

## Pengaruh Kualitas Produk dan Kepuasan Konsumen Terhadap Loyalitas Pelanggan PT Tamma Robah Indonesia di Kota Surabaya

Nada Putri Pratama<sup>1)</sup>, Iswati<sup>2)</sup>, Siti Aisah<sup>3)</sup>

STIE IBMT, Alamat: Jl. Raya Kupang No 8, Sonokwijen. Kec. Sukomanunggal, Surabaya, Jawa Timur 60189

| Correspondence                                                                   |                          |                           |
|----------------------------------------------------------------------------------|--------------------------|---------------------------|
| Email: nadaputri624@gmail.com<br>iswatiibmt@gmail.com<br>sitiaisahibmt@gmail.com |                          | No. Telp:                 |
| Submitted: 16 August 2024                                                        | Accepted: 25 August 2024 | Published: 26 August 2024 |

### ABSTRACT

*This research aims to determine the effect of product quality on consumer satisfaction and customer loyalty at the company PT Tamma Robah Indonesia in the city of Surabaya. In this research, data collection was carried out by distributing questionnaires to 99 respondents who were willing to spend their time using a purposive sampling method to determine respondents' responses to product quality variables, consumer satisfaction and customer loyalty. Meanwhile, quantitative analysis techniques include validity tests, reliability tests, multiple linear regression analysis, t test (partial test), f test (simultaneous test) and this test is assisted using the SPSS version 24 computer. The results are significant for consumer satisfaction and customer loyalty.*

**Keywords:** Product quality, consumer satisfaction, customer loyalty.

### ABSTRAK

Penelitian ini memiliki tujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen dan loyalitas pelanggan pada perusahaan PT Tamma Robah Indonesia di Kota Surabaya. Dalam penelitian ini pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuisioner kepada 99 responden yang bersedia meluangkan waktunya dengan menggunakan metode *purposive sampling* untuk mengetahui tanggapan dari responden terhadap variabel kualitas produk, kepuasan konsumen terhadap loyalitas pelanggan. Sedangkan Teknik analisis kuantitatif yang meliputi uji validitas, uji realibilitas, analisis regresi linier berganda, uji t (uji parsial), uji f (uji simultan) dan pengujian ini dibantu menggunakan komputer SPSS versi 24. Hasil signifikan terhadap kepuasan konsumen dan loyalitas pelanggan.

**Kata kunci:** Kualitas produk, Kepuasan konsumen, Loyalitas pelanggan.

### PENDAHULUAN

Pada masa sekarang dunia usaha mengalami perkembangan yang sangat pesat hal ini di sebabkan adanya ide kreatif dan inovatif yang selalu di ciptakan oleh para pengusaha seiring dengan perkembangnya ide tersebut konsep pemasaran turut mengalami perkembangan. Peran pemasaran sekarang sangat penting sebagai penunjang kemampuan suatu usaha agar terus berkembang dan bertumbuh. Pada dasarnya setiap usaha bertujuan untuk mencari keuntungan, dimana tujuan tersebut tidak terlepas dari kegiatan pemasaran. PT Tamma Robah Indonesia dikenal dengan sebutan Tamma Food. PT Tamma Robah Indonesia juga salah satu produsen kulit kebab dan berbagai perlengkapan kebutuhan bahan baku kebab di indonesia. Berdiri sejak 2008 dan sudah memiliki sertifikasi ISO, HACPP, HALAL dan BPOM. Kami adalah produsen pabrik kulit kebab dikota surabaya yang mampu memproduksi 100.000 kulit kebab tiap

harinya. PT Tamma Robah Indonesia juga memproduksi Kebab Frozen, Daging Kebab, Kulit Kebab. Salah satu bidang saat ini sedang mengalami perkembangan yang sangat pesat adalah bidang makanan salah satunya adalah Kulit Kebab (Tortilla) banyak bermunculan diberbagai daerah bahkan sampai ke luar kota. Hal ini menjadi peluang besar bagi para pengusaha yang bergerak dibidang makanan untuk terus mengembangkan usahanya. Sekarang ini banyak konsumen penggemar makanan siap saji yang berbahan dasar tortilla. Untuk mendapatkan cita rasa yang pas dan enak kita harus terlebih dahulu memilih produk yang berkualitas dan sudah teruji kualitasnya oleh BPOM. Kualitas produk merupakan salah satu faktor penentu kepuasan konsumen karena kualitas produk yang baik akan menciptakan, mempertahankan dan menjadikan pelanggan yang loyal (Sugiarto 2014). Kepuasan konsumen dapat di rasakan setelah konsumen dapat membandingkan pengalaman mereka untuk melakukan pembelian barang dan jasa dari penjual dan penyedia dengan harapan dari pembeli itu sendiri. Namun harapan tersebut dapat terbentuk melalui pengalaman pertama mereka dalam membeli suatu barang dan jasa, jika produk dan jasa yang di berikan oleh perusahaan sesuai dengan ekspektasi pelanggan maka pelanggan akan merasa puas. Loyalitas pelanggan adalah komitmen pelanggan bertahan secara mendalam untuk berlangganan kembali atau melakukan pembelian ulang produk yang terpilih secara konsisten dimasa yang akan datang. PT Tamma Robah Indonesia merupakan perusahaan yang bergerak dibidang pembuatan produk kulit kebab secara online dan offline.

## KAJIAN PUSTAKA

### Pengertian Kualitas Produk

Kualitas merupakan salah satu kebijakan penting dalam meningkatkan daya saing produk untuk memberikan kepuasan konsumen yang melebihi atau paling tidak sama dengan kualitas produk pesaing. Sebelum mengetahui lebih pengertian kualitas produk sebaiknya kita harus dapat mengetahui pengertian produk terlebih dahulu. Sugiarto (2014). **Indikator Kualitas Produk**

Indikator kualitas produk adalah sebagai berikut :

1. Kinerja (performance).

Yaitu, berkaitan dengan aspek fungsional dari barang lain dan merupakan karakteristik utama yang dipertimbangkan konsumen ketika membeli suatu barang.

2. Tampilan (Features)

Yaitu ciri-ciri keistimewaan karakteristik sekunder (tambahan) atau pelengkap dari kinerja.

3. Kesesuaian (Comformance)

Yaitu berkaitan dengan tingkat kesesuaian terhadap spesifikasi yang telah ditetapkan sebelumnya berdasarkan keinginan konsumen. Konfirmasi mereflesikan derajat dimana karakteristik desain produk dan karakteristik operasi memenuhi standar yang telah ditetapkan

4. Daya Tahan

berkaitan dengan daya tahan berapa lama produk dapat terus digunakan.

5. Keindahan (Aesthetics)

Yaitu berkaitan erat dengan daya tahan berapa lama produk tersebut dapat terus di gunakan.

### Kepuasan Konsumen

Menurut Daryanto (2014), kepuasan konsumen merupakan suatu penilaian emosional dari konsumen setelah konsumen adalah menggunakan suatu produk, dimana harapan dan kebutuhan konsumen yang menggunakannya terpenuhi.

### Indikator Kepuasan Konsumen

1. Kualitas Produk
2. Kualitas Pelayanan
3. Emosional
4. Harga
5. Biaya

### Loyalitas Pelanggan

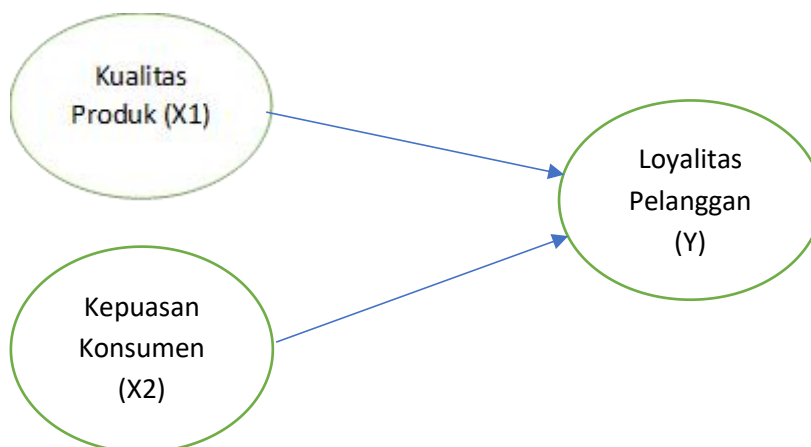
Menurut Tjiptono (2014:640), loyalitas pelanggan adalah komitmen pelanggan terhadap suatu merek, toko atau pemasok berdasarkan sifat yang sangat positif dalam pembelian jangka panjang dari pengertian ini dapat diartikan bahwa kesetiaan terhadap merek diperoleh karena adanya kombinasi dari kepuasan dan keluhan.

### Indikator Loyalitas Pelanggan

Menyatakan bahwa konsumen yang loyalitas memiliki indikator berikut :

1. Melakukan pembelian ulang
2. Melakukan pembelian semua lini produk / jasa.
3. Merekomendasikan produk kepada yang lain (*refers other*)
4. Menunjukkan kekebalan dari daya tarik produk sejenis dari pesaing (*demonstrates pn immunity to the full of the competition*).

Kerangka Berpikir dan Hipotesis



Hipotesa yang diajukan didalam penelitian ini menggunakan pengujian hipotesa satu arah, yaitu

Ha1 : Kualitas Produk berpengaruh terhadap Kepuasan konsumen pada PT Tamma Robah Indonesia.

Ha2 : Kepuasan Konsumen berpengaruh terhadap Loyalitas pelanggan pada PT Tamma Robah Indonesia.

## METODE PENELITIAN

### Populasi, Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel

Dalam penelitian ini, subjek yang digunakan adalah karyawan PT. Tamma Robah Indonesia Populasi pada penelitian ini yaitu seluruh karyawan PT. Tamma Robah Indonesia di Surabaya yang berjumlah 99 orang. Peneliti menggunakan jenis sampling Probability Sampling yaitu teknik metode pengambilan sampel yang memberikan peluang yang sama bagi semua anggota, lokasi yang digunakan dalam pengumpulan data penelitian ini adalah di PT. Tamma Robah Indonesia – Surabaya.

### Sumber dan Metode Pengumpulan Data

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif yang dimana pengumpulan data yang menggunakan kuesioner dengan Google Form atau survei secara langsung dengan menggunakan skala likert. Skala likert yang digunakan sebagai instrumen penelitian (Sugiyono, 2019). Penelitian ini menggunakan 2 jenis sumber data yaitu, dengan menggunakan data primer melalui observasi dan data sekunder dengan membaca dari jurnal, buku atau laporan penelitian.

### Analisis Data

Dalam penelitian ini menggunakan uji validitas untuk mengukur sah atau validnya suatu kuisiomer, uji reliabilitas, uji asumsi klasik meliputi pengujian normalitas dan multikolinearitas. Peneliti menggunakan analisis uji hipotesis dengan menggunakan model regresi linier berganda, yang meliputi uji T, uji F dan perhitungan koefisien determinasi (R2) pengujian ini menggunakan pengolahan statistika dengan SPSS 24.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Karakteristik Responden

Identitas responden diuraikan melalui pengelompokan berdasarkan jenis kelamin, usia, dan sudah berapa kali anda membeli kulit kebab di PT Tamma Robah Indonesia. Jumlah responden dalam penelitian ini adalah 99 orang dengan karakteristik responden berikut :

**Tabel 4.1 Jenis Kelamin Responden**

| No | Jenis Kelamin | Frekuensi | Presentase |
|----|---------------|-----------|------------|
| 1. | Laki – Laki   | 43 orang  | 43%        |
| 2. | Perempuan     | 56 orang  | 56%        |
|    | Jumlah        | 99 orang  | 99%        |

Sumber : Data di Olah Peneliti, 2024

Berdasarkan Tabel 4.1 dapat diketahui bahwa sebagian besar 99 responden berjenis kelamin wanita sebanyak 56 orang (56%) sementara responden berjenis kelamin pria sebanyak 43 orang (43%).

**Tabel 4.2 Umur Responden**

| No | Umur          | Frekuensi | Presentase |
|----|---------------|-----------|------------|
| 1. | 17 – 20 tahun | 15 orang  | 15%        |
| 2. | 25 – 30 tahun | 52 orang  | 52%        |
| 3. | 30 – 35 tahun | 32 orang  | 32%        |
|    | Jumlah        | 99 orang  | 99%        |

Sumber : Data di Olah Peneliti, 2024

Berdasarkan Tabel 4.2 di atas dapat diketahui bahwa mayoritas 99 responden adalah berumur 25 – 30 tahun dengan jumlah 52 orang (52%). Berdasarkan data yang telah diolah bahwa konsumen Tamma Food didominasi oleh kalangan usia 25 – 30 tahun.

**Tabel 4.3 Intensitas Responden Membeli di PT Tamma Robah Indonesia**

| No | Umur       | Frekuensi | Presentase |
|----|------------|-----------|------------|
| 1  | 1 kali     | 17 orang  | 17 %       |
| 2  | 2 – 4 kali | 43 orang  | 43%        |
| 3  | >5 kali    | 39 orang  | 39%        |
|    | Jumlah     | 99 orang  | 99%        |

Sumber : Data di Olah Peneliti, 2024

Berdasarkan Tabel 4.3 dapat diketahui bahwa sebagian besar 99 responden membeli di tamma food sebanyak 2 – 4 kali, yakni sebanyak 43 responden atau sebesar 43%.

## Hasil Analisis Data

### Uji Validitas Kualitas Produk (X1)

**Tabel 4.7 Uji Validitas Kualitas Produk (X1)**

| No | Pernyataan                                                                                                                     | rhitung | rtabel | Sig. | Keterangan |
|----|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------|--------|------|------------|
| 1  | Menurut Saya produk kulit kebab PT Tamma Robah Indonesia dapat memberikan hasil produksi yang sesuai dengan kebutuhan konsumen | 0,735   | 0,197  | 0,00 | Valid      |
| 2  | Menurut Saya, Produk kulit kebab mampu memberikan hasil yang baik dan sempurna seperti yang diinginkan                         | 0,670   | 0,197  | 0,00 | Valid      |
| 3  | Menurut Saya, Produk kulit kebab PT Tamma Robah Indonesia dapat disesuaikan dengan berdasarkan jenis ukuran yang anda butuhkan | 0,759   | 0,197  | 0,00 | Valid      |
| 4  | Menurut Saya, Apakah produk kulit kebab Pada PT Tamma Robah Indonesia sesuai dengan macam - macam yang anda Butuhkan           | 0,816   | 0,197  | 0,00 | Valid      |

|    |                                                                                                                                                           |       |       |      |       |
|----|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------|-------|------|-------|
| 5  | Menurut Saya, kulit kebab mampu menghasilkan produk steril sehingga keawetan serta daya tahan produk dapat terjamin kualitas nya                          | 0,725 | 0,197 | 0,00 | Valid |
| 6  | Menurut Saya, Kulit kebab mampu bertahan dengan suhu ruangan dingin dan tidak terpapar sinar matahari sehingga terjaga keawetannya didalam kemasan produk | 0,722 | 0,197 | 0,00 | Valid |
| 7  | Menurut Saya, Produk kulit kebab PT Tamma Robah Indonesia mengandung komposisi bahan dasar alami yang sesuai dengan ingredients with high teknologi       | 0,665 | 0,197 | 0,00 | Valid |
| 8  | Menurut Saya, Tampilan pada kemasan produk kulit kebab PT Tamma Robah Indonesia dengan kemasan baik dan sesuai                                            | 0,772 | 0,197 | 0,00 | Valid |
| 9  | Menurut Saya, Produk kulit kebab PT Tamma Robah Indonesia dikemas dengan kemasan yang menarik dan rapat                                                   | 0,679 | 0,197 | 0,00 | Valid |
| 10 | Menurut Saya, Produk kulit PT Tamma Robah Indonesia memiliki cita rasa yang gurih dan manis serta tingkat kematangannya sempurna                          | 0,608 | 0,197 | 0,00 | Valid |

**Uji Validitas Kepuasan Konsumen (X2)****Tabel. 4.8 Uji Validitas Kepuasan Konsumen (X2)**

| No | Pernyataan                                                                                                      | rhitung | Rtabel | Sig. | Keterangan |
|----|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------|--------|------|------------|
| 1  | Menurut Saya Ukuran pada kulit kebab sesuai dengan berat yang ada di kemasan                                    | 0,741   | 0,197  | 0,00 | Valid      |
| 2  | Menurut Saya, Kualitas Produk pada PT Tamma Robah Indonesia sesuai dengan harapan yang di Inginkan              | 0,753   | 0,197  | 0,00 | Valid      |
| 3  | Menurut Saya, pelayanan yang diberikan terhadap customer service dapat melayani dengan ramah terhadap pelanggan | 0,659   | 0,197  | 0,00 | Valid      |
| 4  | Menurut Saya, layanan g diberikan terhadap PT Tamma Robah Indonesia memudahkan anda dalam melakukan pemesanan   | 0,821   | 0,197  | 0,00 | Valid      |
| 5  | Menurut Saya, apakah anda merasa senang ketika membeli produk kulit kebab di PT Tamma Robah Indonesia           | 0,737   | 0,197  | 0,00 | Valid      |
| 6  | Menurut saya , apakah anda merasa puas ketika membeli                                                           | 0,816   | 0,197  | 0,00 | Valid      |



|    |                                                                                                                                |       |       |      |       |
|----|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------|-------|------|-------|
|    | produk kulit kebab di PT<br>Tamma Robah Indonesia                                                                              |       |       |      |       |
| 7  | Menurut Saya, Harga kulit kebab PT Tamma Robah Indonesia sangat terjangkau                                                     | 0,728 | 0,197 | 0,00 | Valid |
| 8  | Menurut Saya, Harga dalam kulit kebab sesuai dengan jenis ukuran yang di jual                                                  | 0,732 | 0,197 | 0,00 | Valid |
| 9  | Menurut Saya, Biaya pengiriman kulit kebab PT Tamma Robah Indonesia untuk wilayah luar kota atau dalam kota sangat terjangkau. | 0,720 | 0,197 | 0,00 | Valid |
| 10 | Menurut Saya, pemesanan yang dilakukan dengan metode pembayaran via transfer sangat memudahkan dan sangat terjangkau           | 0,795 | 0,197 | 0,00 | Valid |

Sumber : Data di Olah Peneliti,2024

Tabel 4.8 menunjukan bahwa semua butir pertanyaan variabel kepuasan konsumen (X2) memiliki nilai r hitung > r tabel, yaitu 0,197. Berdasarkan hal tersebut dapat ditarik kesimpulan bahwa 10 ( Sepuluh ) butir pertanyaan variabel kepuasan konsumen (X2) tersebut dinyatakan valid dan sudah layak disajikan pengukuran variabel penelitian.

#### Uji Validitas Loyalitas Pelanggan (Y)

**Tabel 4.9 Uji Validitas Loyalitas Pelanggan (Y)**

| No | Pernyataan | r <sub>hitung</sub> | R <sub>tabel</sub> | Sig. | Keterangan |
|----|------------|---------------------|--------------------|------|------------|
|----|------------|---------------------|--------------------|------|------------|

|   |                                                                                                                                   |       |       |      |       |
|---|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------|-------|------|-------|
| 1 | Apakah anda, akan melakukan pembelian ulang di PT Tamma Robah Indonesia                                                           | 0,697 | 0,197 | 0,00 | Valid |
| 2 | Apakah anda, akan melakukan pembelian ulang jika ada produk terbaru di PT Tamma Robah Indonesia                                   | 0,765 | 0,197 | 0,00 | Valid |
| 3 | Menurut anda, apakah anda akan melakukan pembelian semua jenis produk kulit kebab di PT Tamma Robah Indonesia                     | 0,801 | 0,197 | 0,00 | Valid |
| 4 | Menurut anda, Apakah anda akan melakukan pembelian produk kulit kebab sesuai kebutuhan yang anda Butuhkan                         | 0757  | 0197  | 0,00 | Valid |
| 5 | Apakah anda, akan merekomendasikan produk kulit kebab PT Tamma Robah Indonesia kepada orang lain                                  | 0,727 | 0,197 | 0,00 | Valid |
| 6 | Menurut anda, apakah anda tidak akan beralih ke produk kulit lainnya selain di PT Tamma Robah Indonesia                           | 0,833 | 0.197 | 0,00 | Valid |
| 7 | Menurut anda, Apakah anda tidak akan tertarik dengan sejenis produk kulit kebab Lainnya                                           | 0,694 | 0,197 | 0,00 | Valid |
| 8 | Menurut anda, Apakah anda akan tetap menyukai produk kulit kebab PT Tamma Robah Indonesia yang sudah di tawarkan sesuai Keinginan | 0,733 | 0,197 | 0,00 | Valid |

Sumber : Data di Olah Peneliti, 2024

Tabel 4.9 menunjukkan bahwa semua butir pertanyaan variabel Loyalitas Pelanggan (Y) memiliki nilai  $r$  hitung  $> r$  tabel, yaitu 0,197. Berdasarkan hal tersebut

dapat ditarik kesimpulan bahwa 8 (delapan) butir pertanyaan loyalitas pelanggan (Y) tersebut dinyatakan valid dan sudah layak dijadikan pengukuran variabel penelitian.

### Hasil Uji Reliabilitas

**Tabel 4.10 Hasil Keseluruhan Reliabilitas Variabel**

| Variabel                | Alpha | Status              |
|-------------------------|-------|---------------------|
| Kualitas Produk (X1)    | 0,894 | Reliabilitas tinggi |
| Kepuasan Konsumen (X2)  | 0,913 | Reliabilitas tinggi |
| Loyalitas Pelanggan (Y) | 0,886 | Reliabilitas tinggi |

Sumber : hasil dari data yang telah diolah

Berdasarkan data dari tabel diatas menunjukkan bahwa seluruh pertanyaan untuk variabel kualitas produk , kepuasan konsumen dan loyalitas pelanggan memiliki nilai cronbach's Alpha yang memiliki reliabilitas yang tinggi.

### Uji Asumsi Klasik

#### Hasil Uji Normalitas

**Tabel 4.11 Hasil Uji Normalitas**

|                                  |                         |             |                   |
|----------------------------------|-------------------------|-------------|-------------------|
| N                                |                         |             | 99                |
| Normal Parameters <sup>a,b</sup> | Mean                    |             | ,0000000          |
|                                  | Std. Deviation          |             | 2,18938024        |
| Most Extreme Differences         | Absolute                |             | ,146              |
|                                  | Positive                |             | ,076              |
|                                  | Negative                |             | -,146             |
| Test Statistic                   |                         |             | ,146              |
| Asymp. Sig. (2-tailed)           |                         |             | ,003 <sup>c</sup> |
| Monte Carlo Sig. (2-tailed)      | Sig.                    |             | ,144 <sup>d</sup> |
|                                  | 99% Confidence Interval | Lower Bound | ,135              |
|                                  |                         |             |                   |
|                                  |                         |             | Upper Bound       |

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. Based on 10000 sampled tables with starting seed 1314643744.

Berdasarkan hasil uji di atas, menunjukkan bahwa nilai signifikansi  $0,144 > 0,05$ . Hal ini membuktikan bahwa residual berdistribusi normal. *Kolmogorov smirnov test* digunakan untuk menguji normalitas model regresi. Yaitu apabila didapatkan nilai sig.  $> \alpha = 0,05$ , maka model tersebut normal. (Ghozali, 2018).

### Uji Multikolineritas

**Tabel 4.12 Hasil Uji Multikolonearitas**

| Unstandardized Coefficients |                   |       |            | Standardized Coefficients | T     | Sig. | Collinearity Statistics |       |
|-----------------------------|-------------------|-------|------------|---------------------------|-------|------|-------------------------|-------|
| Model                       |                   | B     | Std. Error | Beta                      |       |      | Tolerance               | VIF   |
| 1                           | (Constant)        | 2,581 | 1,803      |                           | 1,432 | ,155 |                         |       |
|                             | Kualitas produk   | ,453  | ,110       | ,519                      | 4,111 | ,000 | ,234                    | 4,271 |
|                             | Kepuasan konsumen | ,255  | ,105       | ,306                      | 2,419 | ,017 | ,234                    | 4,271 |

a. Dependent Variable: Loyalitas Pelanggan

a. Dependent Variabel Kualitas Produk

Untuk mengetahui ada atau tidaknya multikolineritas, dapat diketahui dari nilai toleransi dan nilai *variance inflation factor* (VIF). Yang umum dipakai pada nilai *cut off* adalah nilai tolerance  $> 0,10$  atau VIF  $< 10$ . Jika kurang dari 10 maka tidak terjadi multikolineritas, (Ghozali, 2018).

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat hasil perhitungan nilai VIF dan *Tolerance*. Nilai VIF untuk kedua variabel memenuhi syarat signifikan dimana nilainya  $< 10$  sebesar  $4,271 < 10$ . Sedangkan nilai *Tolerance* juga memenuhi syarat signifikan dimana nilainya  $> 0,10$  sebesar  $0,234 > 0,10$ . Sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat gejala multikolineritas antar variabel independen untuk persamaan regresi.

### Analisis Regresi Linier Berganda

**Tabel 4.13 Hasil Uji Regresi Linear Berganda**

| Unstandardized Coefficients |  |   |            | Standardized Coefficients |  |  |
|-----------------------------|--|---|------------|---------------------------|--|--|
| Model                       |  | B | Std. Error | Beta                      |  |  |

|   |                   |       |       |      | T     | Sig. |
|---|-------------------|-------|-------|------|-------|------|
| 1 | (Constant)        | 2,581 | 1,803 |      | 1,432 | ,155 |
|   | Kualitas Produk   | ,453  | ,110  | ,519 | 4,111 | ,000 |
|   | Kepuasan Konsumen | ,255  | ,105  | ,306 | 2,419 | ,017 |

a. Dependent Variabel: Loyalitas Pelanggan.

Berdasarkan tabel 4.13, maka hasil perhitungan persamaan regresi linear berganda dalam penelitian ini sebagai berikut:

$$Y = 2,581 + 0,453 (X1) + 0,255 (X2)$$

Keterangan:

X1 = Kualitas Produk

X2 = Kepuasan Konsumen

Y = Loyalitas Pelanggan

Hasil persamaan regresi berganda diatas memberikan pengertian bahwa Kualitas Produk (X1) dan Kepuasan Konsumen (X2) berpengaruh positif terhadap Loyalitas Pelanggan (Y).

1. Koefisien regresi untuk variabel Kualitas Produk sebesar 0,453 dan juga signifikan pada  $< 0,05$  yang bertanda positif, hal ini menunjukkan apabila Kualitas Produk mempunyai pengaruh positif terhadap Loyalitas Pelanggan.

2. Koefisien regresi untuk variabel Kepuasan Konsumen sebesar 0,255 dan juga signifikan pada  $< 0,05$  yang bertanda positif, hal ini menunjukkan apabila Kepuasan Konsumen semakin meningkat maka Loyalitas Pelanggan akan semakin meningkat.

Berdasarkan persamaan regresi di atas dapat disimpulkan bahwa variabel Kualitas Produk (X1) dan Kepuasan Konsumen (X2) berpengaruh positif terhadap Loyalitas Pelanggan (Y). Dan faktor dominan yang mempengaruhi Loyalitas Pelanggan adalah Kualitas Produk yang ditunjukkan dengan nilai koefisien regresi paling besar dibanding variabel Kepuasan Konsumen yaitu sebesar 0,453.

**Uji t**

**Tabel 4.16 Hasil Uji t**

| Unstandardized Coefficients |                 |       |            | Standardized Coefficients | t     | Sig. |
|-----------------------------|-----------------|-------|------------|---------------------------|-------|------|
| Model                       |                 | B     | Std. Error | Beta                      |       |      |
| 1                           | (Constant)      | 2,581 | 1,803      |                           | 1,432 | ,155 |
|                             | Kualitas Produk | ,453  | ,110       | ,519                      | 4,111 | ,000 |

|  |                   |      |      |      |       |      |
|--|-------------------|------|------|------|-------|------|
|  | Kepuasan Konsumen | ,255 | ,105 | ,306 | 2,419 | ,017 |
|--|-------------------|------|------|------|-------|------|

a. Dependent Variabel : Loyalitas Pelanggan

Dari tabel diatas, maka kesimpulan dari uji t sebagai berikut :

### 1. Hasil uji : Kualitas Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan

Diketahui nilai thitung untuk variabel Kualitas Produk (X1) sebesar  $t_{hitung} = 4,111 > t_{tabel} = 1,660$  dengan tingkat signifikansi (0,000) yang berarti lebih kecil dari probabilitas yang ditetapkan (0,05). Hal ini berarti bahwa Kualitas Produk berpengaruh positif dan signifikan. Dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa variabel Kualitas Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan PT Tamma Robah Indonesia Wilayah Surabaya.

### 2. Hasil uji : Kepuasan Konsumen berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan

Diketahui thitung untuk variabel Kepuasan Konsumen (X2) sebesar  $t_{hitung} = 2,419 > t_{tabel} = 1,660$  dengan tingkat signifikan (0,017) yang berarti lebih kecil dari probabilitas yang ditetapkan (0,05).

Hal ini berarti Kepuasan Konsumen berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan. Dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa variabel Kepuasan Konsumen berpengaruh dan signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan PT Tamma Robah Indonesia Wilayah Surabaya.

## Uji F

**Tabel 4.15 Hasil Uji F**

| Model |            | Sum of Squares | df | Mean Square | F      | Sig.              |
|-------|------------|----------------|----|-------------|--------|-------------------|
| 1     | Regression | 879,597        | 2  | 439,798     | 85,744 | ,000 <sup>b</sup> |
|       | Residual   | 492,403        | 96 | 5,129       |        |                   |
|       | Total      | 1372,000       | 98 |             |        |                   |

a. Dependent Variable: Loyalitas Pelanggan

b. Predictors: (Constant), Kepuasan Konsumen, Kualitas Produk

Pengujian secara simultan (uji F) dilakukan untuk membuktikan apakah semua variabel independen (Kualitas Produk dan Kepuasan Konsumen) yang dimasukkan ke

dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen (Loyalitas Pelanggan). Uji simultan dilakukan dengan cara membandingkan antara nilai  $F_{hitung}$  dan  $F_{tabel}$  dengan tingkat signifikansi = 0,05.

Berdasarkan hasil uji statistik F pada tabel diatas terlihat bahwa  $F_{hitung} = 85,744 > 3,090$  dengan tingkat signifikansi (0,000) yang berarti lebih kecil dari probabilitas yang ditetapkan (0,05). Hal ini berarti bahwa variabel Kualitas Produk dan Kepuasan Konsumen berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Pelangga pada PT Tamma Robah Indonesia.

#### Uji Koefisien Korelasi (R) dan Koefisien Determinasi ( $r^2$ )

**Tabel 4.14 Hasil Pengukuran (R) dan ( $r^2$ )**

| Model | R                 | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate |
|-------|-------------------|----------|-------------------|----------------------------|
| 1     | ,801 <sup>a</sup> | ,641     | ,634              | 2,265                      |

- a. Predictors: (Constant), Kepuasan Konsumen , Kualitas Produk  
b. Dependent Variable: Loyalitas Pelanggan.

- Nilai R sebesar 0,801 yang menunjukkan bahwa korelasi atau hubungan antara variabel dependen Loyalitas Pelanggan dengan Kualitas Produk dan Kepuasan Konsumen, yaitu sebesar 80,1%.
- $R\ Square$  sebesar 0,641 berarti Loyalitas Pelanggan mampu diprediksikan oleh Kualitas Produk dan Kepuasan Konsumen sebesar 64,1% sedangkan sisanya 35,9% oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.
- Nilai *Adjusted R Square* atau koefisien determinasi adalah 0,634 berarti Kualitas Produk dan Kepuasan Konsumen mampu menjelaskan variabel Loyalitas Pelanggan sebesar 63,4% sedangkan sisanya 36,6% variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.
- Ada dua pilihan, memakai  $R\ Square$  atau memakai *Adjusted R Square*, apabila jumlah variabel lebih dari dua, maka digunakan *Adjusted R Square*. Sehingga nilai yang digunakan dalam koefisien determinasi adalah 63,4%.
- Standar error of the estimate* adalah sebesar 2,265, yang berarti bahwa tingkat kesalahan penaksiran dari model regresi linier berganda pada penelitian ini adalah sebesar 2,265.

## Pembahasan

### 1. Pengaruh Kualitas Produk terhadap Loyalitas Pelanggan

Berdasarkan hasil analisis pada tabel 4.16 diketahui bahwa variabel kualitas produk memiliki nilai signifikan sebesar 0,000 lebih kecil dari probabilitas 0,05 dengan nilai  $t$  hitung sebesar 4,111 maka dapat dikatakan variabel kualitas produk berpengaruh terhadap variabel loyalitas pelanggan. Hasil analisis diatas dapat diartikan bahwa apabila kualitas produk yang dilakukan semakin meningkat maka loyalitas pelanggan pada PT Tamma Robah Indonesia akan semakin tinggi.

## 2. Pengaruh Kepuasan Konsumen terhadap Loyalitas Pelanggan.

Berdasarkan tabel 4.16 di ketahui bahwa nilai  $t$  hitung dan  $t$  tabel atau  $2,419 > 1,660$  selain itu diketahui bahwa signifikan dari  $X_2$  terhadap  $Y$  adalah  $0,017$  lebih kecil dari  $0,005$  ( $\alpha=5\%$ ). Jadi dapat disimpulkan bahwa berpengaruh signifikan antara kepuasan konsumen terhadap loyalitas pelanggan .

## KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh kualitas produk dan kepuasan konsumen terhadap loyalitas pelanggan pada PT Tamma Robah Indonesia wilayah Surabaya. Berdasarkan analisis data dan pembahasan mengenai variabel kualitas produk dan kepuasan konsumen terhadap loyalitas pelanggan maka dapat diperoleh kesimpulan sebagai berikut :

1. Pada penelitian ini diperoleh hasil bahwa kualitas produk berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada PT Tamma Robah Indonesia wilayah Surabaya. Kesimpulannya diperoleh dari nilai uji  $t$ . Berdasarkan hasil uji  $t$  yang telah dilakukan pada variabel  $X_1$  (kualitas produk) terhadap  $Y$  (loyalitas pelanggan) diperoleh nilai  $t$  hitung  $> t$  tabel dengan nilai  $4,111 > 1,660$  selain itu diketahui bahwa nilai signifikan dari  $X_1$  terhadap  $Y$  adalah  $(0,000)$  lebih kecil dari  $0,05$  ( $\alpha=5\%$ ).
2. Pada penelitian ini diperoleh hasil bahwa kepuasan konsumen berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada PT Tamma Robah Indonesia wilayah Surabaya. Kesimpulannya diperoleh dari nilai uji  $t$ . Berdasarkan hasil uji  $t$  yang telah dilakukan pada variabel  $X_2$  (kepuasan konsumen) terhadap  $Y$  (loyalitas pelanggan) diperoleh dari  $t$  hitung  $> t$  tabel sebesar  $2,419 > 1,660$  ,selain itu diketahui bahwa nilai signifikan dari  $X_2$  terhadap  $Y$  adalah  $0,017$  lebih kecil dari  $0,05$  ( $\alpha=5\%$ ).

## Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dikemukakan diatas, maka saran yang dapat direkomendasikan untuk menjaga pertimbangan-pertimbangan adalah sebagai berikut:

### 1. Bagi Perusahaan

Dengan adanya hasil penelitian yang menyatakan bahwa kualitas produk dan kepuasan konsumen berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan pembelian produk PT Tamma Robah Indonesia maka pihak Tamma food dapat mempertahankan serta meningkatkan kualitas produk dan kepuasan konsumen. Dengan begitu dapat memperkuat persepsi konsumen bahwa kualitas produk dan kepuasan konsumen yang ditawarkan oleh Tamma food merupakan kualitas produk yang baik.

### 2. Bagi konsumen

untuk lebih efektif dalam memilih produk Tamma food di tempat berbelanja sehingga dalam melakukan keputusan untuk membeli tetap harus memperhatikan faktor kualitas produk yang dimana sesuai dengan keinginan dan manfaat yang dibutuhkan



### 3. Bagi peneliti selanjutnya

Bagi peneliti selanjutnya alangkah baiknya apabila memperluas variabel yang diamati. Misalnya dengan menambahkan variabel harga, kualitas pelayanan, dan sebagainya bisa mempengaruhi keputusan pembelian. Dengan harapan hasil penelitian selanjutnya dapat lebih baik.

### DAFTAR PUSTAKA

Ade Siti Rohmat 2019, Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan dan Dampak Terhadap Loyalitas.

Afifah, R. N., & Mudiantono, M. (2014). *analisis pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan dan promosi terhadap kepuasan konsumen untuk meningkatkan loyalitas pelanggan (Studi Kasus pada Konsumen Larissa Aesthetic Center Cabang Semarang)* (Doctoral dissertation, UNDIP; Fakultas Ekonomika dan Bisnis).

Andreas, C., & Yuniati, T. (2016). Pengaruh kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan dengan kepuasan sebagai variabel intervening. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen (JIRM)*, 5(5).

Anggraeni, D. P., Kumadji, S., & Sunarti, S. (2016). PENGARUH KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUASAN DAN LOYALITAS PELANGGAN (Survei pada Pelanggan Nasi Rawon di Rumah Makan Sakinah Kota Pasuruan). *Jurnal administrasi bisnis (JAB)*, 37(1).

Ariyanto, A., Ivantan, I., & Purwanti, P. (2022). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Kepuasan Konsumen Yang Berdampak pada Loyalitas Pelanggan Pemakai Paket Data Internet Indosat Ooredoo (Studi Pada Mahasiswa Prodi Manajemen S-1 Universitas Pamulang). *Ekonomis: Journal of Economics and Business*, 6(2), 668-678.

Cahyati, D. N. (2018). *Pengaruh kualitas produk dan brand image terhadap loyalitas pelanggan dengan kepuasan konsumen sebagai variabel intervening: Studi pada konsumen produk Buccheri di Kota Kediri* (Doctoral dissertation, Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim).

Daryanto 2014, Pengaruh Harga dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen Wina Rumah Kebaya. *Jurnal manajemen* 1 (2), 113-157.

Fauzi, M. R., & Mandala, K. (2019). *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, Dan Inovasi Produk Terhadap Kepuasan Untuk Meningkatkan Loyalitas Pelanggan* (Doctoral dissertation, Udayana University).

Ferdinand Napitupulu 2019, Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan pada PT Ramayana Lestari Sentosa. *Jurnal ekonomi dan manajemen*. Vol16, No 1 .

Gaman dan Sherrington 2014, Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen. *Jurnal akuntansi & manajemen* 16 (01):127-146.

- Joko bagio santoso 2019, Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Kepuasan Konsumen dan Loyalitas Konsumen (STUDI PADA KONSUMEN GEPREK BENSU RAWAMANGUN).
- Kolter dan Keller 2014, Pengaruh Harga dan Testimoni Konsumen terhadap keputusan Pembelian Produk Skincare Whitelab Pada MarketPlace Shoope. Jurnal Studi Manajemen dan Kewirausahaan (MSEJ) 4 (5), 7284-7303.
- Kurniawati, D., & Suharyono, A. K. (2014). *Pengaruh citra merek dan kualitas produk terhadap kepuasan dan loyalitas pelanggan (studi pada pelanggan KFC cabang Kawi Malang)* (Vol. 1). Brawijaya University.
- Lupyoadi 2014, Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Pelayanan dan Kualitas produk terhadap kepuasan dan dampak pada minat pembelian ulang konsumen. Jurnal manajemen vol 7 No 12.
- Meilisa, M., & Artina, N. (2014, April). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Kepuasan Konsumen Terhadap Loyalitas Pelanggan French Bakery & Bistro Atmo. In *MDP Student Conference* (Vol. 2, No. 2, pp. 394-400).
- Pusparani, P. A. Y., & Rastini, N. M. (2014). *Pengaruh kualitas produk dan brand image terhadap kepuasan konsumen dan loyalitas pelanggan kamera canon digital single lens reflex (dslr) di kota denpasar* (Doctoral dissertation, Udayana University).
- Riska asnawi nyonyie 2019, Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan Kosmetik Wardah di Transmart Bahu Manado. Jurnal administrasi bisnis. Jil.9 No 3
- Sapitri, E., Sampurno, S., & Hayani, I. (2020). Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan. *Jurnal Mandiri: Ilmu Pengetahuan, Seni, Dan Teknologi*, 4(2), 231-240.
- Saraswati, P., Kumadji, S., & Abdillah, Y. (2014). Pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan dan loyalitas pelanggan. *Malang: Univeritas Brawijaya*.
- Sari, R. M. (2015). *Pengaruh Kualitas Produk Dan Kepuasan Konsumen Terhadap Loyalitas Pelanggan Sophie Martin Di Surakarta* (Doctoral dissertation, Universitas Muhammadiyah Surakarta).
- Yesenia, Y., & Siregar, E. H. (2014). Pengaruh kualitas layanan dan produk terhadap kepuasan serta loyalitas pelanggan KFC di Tangerang Selatan. *Jurnal Manajemen dan Organisasi*, 5(3), 183-199.