JURNAL ECONOMINA
e-ISSN: 2963-1181
Volume 3, Nomor 8, Agustus 2024
Homepage: ejournal.45mataram.or.id/index.php/economina

Pengaruh Harga dan Kualitas Produk terhadap Loyalitas Pelanggan di Pabrik Hanger Baju Desa Beji Kecamatan Ngunut Kabupaten Tulungagung

Dewi Purbo Sari[1*], Justia Ernajati[2]
[1] Program Studi Pendidikan Ekonomi, Mahasiswa/Universitas Bhinneka PGRI, Indonesia
[2] Program Studi Pendidikan Ekonomi, Dosen/Universitas Bhinneka PGRI, Indonesia

Corresponding Author: dsari5787@gmail.com[1]*

Article History

Received : 06-07-2024
Revised : 24-07-2024
Accepted : 04-08-2024

ABSTRAK

Diera globalisasi ini, setiap perusahaan dihadapkan oleh persaingan dunia usaha yang semakin kuat. Maka perusahaan harus memberikan nilai dan kepuasan kepada konsumen dengan cara penyampaian produk dan jasa yang berkualitas dengan harga bersaing agar tercapainya loyalitas pelanggan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh harga dan kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan di pabrik hanger baju desa beji kecamatan ngunut kabupaten tulungagung. Metode pengumpulan data yang digunakan berupa angket (kuesioner) yang telah di uji validitas dan reliabilitasnya. Sampel yang digunakan sebanyak 109 responden. Analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda yang sebelumnya telah dilakukan uji asumsi klasik, selanjutnya uji t, uji F dan uji koefisien determinasi dengan bantuan program SPSS 20 for windows. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial harga berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan dengan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu 11,617 > 1,983 dan nilai signifikasi 0,000 < 0,05, sedangkan kualitas produk berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan dengan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu 2,579 > 1,983 dan nilai signifikasi 0,011 < 0,05. Secara simultan terdapat pengaruh harga dan kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan di pabrik hanger baju Desa Beji Kecamatan Ngunut Kabupaten Tulungagung dengan nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ yaitu 138,589 > 3,0812 dengan nilai signifikansi 0,00 < 0,05 dan berpengaruh sebesar 78% dan sisanya sebesar 22% dipengaruhi oleh faktor lain diluar penelitian.

Keywords: Price; Satisfaction to Consumers; Quality of Clothes Hanger Products

ABSTRACT

In this era of globalization, every company is faced with increasingly strong competition in the business world. So companies must provide value and satisfaction to consumers by delivering quality products and services at competitive prices in order to achieve customer loyalty. This research aims to determine the effect of price and product quality on customer loyalty at the clothes hanger factory in Beji village, Ngunut sub-district, Tulungagung regency. The data collection method used is a questionnaire whose validity and

reliability have been tested. The sample used was 109 respondents. The data analysis used was multiple linear regression analysis which had previously been carried out with the classical assumption test, then the t test, F test and coefficient of determination test with the help of the SPSS 20 for Windows program. The research results show that price partially influences customer loyalty with a value of tcount > ttable, namely 11.617 > 1.983 and a significance value of 0.000 < 0.05, while product quality influences customer loyalty with a value of tcount > ttable, namely 2.579 > 1.983 and a significance value of 0.011 < 0.05. Simultaneously there is an influence of price and product quality on customer loyalty at the clothes hanger factory in Beji Village, Ngunut District, Tulungagung Regency with a value of Fcount > Ftable, namely 138.589 > 3.0812 with a significance value of 0.00 < 0.05 and an influence of 78% and the remaining 22%. influenced by other factors outside the research.

PENDAHULUAN

Bisnis yang berorientasi keuntungan yaitu bisnis yang didirikan semata-mata supaya mendapatkan keuntungan untuk meningkatkan kesejahteraan pemilik dan karyawan, serta meningkatkan usaha lebih lanjut. Salah satu kunci berhasilnya suatu bisnis adalah pemasaran. Pemasaran merupakan salah satu kegiatan-kegiatan pokok yang dilakukan oleh para pengusaha dalam usahanya untuk mempertahankan kelangsungan hidupnya, untuk berkembang, dan mendapatkan laba. Berhasil tidaknya dalam mencapai tujuan bisnis tergantung pada keahlian di bidang pemasaran, produksi, keuangan, dan bidang lainnya. Di era globalisasi ini, setiap perusahaan dihadapkan oleh persaingan dunia usaha yang semakin ketat. Meningkatnya intensitas persaingan dan jumlah pesaing membuat setiap perusahaan untuk selalu memperhatikan kebutuhan dan keinginan konsumen serta untuk memenuhi harapan konsumen. Kunci utama agar dapat memenangkan persaingan adalah memberikan nilai dan kepuasan kepada konsumen dengan cara penyampaian produk dan jasa yang berkualitas dengan harga bersaing.

Salah satu produk unggulan yang ada di Ds. Beji Kec. Ngunut adalah hanger atau gantungan baju yang terbuat dari kawat. Meskipun tampak sebagai kebutuhan yang sepele, namun hanger memiliki manfaat yang tak habis setiap waktu, yaitu membantu menhemat ruang serta membantu menata semua pakaian di lemari. Jumlah pabrik hanger yang setiap tahun semakin banyak menyebabkan bertambahnya pilihan bagi pelanggan. Para konsumen atau pelanggan dari berbagai pabrik hanger tidak hanya memperhatikan kualitas dari produk hanger saja, tetapi juga kualitas layanan. Maka dari itu pemilik industri atau pabrik harus memberikan kualitas layanan, kualitas produk dan harga yang tepat agar dapat bersaing dengan pabrik lainnya. Karena di dalam meningkatkan daya tarik dan loyalnya pelanggan suatu pabrik harus mengutamakan hal tersebut.

Hasil observasi yang saya lakukan terdapat 3 pabrik hanger yang jaraknya cukup dekat. Ketiga pabrik tersebut sama-sama memproduksi hanger yang terbuat dari kawat besi. Hanger

yang diproduksi yaitu hanger yang berukuran besar. Ketiga pabrik tersebut memiliki konsumen atau pelanggan masing-masing, tetapi dari ketiga pabrik tersebut yang paling laris atau yang banyak pelanggannya yaitu pabrik milik Bapak Seno. Tidak hanya pelanggan dari daerahnya saja, tetapi pelanggannya juga dari luar kota. Bapak Seno mendirikan pabrik hanger sejak tahun 2014 dan yang paling dulu mendirikan pabrik hanger didaerahnya. Pabrik milik bapak Seno ini dalam sehari memproduksi hanger 200/lusin. Untuk harganya yaitu Rp.14.000/lusin. Kebanyakan pelanggannya yaitu konsumen grosiran.

Harga dan Kualitas Produk berkaitan terhadap loyalitas pelanggan, dari permasalahan tersebut peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan tujuan penelitian: (1) Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap loyalitas pelanggan di Pabrik Hanger Desa Beji Kecamatan Ngunut Kabupaten Tulungagung. (2) Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan di pabrik Hanger Desa Beji Kecamatan Ngunut Kabupaten Tulungagung. (3) Untuk mengetahui pengaruh harga dan kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan di pabrik Hanger Desa Beji Kecamatan Ngunut Kabupaten Tulungagung.

Menurut (Kotler & Amstrong, 2011:345) menyatakan harga dalam arti yang sempit adalah jumlah yang ditagihkan atas suatu produk atau jasa. Sedangkan menurut (Farisi & Siregar, 2020:150) Harga (price) adalah elemen penting yang menempel pada sebuah produk. Harga menjadi kunci utama bagi konsumen untuk membeli barang , khususnya konsumen untuk membeli barang, khususnya konsumen kelas menengah ke bawah dalam pemasaran, penentuan harga bisa menjadi kekuatan untuk bersaing di dalam pasar. Dari beberapa pengertian diatas diata dapat disimpulkan bahwa, harga adalah menjadi faktor yang sangat penting dalam memberikan kepuasan konsumen. Apabila konsumen memutuskan membeli suatu produk, maka harga yang ditawarkan sinkron dengan harapa pelanggan dan sebanding dengan kualitas dari suatu produk. Jika pembeli tidak jadi membeli produk, maka penjual harus meninjau ulang harga jualnya. Indikator harga menurut (Riyono & Budiharja, 2016) dalam (Farisi & Siregar, 2020:151) yaitu: Keterjangkauan harga, Kesesuaian harga dengan kualitas produk, Daya saing harga, Kesesuaian harga dengan manfaat.

Kualitas produk menurut Tjiptono (2008:25) dalam (Kuspriyono, 2016) adalah kualitas meliputi usaha memenuhi atau melebihi harapan pelanggan. Kualitas mencangkup produk, jasa, manusia, proses, dan lingkungan. Kualitas merupakan kondisi yang selalu berubah (misalnya apa yang dianggap merupakan kualitas saat ini mungkin dianggap kurang berkualitas pada masa mendatang). Menurut Putra (2020) dalam (Khevin Insan Hutahaean, Dr,.Ir, 2020:1232) kualitas produk merupakan kemampuan kinerja produk untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan, sehingga pelanggan dapat memilih persepsi produk yang diberikan produk untuk dibeli. Dari beberapa pengertian diatas diatas dapat disimpulkan bahwa, kualitas adalah karakteristik produk atau jasa yang bergantung pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan pelanggan yang dinyatakan atau diimplikasikan. Indikator kualitas produk menurut Aditya Hangga Supangkat (2017) adalah sebagai berikut : Daya tahan, Estetika, Kualitas yang dipersepsikan.

Loyalitas pelanggan menurut (Wahyoedi & saparso, 2019 :24) dalam (Nopitasari et al., 2024) Loyalitas pelanggan adalah kesetiaan seorang pelanggan dalam menggunakan perusahaan selama kurun waktu yang lama dan merekomendasikannya kepada orang lain. Sedangkan mnurut Menurut Griffin (2009:31) dalam (Plutzer, 2021) Loyalitas dapat didefinisikan berdasarkan perilaku membeli. Konsumen yang loyal adalah orang yang melakukan pembelian berulang produk atau jasa secara teratur, membeli antar lini produk atau jasa, mereferensikan kepada orang lain dan menunjukkan kekebalan terhadap tarikan dari perusahaan lain. Dari definisi menurut para ahli diatas, dapat disimpulkan bahwa loyalitas pelanggan adalah bentuk perilaku konsumen yang berkaitan dengan sikap mengenai suatu produk. Indikator loyalitas pelanggan menurut Tjiptono (2011:481) yaitu: *Repeat purchase* (pembelian ulang), *retention* (ketahanan terhadap produk), *referalls* (rekomendasi kepada orang lain).

Keputusan pembelian merupakan suatu tindakan untuk memecahkan permasalahan yang muncul yang harus diatasi agar keinginan atau tindakan konsumen dapat mencapai tujuannya secepat dan seefektif mungkin (Nasution et al., 2022). Keputusan pembelian menurut (Firmansyah, 2019) adalah tindakan yang diambil individu untuk memecahkan masalah guna memilih pilihan terbaik dari dua kemungkinan atau lebih dan mempertimbangkan tindakan terbaik ketika melakukan pembelian, dimulai dari tahap proses pengambilan keputusan. Sedangkan (Kotler, 2018) menggambarkan keputusan pembelian sebagai salah satu komponen perilaku konsumen. Studi tentang perilaku konsumen berfokus pada bagaimana orang, kelompok, dan organisasi memilih, membayar, dan memanfaatkan produk, layanan, konsep, atau pengalaman untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan mereka. Indikator keputusan pembelian menurut Kotler dan Keller (2014) yang dikutip dalam (Ahmad Fahrezi & Uuh Sukaesih, 2023) yaitu antara lain: Kemantapan pada sebuah produk, kebiasaan dalam membeli produk, memberikan rekomendasi kepada orang lain, melakukan pembelian ulang.

Menurut Zikmud (2007:72) ada lima aspek yang mempengaruhi loyalitas pelanggan, yaitu; 1) *Satisfaction* (kepuasan), 2) *Emotional bonding* (ikatan emosi), 3) *Trust* (kepercayaan), 4) *Choice reduction and habit* (pengurangan pilihan dan kebiasaan), 5) *History with the company* (sejarah dengan perusahaan)

Penelitian ini didukung oleh penelitian (Wulan Yuliana et al., 2020) yang berjudul "Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan Telkomsel " yang memberikan hasil terdapat pengaruh positif harga dan kualitas produk pada loyalitas pelanggan di Kota Cimahi dimana harga dan kualitas produk sam-sama berpengaruh positif pada loyalitas pelanggan dalam menentukan penggunaan layanan operator selular. Pengaruh harga positif pada loyalitas pelanggan, karena pengaruh harga yang baik membuat pelanggan tetap setia menggunakan Telkomsel walau beberapa responden masih ada sedikit mengutarakan ketidak puasan mengenai harga yang diberikan.

METODE PENELITIAN

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan metode kuantitatif, karena data penelitiannya berupa angka-angka dan analisis statistik. Menurut (Sugiyono, 2021:16), metode penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrument penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Variabel independent harga (X_1) dan kualitas produk (X_2), sedangkan variabel dependen loyalitas pelanggan (Y). Populasi yang digunakan yaitu seluruh pelanggan tetap "Pabrik Hangger Desa Beji Kecamatan Ngunut Kabupaten Tulungagung yang berjumlah 150 populasi. Sehingga dapat diambil sebanyak 109 orang dengan menggunakan rumus yamane karena jumlah konsumen diketahui. Pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah teknik probability sampling, menurut (Sugiyono, 2021:129) adalah "teknik pengambilan sampel yang memberikan peluang yang sama bagi setiap unsur (anggota) populasi untuk dipilih menjadi anggota sampel". Dalam penelitian ini menggunakan Teknik Simple Random Sampling, yaitu "pengambilan anggota sampel dari populasi dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada dalam populasi itu" (Sugiyono, 2021:129). Pada penelitian ini peneliti mengambil secara acak dari 150 populasi menjadi 109 responden. Peneliti menggunakan presentase untuk menentukan pembagian yang berimbang. Pengumpulan data penelitian ini dilakukan dengan menggunakan kuesioner atau angket yang valid dan reliabel. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah Uji Instrument berupa Uji Validitas dan Uji Reliabilitas, Uji Prasyarat Asumsi Klasik meliputi Uji Normalitas, Uji Multikolonieritas, Uji Linieritas, dan Uji Heteroskedastisitas, Uji Hipotesis meliputi Uji t dan Uji F, Analisis Regresi Linier Berganda dan Koefisien Determinasi.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil penelitian didapatkan bahwa pelanggan dari pabrik hanger milik Pak Seno yang berjumlah 150 orang. Dari seluruh pelanggan, responden yang diambil 5% dari jumlah keseluruhan pelanggan tetap Pabrik Hanger Baju Desa Beji Kecamatan Ngunut Kabupaten Tulungagung yang menjadi sampel yaitu berjumlah 109 pelanggan yang berasal dari Tulungagung yang berjumlah 51 orang, Malang 33 orang, dan Kota jember 35 orang.

Uji Asumsi Klasik

Beberapa asumsi harus dipenuhi dalam analisis regresi. Uji asumsi yang dilakukan adalah normalitas, linearitas, multikolinearitas, dan heteroskedastisitas diuji pada data penelitian. Oleh karena itu, untuk memenuhi syarat asumsi regresi, peneliti harus mencoba keempat (4) uji asumsi. Hasil tes tersebut adalah sebagai berikut:

Uji Normalitas

Menurut Ghozali (2016:154) kriteria pengujian Kolmogorov-Smirnov yaitu sampel yang berdistribusi tidak normal apabila tingkat signifikasi pada tiap-tiap variabel ≤ 0,05 dan sampel yang berdistribusi normal apabila tingkat signifikasi pada tiap-tiap variabel ≥ 0,05.

Tabel 1. Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		109
Normal Parameters[a,b]	Mean	0E-7
	Std. Deviation	2.81454182
Most Extreme Differences	Absolute	.119
	Positive	.119
	Negative	-.088
Kolmogorov-Smirnov Z		1.239
Asymp. Sig. (2-tailed)		.093
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		

Sumber Data: Hasil Olahan Peneliti SPSS 20, 2024

Berdasarkan tabel 1 dapat disimpulkan bahwa telah berdistribusi secara normal, karena data memiliki signifikasi sebesar 0,93 ≥ 0,05.

Uji Linieritas

Menurut Ghozali (2016: 159) uji ini digunakan untuk melihat apakah spesifikasi model yang digunakan sudah benar atau tidak. Dan apakah fungsi yang digunakan dalam studi empiris sebaiknya berbentuk linier, kuadrat atau kubik. Dengan uji linieritas akan diperoleh informasi apakah model empiris sebaiknya berbentuk linier, kuadrat atau kubik.

Jadi kenaikan atau penurunan kuantitas di salah satu variabel akan mengikuti kenaikan atau penurunan linier kuantitas variabel lainnya (linier= garis lurus). Ketentuan interpetasi pada variabel X1 terhadap Y dan X2 untuk variabel Y yang digunakan peneliti adalah hasil perhitungan kolom linier pada tabel ANOVA. Jika nilainya signifikan < 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa memenuhi syarat untuk lulus uji linieritas.

Tabel 2. Hasil Uji Linearitas Harga (X1) terhadap Loyalitas Pelanggan (Y)

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
LOYALITAS PELANGGAN * HARGA	Between Groups	(Combined)	2550.445	20	127.522	20.696	.000
		Linearity	2183.444	1	2183.444	354.355	.000
		Deviation from Linearity	367.001	19	19.316	3.135	.000
	Within Groups		542.234	88	6.162		
	Total		3092.679	108			

Sumber Data: Hasil Olahan Peneliti SPSS 20, 2024

Berdasarkan tabel diatas hasil uji linieritas variabel harga (X1) terhadap loyalitas pelanggan (Y) diperoleh nilai sig. liniearity 0,000 kurang dari 0,05. Maka dapat di simpulkan bahwa data penilaian ini memenuhi syarat linieritas dan lolos uji serta dapat dipergunakan untuk menjelaskan pengaruh antara variabel-variabel yang ada.

Tabel 3. Hasil Uji Linearitas Kualitas Produk (X2) terhadap Loyalitas Pelanggan (Y)

ANOVA Table

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
LOYALITAS PELANGGAN * KUALITAS PRODUK	Between Groups	(Combined)	1730.451	19	91.076	5.950	.000
		Linearity	1147.838	1	1147.838	74.993	.000
		Deviation from Linearity	582.613	18	32.367	2.115	.011
	Within Groups		1362.228	89	15.306		

Sumber Data: Hasil Olahan Peneliti SPSS 20, 2024

Berdasarkan tabel 3 diatas hasil uji linieritas variabel kualitas produk (X2) terhadap Loyalitas pelangan (Y) diperoleh nilai sig. linierity 0,000 kurang dari 0,05. Maka dapat disimpulkan bahwa data penelitian ini memenuhi syarat linieritas dan lolos uji serta dapat dipergunakan untuk menjelaskan pe ngaruh antara variabel-variabel yang ada.

Uji Multikolinearitas

Menurut Ghozali (2016:103) uji multikolonieritas bertujuan untuk menguji apakah regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independent). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi di antara variabel bebas (independent). Jika terjadi korelasi maka terdapat masalah multikolinieritas. Pedoman yang dijadikan acuan yaitu dengan melihat VIF (*Varian Inflation Factor*). Dapat dikatakan terjadi multikolonieritas apabila hasil VIF > 10 dan nilai Tolerance < 0,10.

Tabel 4. Hasil Uji Multikolinieritas

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	-5.114	5.623		-.909	.365		
	HARGA	.864	.074	.742	11.617	.000	.641	1.561
	KUALITAS PRODUK	.199	.077	.165	2.579	.011	.641	1.561

a. Dependent Variable: LOYALITAS PELANGGAN

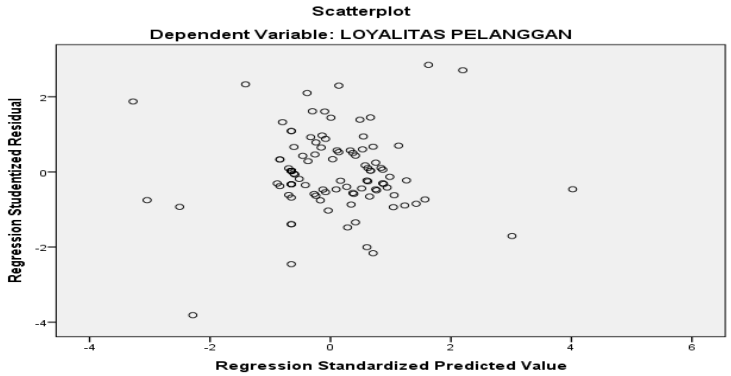
Sumber Data: Hasil Olahan Peneliti SPSS 20, 2024

Dari tabel 4 diatas yang menunjukkan hasil uji multikolonialitas diatas menunjukkan bahwa tidak terjadi multikolinieritas yang dapat dilihat dari nilai tolerance > 0,10 yaitu sebesar 0,641 dan nilai Variant Inflation Factor (VIF) < 10 yaitu sebesar 1.561.

Uji Heterokedastisitas

Menurut Ghozali (2016:134) Uji Heterokedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidak samaan varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang kain tetap, maka dapat disebut Homoskedastisitas. Model regresi yang baik adalah yang homoskedastisitas atau tidak terjadi heterokedastisitas.

Adapun ketentuan-ketentuan dalam pengambilan keputusan adalah sebagai berikut ; Dengan melihat ada tidaknya pola tertentu, seperti titik-titik yang ada membantu pola tertentu yang teratur (bergelobang, melebar kemudian menyempit), maka mengidentifikasikan telah terjadi heteroskedastisitas, dan apabila tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik menyebar diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.



Gambar 1. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Sumber Data: Hasil Olahan Peneliti SPSS 20, 2024

Dari gambar scatterplot di atas menunjukkan bahwa titik-titik (data) menyebar secara acak dan tidak membentuk pola tertentu yang jelas, serta pola tersebar diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y. Hal ini menyatakan berarti tidak terjadi heterokedastisitas pada model regresi linier berganda.

Analisis Regresi Linier Berganda

Menurut (Arikunto 2013: 265) regresi berganda adalah suatu perluasan dan teknik regresi apabila terdapat lebih dari satu variabel bebas mengadakan prediksi terhadap variabel terikat. Analisis regresi berganda adalah analisis tentang hubungan antara satu dependent variabel dengan dua atau lebih independent variabel. Analisis ini digunakan untuk mencari nilai pengaruh harga (X1) dan kualitas produk (X2), terhadap Loyalitas pelanggan di pabrik hanger baju desa beji kecamatan ngunut kabupaten tulungagung. Dalam penelitian ini menggunakan analisis regresi linier berganda dengan menggunakan program SPSS versi 20 *for windows*.

Tabel 5. Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

Coefficients[a]					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	-5.114	5.623		.-909	.365
HARGA	.864	.074	.742	11.617	.000
KUALITAS PRODUK	.199	.077	.165	2.579	.011
a. Dependent Variable: LOYALITAS PELANGGAN					

Sumber Data: Hasil Olahan Peneliti SPSS 20, 2024

Dari hasil uji regresi linier berganda pada tabel 4.14 Coefficients$^{\alpha}$ dapat dilihat bahwa diperoleh persamaan dari rumus regresi linier berganda $Y = \alpha + b_1 x_1 + b_2 x_2$ (Sugiyono, 2013:271), yaitu Y = -5,114 + 0,864X1+ 0,199X2 yang penjelasannya sebagai berikut:

a. (a) Merupakan konstanta yang besarnya -5,114 menyatakan bahwa variabel independent (implementasi harga dan kualitas produk) sebesar 0 (nol) maka nilai variabel dependen loyalitas pelanggan -5,114.
b. (b_1) Merupakan koefisien regresi dari X1, koefisien regresi 0,864 menyatakan bahwa satu penambahan variabel X1 dengan asumsi variabel lain X2 konstan maka hal ini akan berpengaruh peningkatan besarnya Y sebesar 0,864.
c. (b_2) Merupakan koefisien regresi dari X2 koefisien regresi 0,199 menyatakan bahwa setiap penambahan suatu variabel X2 dengan asumsi variabel lain X1 konstan maka hal ini akan berpengaruh peningkatan besarnya Y sebesar 0,199.

Hasil Uji Hipotesis

Uji hipotesis dalam penelitian ini digunakan untuk mengetahui apakah harga dan kualitas produk berpengaruh secara simultan atau parsial terhadap loyalitas pelanggan. Pengujian diawali dengan uji parsial (uji t) dan uji simultan (uji F).

Uji t (Uji Parsial)

Uji t digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel bebas (independent) secara parsial terhadap variabel terikat (dependent). Untuk menguji pengaruh harga dan kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan secara parsial signifikan atau tidak, dalam penelitian ini membandingkan antara t_{hitung} dengan t_{tabel} dengan taraf signifikan 5% (0,05) dan N sebesar 109 diperoleh t_{tabel} 1,659. Dengan perhitungan yang digunakan sebagai berikut:

t_{tabel} = (a/2 ; n-k-1)
t_{tabel} = (0,05/2 ; 109-2-1)
t_{tabel} = (0,025; 106)
t_{tabel} = 1,983

Berdasarkan hasil perhitungan dengan bantuan *SPSS versi 20 for windows* diperoleh hasil sebagai berikut:

Tabel 6. Hasil Uji t (Parsial)

Coefficients[a]					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	-5.114	5.623		.-909	.365
HARGA	.864	.074	.742	11.617	.000
KUALITAS PRODUK	.199	.077	.165	2.579	.011
a. Dependent Variable: LOYALITAS PELANGGAN					

Sumber Data: Hasil Olahan Peneliti SPSS 20, 2024

Berdasarkan hasil uji t diatas dapat dijelaskan bahwa uji t dalam variabel harga (X1) terhadap loyalitas pelangan (Y) memiliki nilai sig. t < alpha yaitu sebesar 0,000 < 0,05 dan $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu sebesar 11,617 > 1,983. Apabila signifikan t < alpha atau $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka nilai hipotesis nol (Ho) ditolak hipotesis alternative (Ha) diterima. Dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara harga (X1) terhadap loyalitas pelanggan (Y) Di Pabrik Hanger Baju Desa Beji Kecamatan Ngunut Kabupaten Tulungagung.

Selanjutnya dapat diketahui bahwa variabel kualitas produk (X2) terhadap loyalitas pelanggan (Y) memiliki nilai sig. t < alpha yaitu sebesar 0,011 < 0,05 dan $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu sebesar 2,579 > 1,983. Apabila signifikan t < alpha atau thitung > ttabel, maka nilai hipotesis nol (Ho) ditolak hipotesis alternatif (Ha) diterima. Dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara kualitas produk (X2) terhadap loyalitas pelanggan (Y) di pabrik hanger baju Desa Beji Kecamatan Ngunut Kabupaten Tulungagung.

Uji F (Simultan)

Uji F digunakan untuk mengetahui pengaruh antara variabel bebas (independent) yaitu harga dan kualitas produk terhadap variabel terikat (dependent) yaitu loyalitas pelanggan secara simultan. Dalam penelitian ini menggunakan perbandingan F_{hitung} dengan F_{tabel} dengan pembilang (m-1) dan penyebut (N-m), N (jumlah seluruh sampel) sebesar 109 dan m (jumlah variabel bebas) sebesar 2 diperoleh F_{tabel} sebesar 3,0812.

F_{tabel} = (m-1) ; (N-m)

F_{tabel} = (2-1) ; (109 -2)

F_{tabel} = (1; 107)

F_{tabel} = 3,0812

Tabel 7. Hasil Uji F (Simultan)

ANOVA[a]

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	2237.141	2	1118.571	138.589	.000[b]
	Residual	855.538	106	8.071		
	Total	3092.679	108			

a. Dependent Variable: LOYALITAS PELANGGAN

b. Predictors: (Constant), KUALITAS PRODUK, HARGA

Sumber Data: Hasil Olahan Peneliti SPSS 20, 2024

Tabel diatas menunjukkan bahwa F_{hitung} (138,589) > F_{tabel} (3,0812) dan tingkat signifikan 0,000 < 0,05 sehingga hipotesis nol ditolak dan hipotesis alternative diterima. Jadi dapat disimpulkan bahwa Ho dalam penelitian ini ditolak Ha diterima yang berarti terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel harga dan kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan di pabrik hanger Desa Beji Kecamatan Ngunut Kabupaten Tulungagung.

Uji Koefisien Determinasi

Analisis determinasi digunakan untuk mengetahui persentase pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Hasil pengujian perhitungan yang dilakukan dengan SPSS versi 20 adalah sebagai berikut:

Tabel 8. Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary[b]

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error Of The Estimate
1	.851[a]	.723	.718	2.841

a. Predictors: (Constant), KUALITAS PRODUK, HARGA

b. Dependent Variable: LOYALITAS PELANGGAN

Sumber Data: Hasil Olahan Peneliti SPSS 20, 2024

Dari tabel diatas dapat diketahui bahwa hal ini diketahui koefisien korelasi pada kolom R sebesar 0,851 dan nilai diterminasi pada kolom Adjusted R Square sebesar 0,718 atau sebesar 72%. Hal ini menunjukkan bahwa 78% perubahan pada variabel Y dipengaruhi oleh perubahan variabel X1 dan variabel X2. Sedangkan sisanya sebesar 28% (100%-72% = 28%) dipengaruhi oleh faktor lain di luar variabel X1 harga dan X2 kualitas produk yang mempengaruhi loyalitas pelanggan yang tidak diteliti dalam penelitian ini yaitu promosi, kualitas pelayanan, merek.

KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil analisis dan uji hipotesis, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut; 1. Ada pengaruh yang signifikan harga terhadap loyalitas pelanggan di pabrik hanger desa beji kecamatan ngunut kabupaten tulungagung. Hal ini berdasarkan thitung (11,617) > ttabel (1,983) dan nilai signifikansi 0,000 < 0,05 maka Ho ditolak dan Ha diterima. Sehinggan dapat dinyatakan bahwa adanya pengaruh yang signifikan harga (X1) terhadap loyalitas pelanggan (Y), 2. Ada pengaruh yang signifikan kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan di pabrik hanger baju desa beji kecamatan ngunut kabupaten tulungagung. Hal ini berdasarkan nilai thitung (2,579) > ttabel (1,983) dan nilai signifikansi 0,011 < 0,05 maka Ho ditolak dan Ha diterima. Sehingga dengan ini dapat dinyatakan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan kualitas produk (X2) terhadap loyalitas pelanggan (Y), 3. Ada pengaruh yang signifikan harga dan kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan di pabrik hanger baju desa beji kecamatan ngunut kabupaten tulungagung. Hal ini dilihat berdasarkan nilai fhitung (138,589) > ftabel (3,0812) dan nilai signifikansi 0,000 < 0,05 maka Ho ditolak dan Ha diterima. Sehingga dapat dinyatakan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan harga (X1) dan kualitas produk (X2) terhadap loyalitas pelanggan (Y).

Saran

Hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan pihak pabrik hanger Menciptakan suatu produk dengan kualitas yang baik tetapi dengan harga yang dinilai lebih murah, maka tentu loyalitas pelanggan akan semakin baik maka kualitas produk yang dihasilkan dipertahankan dan bila perlu ditingkatkan melalui bahan yang dipakai dan bentuk yang bagus. Bagi peneliti selanjutnya, penelitian ini memberikan informasi bahwa variabel berpengaruh positif dan signifikan harga dan kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan. Sedangkan sisanya dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dibahas dalam penelitian ini. Oleh karena itu, disarankan dalam penelitian selanjutnya untuk dapat mengungkapkan faktor lain (variabel lain) yang berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan seperti promosi, kualitas pelayanan, merek.

UCAPAN TERIMA KASIH

Tanpa mengurangi rasa syukur kepada Allah SWT, terimakasih saya ucapkan kepada dosen pembimbing saya Ibu Justia Ernajati, M.M. atas bimbingannya selama ini serta owner dan pelanggan pabrik hanger yang telah membantu saya dalam pengumpulan data. Terimakasih untuk kedua orang tua saya, dan teman-teman terdekat saya yang senantiasa memberikan doa dan dukungan.

DAFTAR PUSTAKA

Arikunto. (2013). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. PT RINEKA CIPTA.

Dennisa, E. A., & Santoso, S. B. (2016). Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan, dan Citra Merek terhadap Loyalitas Pelanggan melalui Kepuasan Pelanggan sebagai Variabel Intervening (Studi pada Klinik Kecantikan Cosmedic Semarang).

DIPONEGORO JOURNAL OF MANAGEMENT, *5*, 1–13.

Farisi, S., & Siregar, Q. R. (2020). Pengaruh Harga dan Promosi Terhadap Loyalitas Pelanggan Pengguna Jasa Transportasi Online di Kota Medan. *Maneggio: Jurnal Ilmiah Magister Manajemen*, *3*(1), 148–159. https://doi.org/10.30596/maneggio.v3i1.4941

Ghozali. (2018). *APLIKASI ANALISIS MULTIVARIATE Dengan Program IBM SPSS 26 Edisi 10*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 23*. (Edisi 8). Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Khevin Insan Hutahaean, Dr,.Ir, H. L. M. . (2020). *PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN INDIHOME PT.TELKOMWITEL BANDUNG*. *6*(2), 1229–1238.

Kuspriyono. (2016). PENGARUH EKUITAS MEREK,KUALITAS PRODUK DAN IKLAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SMARTPHONE MEREK SAMSUNG (STUDI KASUS MAHASISWA/I UNIVERSITAS GUNADARMA). *Jurnal Komunikasi*, *VII*, 26–32.

Merinda, T., & Satrio, B. (2016). Pengaruh harga dan citra merek terhadap loyalitas pelanggan produk footwear Yongki Komaladi. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, *5*(7), 1–15. https://media.neliti.com/media/publications/190021-ID-pengaruh-harga-dan-citra-merek-terhadap.pdf

Nopitasari, N., Sentosa, E., & Nursina, N. (2024). Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Pada Pengguna Produk Kosmetik Make Over di Kelurahan Pulogadung). *Ikraith-Ekonomika*, *7*(2), 76–86. https://doi.org/10.37817/ikraith-ekonomika.v7i2.3337

Plutzer, M. B. B. and E. (2021). PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN. *Jurnal Nasional Indonesia*, *1*(10), 6.

S, H. H. M., Rohaeni, H., & Yuliyana, W. (2020). Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan Telkomsel. *Jurnal Sain Manajemen*, *2*(1), 37–44.

Sugiyono, P. D. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.

Sugiyono, P. D. (2021). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.