	0,725	0,60	Reliabel
Harga	0,674	0,60	Reliabel
Loyalitas Pelanggan	0,663	0,60	Reliabel

Sumber: Diolah dari data primer

Berdasarkan tabel 6 dapat diketahui bahwa seluruh nilai *Cronbach's Alpha*  $>$  0,60. Maka dapat disimpulkan bahwa kuesioner yang dibuat sudah memenuhi aturan yakni asumsi valid dan reliabel.

### Uji Asumsi Klasik

#### a. Uji Normalitas

Uji normalitas dalam penelitian ini menggunakan nilai signifikan 0,05. Jika hasil signifikansi  $>$  0,05 maka data berdistribusi normal, jika hasil signifikansi  $<$  0,05 maka data tidak berdistribusi normal.

**Tabel 7 Perhitungan Uji Normalitas**

Variabel	Asymp. Sig.	Sig	Ket
Kualitas Produk	0,067 <sup>c</sup>	0,05	Normal
Kualitas pelayanan			Normal
Harga			Normal

Sumber: Diolah dari data primer

Berdasarkan tabel 7 hasil uji normalitas dengan Kolmogorov Smirnov menunjukkan bahwa data pada variabel kualitas produk, kualitas pelayanan dan harga mempunyai distribusi normal, dengan nilai signifikansi variabel  $0,067 > 0,05$ .

### b. Uji Multikolinieritas

Tabel 8 Hasil Uji Multikolinieritas

Variabel	Tolerance	VIF	Keterangan
Kualitas Produk	0,660	1,514	Tidak Multikolinieritas
Kualitas pelayanan	0,676	1,479	Tidak Multikolinieritas
Harga	0,784	1,275	Tidak Multikolinieritas

Sumber: Diolah dari data primer

Berdasarkan tabel 8 didapatkan hasil bahwa ketiga variabel X1, X2 dan X3 tidak terjadi multikolinieritas atau korelasi antara variabel bebas.

### c. Uji Heteroskedastisitas

Dikatakan tidak terjadi heteroskedastisitas apabila nilai signifikansi  $> 0,05$ .

Tabel 9 Hasil Uji Glejser

Variabel	Sig	Keterangan
Kualitas Produk	0,338	Tidak Heteroskedastisitas
Kualitas pelayanan	0,219	Tidak Heteroskedastisitas
Harga	0,126	Tidak Heteroskedastisitas

Sumber: Diolah dari data primer

Berdasarkan tabel 9 didapatkan hasil uji glejser pada ketiga variabel dalam penelitian ini tidak terjadi gejala heteroskedastisitas.

### Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linier berganda digunakan untuk menguji seberapa besar pengaruh dua atau lebih variabel independen terhadap satu variabel dependen, yang dalam penelitian ini yaitu kualitas produk (X1), kualitas pelayanan (X2) dan harga (X3) terhadap loyalitas pelanggan (Y).

Tabel 10 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

Variabel	Nilai Koefisien
<i>Constant</i>	2,334
Kualitas Produk	0,280
Kualitas pelayanan	0,092
Harga	0,265

Sumber: Diolah dari data primer

Maka persamaan regresi yang diperoleh adalah:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + \varepsilon$$

$$Y = 2,334+0,280(X_1)+0,092(X_2)+0,265 (X_3)$$

1. Konstanta merupakan suatu ketetapan yang ada dalam rumus regresi linier berganda, oleh karena itu hasil konstanta pada setiap penelitian berbeda-beda. Konstanta dalam penelitian ini memiliki nilai positif (+) sebesar 2,334. Tanda positif menunjukkan pengaruh yang searah antara variabel independen dan variabel dependen. Hal ini menunjukkan jika kualitas produk (X1), kualitas pelayanan (X2) dan harga (X3) bernilai 0 atau tidak mengalami perubahan, maka nilai loyalitas pelanggan (Y) akan tetap bernilai sebesar 2,334.
2. Nilai koefisien regresi variabel kualitas produk (X1) bernilai positif (+) sebesar 0,280. Artinya jika variabel kualitas produk ditingkatkan lagi, maka loyalitas pelanggan Mie Gacoan akan meningkat sebesar 0,280 dan begitu pula sebaliknya.
3. Nilai koefisien regresi variabel kualitas pelayanan (X2) bernilai positif (+) sebesar 0,092. Artinya jika variabel kualitas pelayanan ditingkatkan lagi, maka loyalitas pelanggan Mie Gacoan akan meningkat sebesar 0,092 dan begitu pula sebaliknya.
4. Nilai koefisien regresi variabel harga (X3) bernilai positif (+) sebesar 0,265. Artinya jika variabel harga ditingkatkan lagi, maka loyalitas pelanggan Mie Gacoan akan meningkat sebesar 0,265 dan begitu pula sebaliknya.

## Uji Hipotesis

### 1. Uji parsial (Uji t)

Uji t digunakan untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen. Jika  $t_{hitung} > t_{tabel}$  atau nilai signifikansi uji t  $< 0,05$  maka didapatkan hasil bahwa secara individu variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen. Untuk mencari t tabel dapat menggunakan rumus sebagai berikut:

$$\begin{aligned} T \text{ tabel} &= (a/2 : n-k-1) \\ &= 0,05/2 : 150-3-1 \\ &= 0,025 : 146 \\ &= 1,976 \text{ (lampiran 14)} \end{aligned}$$

Keterangan:

a= nilai signifikansi (0,05)

n= jumlah responden

k= jumlah variabel independen

### Tabel 11 Hasil Uji t

Variabel	T	Sig
Kualitas Produk	4,227	0,000
Kualitas pelayanan	1,726	0,086
Harga	4,009	0,000

Sumber: Diolah dari data primer

Hasil uji t menunjukkan bahwa:

1. Kualitas produk (X1)

Hasil analisis data diperoleh nilai  $t_{hitung}$  X1 sebesar 4,227 dan nilai signifikansi 0,000. Jadi  $t_{hitung} > t_{tabel}$  yakni  $4,227 > 1,976$  dan nilai sig  $0,000 < 0,05$ . Dari hasil tersebut menunjukkan bahwa hipotesis diterima, yakni kualitas produk berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas pelanggan.

2. Kualitas pelayanan (X2)

Hasil analisis data diperoleh nilai  $t_{hitung}$  X2 sebesar 1,726 dan nilai signifikansi 0,086. Jadi  $t_{hitung} < t_{tabel}$  yakni  $1,726 < 1,976$  dan nilai sig  $0,086 > 0,05$ . Dari hasil tersebut menunjukkan bahwa hipotesis ditolak, yakni kualitas pelayanan tidak berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas pelanggan.

3. Harga (X3)

Hasil analisis data diperoleh nilai  $t_{hitung}$  X2 sebesar 4,009 dan nilai signifikansi 0,000. Jadi  $t_{hitung} > t_{tabel}$  yakni  $4,009 > 1,976$  dan nilai sig  $0,000 < 0,05$ . Dari hasil tersebut menunjukkan bahwa hipotesis diterima, yakni harga berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas pelanggan.

2. Uji simultan (F)

Uji simultan dilakukan untuk mengetahui pengaruh semua variabel independen secara bersama-sama (simultan) terhadap variabel dependen. Tingkatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah 5% atau 0,05. Jika nilai sig  $< 0,05$  dan  $F_{hitung} > F_{tabel}$  maka dapat diartikan bahwa variabel independen secara bersama-sama (simultan) berpengaruh terhadap variabel dependen, begitu pula sebaliknya. Untuk mencari  $F_{tabel}$  dapat digunakan rumus sebagai berikut:

$$\begin{aligned} F_{tabel} &= (k: n-k) \\ &= 3:150-3 \\ &= 3:147 \\ &= 2,67 \end{aligned}$$

Keterangan:

n= jumlah responden

k= jumlah variabel independen

Tabel 12 Hasil Uji F

Model	F	Sig
Regression	30,306	0,000 <sup>b</sup>

Sumber: Diolah dari data primer (Lampiran 15)

Berdasarkan table 12 didapatkan hasil bahwa nilai sig untuk pengaruh X1, X2 dan X3 terhadap Y sebesar  $0,000 < 0,05$  dan nilai  $F_{hitung} > F_{tabel}$  yakni  $30,306 > 2,60$ . Sehingga dapat disimpulkan bahwa hipotesis diterima, yakni terdapat pengaruh kualitas produk (X1), kualitas pelayanan (X2) dan harga (X3) secara simultan dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan (Y).

### Uji Koesfisien Determinasi

Koefisien determinasi menunjukkan seberapa besar pengaruh variabel independen secara simultan terhadap variabel dependen, yang diindikasikan oleh nilai *adjusted R square*.

**Tabel 13 Hasil Uji Koefisien Determinasi**

Model	R	R Square	Adjusted R Square
X1, X2, X3, Y	.619 <sup>a</sup>	.384	.371

Sumber: Diolah dari data primer (Lampiran 17)

Berdasarkan tabel 4.19 model *summary* didapat hasil bahwa nilai *adjusted R square* sebesar 0,371. Maksudnya ketiga variabel independen yaitu kualitas produk, kualitas pelayanan dan harga memberi pengaruh sebesar 37% pada loyalitas pelanggan (Y) Mie Gacoan Jember. Sedangkan sisanya yakni sebesar 63% dipengaruhi oleh variabel lainnya yang belum ditentukan oleh peneliti dalam penelitian ini.

### Pembahasan Hasil Penelitian

#### 1. Pengaruh kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan

Berdasarkan hasil uji t menunjukkan hasil bahwa kualitas produk berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan dengan nilai  $t_{hitung} X1$  sebesar 4,227 dan nilai signifikansi 0,000. Jadi  $t_{hitung} > t_{tabel}$  yakni  $4,227 > 1,976$  dan nilai sig  $< 0,05$ . Dari hasil tersebut menunjukkan bahwa hipotesis diterima, yakni kualitas produk berpengaruh dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Artinya produk yang ada di Mie Gacoan sudah bisa memenuhi kebutuhan dan harapan pelanggan, yakni satu porsi Mie Gacoan dapat membuat pelanggan merasa kenyang dan produk yang disajikan pada pelanggan sudah sesuai dengan yang dipromosikan. Selain itu level pedas yang bisa disesuaikan oleh pelanggan menjadi daya tarik tersendiri bagi Mie Gacoan, ditengah banyaknya gerai yang menyajikan menu mie pedas juga. Sehingga dengan kualitas produk tersebut mampu menjadikan pelanggan merasa puas dan loyal pada Mie

Gacoan. Hal ini juga menunjukkan semakin baik kualitas produk Mie Gacoan, maka akan meningkat pula loyalitas pelanggan pada Mie Gacoan cabang Jember.

Hasil penelitian ini membenarkan teori Kotler dan Keller (2017) menyatakan bahwa kualitas produk adalah kemampuan suatu produk untuk melaksanakan fungsinya, meliputi daya tahan, keandalan, ketepatan, kemudahan operasi dan perbaikan serta atribut bernilai lainnya guna memuaskan kebutuhan pelanggan. Hal ini relevan dengan penelitian Caesar Andreas (2016) dengan judul “Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening”, mendapatkan hasil pengujian menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh signifikan dan positif terhadap kepuasan pelanggan.

## **2. Pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan**

Berdasarkan hasil uji t menunjukkan hasil bahwa nilai  $t_{hitung}$   $X^2$  sebesar 1,726 dan nilai signifikansi 0,086. Jadi  $t_{hitung} < t_{tabel}$  yakni  $1,726 < 1,976$  dan nilai  $sig > 0,05$ . Dari hasil tersebut menunjukkan bahwa hipotesis ditolak, yakni kualitas pelayanan tidak berpengaruh dan tidak signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Hal ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan yang ada di Mie Gacoan cabang Jember bukan menjadi faktor pelanggan menjadi loyal. Hal tersebut sesuai dengan fenomena penelitian yang ada, yakni antrean pelanggan yang panjang hingga mencapai area parkir, yang mana hal ini tidak menjadi penghalang bagi pelanggan untuk tetap loyal. Artinya pelanggan tidak keberatan meski harus mengantre panjang dan lama untuk membeli produk Mie Gacoan. Berdasarkan hasil temuan di lapangan dan hasil wawancara pada pelanggan didapatkan hasil bahwa, alasan mereka bersedia mengantre panjang dan lama adalah karena kualitas produk Mie Gacoan itu sendiri. Bagi pelanggan, produk Mie Gacoan baik dari menu mie, dimsum maupun minumannya memiliki cita rasa yang khas dan lezat berbeda dengan gerai mie pedas lainnya. Lebih jelas lagi para pelanggan berpendapat bahwa menu mie di Mie Gacoan kaya akan bumbu dan topping pangsit berisi full daging ayam. Selain itu menu minuman yang ada juga menjadi favorit pelanggan. Selain pelayanan bagian kasir kurang maksimal hasil dari pengisian angket menunjukkan bahwa beberapa responden pernah mendapati pesannya tertukar dengan pelanggan lain, namun hal tersebut tidak mempengaruhi tingkat loyalitas pelanggan Mie Gacoan cabang Jember.

Hasil penelitian ini membenarkan teori menurut Kotler dalam Etta Mamang Sangadji dan Sopiah (2013) menyatakan juga bahwa kualitas pelayanan atau jasa merupakan kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses, dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan. Jadi dari teori tersebut dapat diartikan bahwa kualitas

pelayan adalah suatu hal yang berubah-ubah (dinamis) dan diharapkan dapat memenuhi harapan konsumen. Sedangkan setiap konsumen memiliki tingkat harapan yang berbeda-beda, oleh karenanya penilaian pada kualitas pelayanan sulit untuk diukur. Hal ini relevan dengan penelitian Isma Tulloch (2020) yang berjudul “Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Di Distro Bloods Solo” menunjukkan hasil bahwa kualitas pelayanan tidak berpengaruh pada loyalitas pelanggan di distro Bloods Solo.

### **3. Pengaruh harga terhadap loyalitas pelanggan**

Berdasarkan hasil uji t menunjukkan hasil bahwa nilai  $t_{hitung}$  X2 sebesar 4,009 dan nilai signifikansi 0,000. Jadi  $t_{hitung} > t_{tabel}$  yakni  $4,009 > 1,976$  dan nilai  $sig < 0,05$ . Dari hasil tersebut menunjukkan bahwa hipotesis diterima, yakni harga berpengaruh dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Artinya harga dari suatu produk dapat menumbuhkan loyalitas pelanggan. Harga produk Mie Gacoan sudah terjangkau dan dapat bersaing dengan gerai mie pedas lainnya. Selain itu harga yang diberikan seimbang dengan produk yang disajikan serta sesuai dengan manfaat yang didapatkan pelanggan, yakni satu porsi Mie gacoan dapat membuat pelanggan kenyang. Sehingga hal tersebut dapat menumbuhkan loyalitas pelanggan pada Mie Gacoan cabang Jember. Jadi semakin baik harga yang ditawarkan maka semakin meningkat pula loyalitas pelanggan.

Hasil penelitian ini membenarkan teori menurut Kotler dan Armstrong (2014) harga yaitu sejumlah uang yang dibebankan atas suatu barang atau jasa atau jumlah dari nilai uang yang ditukar konsumen atas manfaat-manfaat karena memiliki atau menggunakan produk atau jasa tersebut. Serta hal ini relevan dengan penelitian Chandra Eddy Thungasal (2019) yang berjudul “Pengaruh Kualitas Layanan Dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan Pada Hotel Kasuari” didapatkan hasil yaitu harga berpengaruh signifikan dan positif terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan.

### **4. Pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan dan harga secara simultan terhadap loyalitas pelanggan**

Berdasarkan hasil uji F menunjukkan hasil bahwa nilai sig untuk pengaruh X1, X2 dan X3 terhadap Y sebesar  $0,000 < 0,05$  dan nilai  $F_{hitung} > F_{tabel}$  yakni  $30,306 > 2,60$ . Sehingga dapat disimpulkan bahwa hipotesis diterima, yakni kualitas produk, kualitas pelayanan dan harga secara simultan berpengaruh dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Diketahui nilai *adjusted R square* sebesar 0,371 maka dapat disimpulkan bahwa pengaruh variabel

independen terhadap variabel dependen secara simultan (bersama-sama) yakni sebesar 37%. Sedangkan sisanya yakni sebesar 63% dipengaruhi oleh variabel lainnya yang belum ditentukan oleh peneliti dalam penelitian ini. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa meski secara uji parsial kualitas pelayanan di Mie Gacoan tidak berpengaruh pada loyalitas pelanggan, namun dengan kualitas produk yang baik serta harga yang ditawarkan sudah terjangkau, hal ini mampu menumbuhkan loyalitas pelanggan Mie Gacoan cabang Jember. Jadi meski kualitas pelayanan kurang baik, namun apabila diimbangi dengan kualitas produk yang baik dan harga yang ditawarkan semakin terjangkau, maka akan meningkat pula loyalitas pelanggan.

Hal ini relevan dengan penelitian oleh Melysa Elisabeth Pongoh (2013) dengan judul “Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk dan Harga Pengaruhnya Terhadap Loyalitas Pelanggan Kartu As Telkomsel Di Kota Manado” didapatkan hasil bahwa kualitas pelayanan, kualitas produk dan harga secara simultan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan kartu as telkomsel di kota Manado. Penelitian Fathiya, dkk (2017) dengan judul “Pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan dalam meningkatkan loyalitas pelanggan Indihome di Kota Bandung” didapat hasil bahwa kualitas produk, kualitas pelayanan dan harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan sehingga meningkatkan loyalitas pelanggan Indihome di Kota Bandung.

## **E. KESIMPULAN**

Berdasarkan pada analisis data dan pembahasan, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Artinya produk yang ada di Mie Gacoan sudah bisa memenuhi kebutuhan dan harapan pelanggan, yakni satu porsi Mie Gacoan dapat membuat pelanggan merasa kenyang dan produk yang disajikan pada pelanggan sudah sesuai dengan yang dipromosikan. Selain itu level pedas yang bisa disesuaikan oleh pelanggan menjadi daya tarik tersendiri bagi Mie Gacoan, ditengah banyaknya gerai yang menyajikan menu mie pedas juga. Sehingga dengan kualitas produk tersebut mampu menjadikan pelanggan merasa puas dan loyal pada Mie Gacoan. Hal ini juga menunjukkan semakin baik kualitas produk Mie Gacoan, maka akan meningkat pula loyalitas pelanggan pada Mie Gacoan cabang Jember.

2. Kualitas pelayanan tidak berpengaruh dan tidak signifikan terhadap loyalitas pelanggan Mie Gacoan Jember. Hal ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan yang ada di Mie Gacoan cabang Jember bukan menjadi faktor pelanggan menjadi loyal. Hal tersebut sesuai dengan fenomena penelitian yang ada, yakni antrean pelanggan yang panjang hingga mencapai area parkir, yang mana hal ini tidak menjadi penghalang bagi pelanggan untuk tetap loyal. Artinya pelanggan tidak keberatan meski harus mengantre panjang dan lama untuk membeli produk Mie Gacoan. Berdasarkan hasil temuan di lapangan dan hasil wawancara pada pelanggan didapatkan hasil bahwa, alasan mereka bersedia mengantre panjang dan lama adalah karena kualitas produk Mie Gacoan itu sendiri. Bagi pelanggan, produk Mie Gacoan baik dari menu mie, dimsum maupun minumannya memiliki cita rasa yang khas dan lezat berbeda dengan gerai mie pedas lainnya. Lebih jelas lagi para pelanggan berpendapat bahwa menu mie di Mie Gacoan kaya akan bumbu dan topping pangsit berisi full daging ayam. Selain itu menu minuman yang ada juga menjadi favorit pelanggan. Selain pelayanan bagian kasir kurang maksimal hasil dari pengisian angket menunjukkan bahwa beberapa responden pernah mendapati pesannya tertukar dengan pelanggan lain, namun hal tersebut tidak mempengaruhi tingkat loyalitas pelanggan Mie Gacoan cabang Jember.
3. Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Artinya harga dari suatu produk dapat menumbuhkan loyalitas pelanggan. Harga produk Mie Gacoan sudah terjangkau dan dapat bersaing dengan gerai mie pedas lainnya. Selain itu harga yang diberikan seimbang dengan produk yang disajikan serta sesuai dengan manfaat yang didapatkan pelanggan, yakni satu porsi Mie gacoan dapat membuat pelanggan kenyang. Sehingga hal tersebut dapat menumbuhkan loyalitas pelanggan pada Mie Gacoan cabang Jember. Jadi semakin baik harga yang ditawarkan maka semakin meningkat pula loyalitas pelanggan.
4. Kualitas produk, kualitas pelayanan dan harga secara simultan (bersama-sama) berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan Mie Gacoan cabang Jember, dengan besar pengaruhnya adalah 37%. Sedangkan sisanya yakni sebesar 63% dipengaruhi oleh variabel lainnya yang belum ditentukan oleh peneliti dalam penelitian ini. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa meski secara uji parsial kualitas pelayanan di Mie Gacoan tidak berpengaruh pada loyalitas pelanggan, namun dengan kualitas produk yang baik serta harga yang ditawarkan sudah terjangkau, hal ini mampu menumbuhkan loyalitas pelanggan Mie Gacoan cabang Jember. Jadi meski kualitas pelayanan kurang

baik, namun apabila diimbangi dengan kualitas produk yang baik dan harga yang ditawarkan semakin terjangkau, maka akan meningkat pula loyalitas pelanggan.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Arni Purwanti Dan Rahma Wahdiniwaty. 2017. *Analisis Kualitas Pelayanan, Kepercayaan, Dan Kewajaran Harga Pengaruhnya Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Cinderella School Of English For Children Di Bandung*. Jimm Unikom
- Assauri, S. 2018. *Manajemen Bisnis Pemasaran*. Depok: PT Rajawali Pers
- Buchari Alma. 2014. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: CV Alfabeta.
- Caesar Andreas. 2016. *Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening*. Surabaya: Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen Vol 5 No 5, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA)
- Chandra Eddy Thungasal. 2019. *Pengaruh Kualitas Layanan Dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan Pada Hotel Kasuari*. Universitas Kristen Petra. Surabaya: Agora Vol 7 No 1
- Etta Mamang Sangadji & Sopiah. 2013. *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: Andi
- Fathiya, dkk. 2017. *Pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan dalam meningkatkan loyalitas pelanggan Indihome di kota Bandung*. Universitas Telkom: e-Proceeding of management Vol 4 No 3
- Ferdinand, A. 2006. *Metode penelitian manajemen: Pedoman penelitian untuk penulisan skripsi, tesis, dan disertasi ilmu manajemen*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Fnbpreneur. 2022. *Sejarah Mie Gacoan, Mulai dari Malang Hingga Seluruh Indonesia*. fnbpreneur.id
- Ghozali, I. 2018. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS edisi 9*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Ibnu Taimiyah. 1976. *Majmu' Fatawa*. Kairo: Dar Al-Sa'ab
- Isma Tulloch. 2020. *Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Di Distro Bloods Solo*. Surakarta: Jurnal Bisnis Dan Ekonomi Vol 7 No 2 Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE)
- Kartajaya, Hermawan, dkk. 2003. *Marketing in Venus*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama
- Kotler & Armstrong. 2014. *Dasar-dasar pemasaran (Jilid 1)*. Jakarta: Prenhalindo
- Kotler dan Keller. 2017. *Marketing Management*. New jersey: Pearson education Limited
- Kumpan Food. 2018. *7 Sifat Milenial dalam Memilih Makanan, Kamu yang Mana?*. kumpan.com
- Melysa Elisabeth Pongoh. 2013. *Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk Dan Harga Pengaruhnya Terhadap Loyalitas Pelanggan Kartu As Telkomsel Di Kota Manado*. Jurnal EMBA Vol 1 No 4
- Muslichah Erma Widiana dan Bonar Sinaga. 2010. *Dasar-Dasar Pemasaran*. Bandung: Karya Putra Dawati

- Rosyidi, Suherman. 2006. *Pengantar Teori Ekonomi. Pendekatan Kepada Teori Mikro dan Makro*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- \_\_\_\_\_. 2014. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: CV. Alfabeta
- \_\_\_\_\_. 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: CV. Alfabeta
- \_\_\_\_\_. 2019. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Sukesi. 2009. *Dimensi Loyalitas Perilaku Pelanggan, Cetakan Pertama*. Jakarta: Lutfansah Mediatama.
- Tjiptono, Fandy. 2015. *Service Management Mewujudkan Layanan Prima*. Bandung: CV Alfabeta.
- Ultraindonesia. 2021. *6 Ide Bisnis Kuliner Kekinian yang Banyak Diminati Oleh Milenial*.ultraindonesia.com