

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis mengenai pengaruh kualitas pelayanan, harga dan kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen yang pernah berkunjung ke UD Penggilingan Padi Berkah Abadi. Teknik pengambilan sampel menggunakan *accidental sampling*, dan bersifat subjektif dengan pertimbangan dan kriteria tertentu. Sampel diambil sebanyak 96 responden dengan instrumen penelitian berupa kuesioner. Analisis data kuantitatif meliputi uji t dan uji F, Serta analisis koefisien determinasi (R^2). Data-data yang telah memenuhi uji validitas, uji asumsi klasik diolah sehingga menghasilkan regresi sebagai berikut : $Y = 2,994 + 0,265X_1 + 0,292X_2 + 0,275X_3 + e$.

Hasil pengujian hipotesis menggunakan teknik pengelolaan data spss menghasilkan uji t yang menunjukkan bahwa kualitas pelayanan memiliki nilai signifikan 0,016 dengan t hitung 2,462 artinya bahwa Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan. Harga berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan dengan signifikan 0,003 dan nilai t_{hitung} sebesar 3,032, Kualitas Produk berpengaruh positif dengan tingkat signifikan 0,008 dan t_{hitung} sebesar 2,698. Kemudian melalui uji F dapat diketahui bahwa ketiga variabel independen yang di teliti secara simultan berpengaruh terhadap variabel dependen loyalitas pelanggan dengan nilai 33,103 dan signifikansi 0,000. Angka Adjusted R Square sebesar 0,503 menunjukkan bahwa 50,3 % variabel loyalitas pelanggan dapat dijelaskan oleh ketiga variabel independen dalam persamaan regresi sedangkan sisanya sebesar 48,1% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dianalisis dalam penelitian ini.

Kata Kunci: kualitas pelayanan, harga, kualitas produk dan loyalitas pelanggan

ABSTRACT

This study aims to analyze the influence of service quality, price and product quality on customer loyalty. The population used in this study were all consumers who had visited UD Pgilann Padi Berkah Abadi. The sampling technique used accidental sampling, and was subjective with consideration and certain criteria. The sample was taken as many as 96 respondents with the research instrument in the form of a questionnaire. Quantitative data analysis includes t test and F test, as well as analysis of the coefficient of determination (R²). Data that has met the validity test, the classical assumption test is processed to produce the following regression: $Y = 2,994 + 0,265X_1 + 0,292X_2 + 0,275X_3 + e$.

The results of hypothesis testing using SPSS data management techniques produce a t test which shows that service quality has a significant value of 0.016 with a t count of 2.462 meaning that Service Quality has an effect on Customer Loyalty. Price has a positive effect on customer loyalty with a significant 0.003 and tcount value of 3.032, Product Quality has a positive effect with a significant level of 0.008 and tcount of 2.698. Then through the F test, it can be seen that the three independent variables studied simultaneously affect the dependent variable of customer loyalty with a value of 33.103 and a significance of 0.000. The adjusted R Square figure of 0.503 indicates that 50.3% of the customer loyalty variable can be explained by the three independent variables in the regression equation while the remaining 48.1% is explained by other variables not analyzed in this study.

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